

TERZA GENERAZIONE AL LAVORO IN VENETO E IN SICILIA

La cantina centro vivo dell'azienda, non solo produzione ma anche esperienze

Un nuovo approccio al lavoro, più orientato all'equilibrio con la vita privata, è uno degli elementi che legano di più i protagonisti di questa puntata - Martina Paladin (Casa Paladin) e Francesco Brugnano (Cantine Brugnano) - che pure tracciano percorsi alquanto diversi per quanto riguarda il rapporto familiare e i normali dibattiti interni tra generazioni

di FABIO CIARLA

ntrambi terza generazione, entrambi aperti a una nuova visione dell'enoturismo con il ruolo della "cantina" ampliato fino a comprendere anche le attività esperienziali tanto richieste dai visitatori, ma anche diversi nel racconto del rapporto con le rispettive famiglie. Per Francesco Brugnano di Cantine Brugnano si confermano alcuni passaggi comuni anche ad altri imprenditori intervistati in questa rubrica, come la difficoltà di imporre la propria visione e la "fretta" di mettere in campo concretamente le proprie idee, per Martina Paladin di Casa Paladin tutto sembra avvenuto in modo più lineare, senza strappi o attriti. Di certo è condivisa una rinnovata visione del lavoro, questa sì elemento unificante delle nuove generazioni di imprenditori vitivinicoli (ma anche di altri settori immaginiamo).

"Il cambiamento è profondo - specifica Francesco Brugnano -, la generazione che mi ha preceduto ha costruito tutto con il lavoro, sacrificando spesso il resto. Io credo che la qualità della vita non sia un lusso, ma un valore che incide anche sulla qualità del lavoro. La differenza non sta nell'impegno, ma nel modo di viverlo".

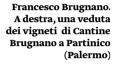
Parole chiare, che segnano un cambio di prospettiva, come ci spie-

ga anche Martina Paladin: "Io dico sempre che siamo molto fortunati e che dobbiamo sempre rendercene conto. Casa Paladin è stata fondata più di 60 anni fa da mio nonno Valentino Paladin. Ha iniziato con due ettari e a oggi contiamo cinque aziende vitivinicole in alcune delle zone più importanti d'Italia tra Veneto, Friuli, Chianti Classico, Franciacorta e Valpolicella. Questo non sarebbe stato possibile senza il duro lavoro e la visione dei nostri genitori. Loro hanno letteralmente costruito da zero tutto questo e hanno trattato l'azienda come se fosse proprio un loro figlio. Sono cresciuta in una famiglia dove non sono mai esistiti sabati e domeniche e dove il lavoro non è mai stato un sacrificio ma un valore aggiunto e una passione. Noi siamo di un'altra generazione, inoltre abbiamo avuto la fortuna di arrivare e trovare basi solide già pronte. E forse proprio per questo ci aspetta il lavoro più difficile, ovvero portare avanti e far crescere il meraviglioso lavoro che i nostri genitori hanno fatto, portandolo verso il 'next step'. Siamo però anche la generazione che riconosce l'importanza dell'equilibrio tra vita professionale e privata,

cosa non sempre facile da raggiungere. Anche per noi a volte non esistono sabati e domeniche, ma ritengo sia fondamentale trovare il giusto equilibrio. Cosa che oggi
è un po' più facile visto che la struttura aziendale, grazie a tutti i
nostri collaboratori e alla possibilità di delegare alcune responsabilità, ce lo permette. D'altronde sono partiti in quattro e ora,
invece, siamo un team di quasi 60 persone che portano avanti l'azienda tutte insieme".

Gli inizi, le esperienze all'estero, la famiglia

Sembra ormai un prerequisito comune a tutti i giovani imprenditori del vino italiano, prima di entrare in azienda si fa qualche esperienza fuori, dal settore e dall'Italia. Elemento condiviso anche dai due protagonisti di questa puntata, come ci spiega Martina Paladin: "Ho sempre fatto esperienze in azienda sin da piccola, dalla vendemmia alle prime degustazioni agli eventi fino al Vinitaly, tuttavia prima di entrare effettivamente in azienda ho fatto un'esperienza di quattro anni come category manager in una multinazionale, collaborando sia in campo commerciale sia allo sviluppo di progetti e nel marketing. Anche se il settore era completamente diverso ho imparato moltissimo, è stata una vera e propria palestra e mi ha aiutato a capire che quello che mi stimolava e che sentivo più 'mio' era legato proprio all'ambito commerciale e ai rapporti









Martina Paladin. Sotto, la sede di Casa Paladin ad Annone Veneto (Venezia)



con l'estero. Appena rientrata in azienda ho iniziato quasi da subito quindi con l'export, potermi confrontare con diverse culture e presentare i nostri vini in tutto il mondo è una cosa che mi gratifica e mi stimola ogni giorno. Rispetto agli inizi devo dire che, nel tempo, ho apprezzato molto anche potermi esprimere nel marketing oltre che lavorare a progetti di sviluppo dei brand. Ma questa è una conseguenza del commerciale... È fondamentale che marketing e vendite viaggino alla stessa velocità e con lo stesso obiettivo".

La scelta di iniziare con un impegno "fuori" dall'azienda vitivinicola è stata un passaggio consapevole anche per Francesco Brugnano, cresciuto "tra botti e vendemmie" al momento di decidere da dove cominciare ha sentito il bisogno di fare esperienze in altri settori di business comunque appartenenti alla famiglia: "Volevo essere certo che fosse una scelta, non un destino già scritto. Quando ho deciso di rientrare nell'azienda vitivinicola, ho voluto farlo da protagonista di un nuovo progetto, non come semplice 'erede'. L'inizio non è stato semplice, ma proprio quell'instabilità mi ha dato la libertà di creare un'identità aziendale che ci rispecchiasse davvero". Una scelta, appunto, e con la chiara idea di portare qualcosa di innovativo, di mai fatto prima, che in quanto tale non poteva che creare anche qualche tensione: "Il passaggio generazionale non è mai una passeggiata - spiega il giovane viticoltore siciliano -, soprattutto quando si ha a che fare con un patrimonio familiare fatto non solo di vigne, ma anche di visioni e orgoglio. Il momento più difficile? Quando ho proposto di stravolgere logo, etichette, comunicazione... praticamente tutto. Il turning point è arrivato quando, pur tra mille perplessità iniziali, quei cambiamenti hanno iniziato a funzionare. Da lì la fiducia ha cominciato a sostituire il sospetto". Di fortuna parla invece Martina Paladin "perché sin dal nostro ingresso (il riferimento è agli altri esponenti della terza generazione citati più avanti, ndr) mio padre e mio zio sono sempre stati molto aperti ai nostri punti di vista e al confronto", confermando però anche che dietro a questa accoglienza c'è la "fondamentale sinergia che si crea tra generazioni. Noi abbiamo la fortuna di apprendere dalla grande esperienza che loro hanno nel mondo del vino e nell'imprenditoria, dalla conoscenza del territorio... allo stesso tempo noi possiamo dare un grande valore aggiunto con una visione nuova, diversa e predisposta al cambiamento, seguendo trend e novità".

I progetti e gli errori ormai superati

Di donne, giustamente, ma anche di solidarietà parla l'esperienza della Paladin, di Sicilia e di nuove ripartenze quella di Brugnano. "Ci siamo concentrati da subito sull'aspetto comunicativo ed esperienziale – specifica Martina Paladin -, sviluppando anche progetti importanti come Life in rosé, un'iniziativa che tramite





i nostri vini rosati di Bosco del Merlo (Prosecco Doc rosé e Pinot grigio rosé Doc delle Venezie) ci vede supportare da più di sei anni la Lilt (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori) territoriale per

la prevenzione e lotta al tumore al seno. Noi giovani in particolare abbiamo ampliato il concetto di Life in rosé con Bosco del Merlo, allargando il campo d'azione al sostegno di uno stile di vita sano e sostenibile. Puntiamo a presentarci come un brand giovane, legato alla terza generazione rappresentata, oltre che dalla sottoscritta, anche dai miei cugini Francesca e Valentino Paladin, tutti insieme in prima linea nelle diverse attività sul territorio. Ad oggi stiamo iniziando a sviluppare e a partecipare ad attività legate all'empowerment prendendo parte a talk ed eventi con Bosco del Merlo come ambasciatore".

Di innovazioni importanti ci parla Francesco Brugnano per le sue prime attività in azienda: "Anche se la nostra realtà nasce, grazie a mio nonno Francesco, nel 1970, abbiamo deciso nel 2022 di rilanciarla con un progetto tutto nuovo, che abbiamo chiamato 'Brugnano - Contemporary Sicilia Winery'. In questo senso, pur essendo una realtà storica, ci siamo trovati a vivere una vera e propria 'fase da start-up'. Il mio contributo si è concentrato nel ridisegnare identità, stile e posizionamento, portando una visione più contemporanea, attenta alla sostenibilità, all'estetica e alla capacità di raccontarsi in modo autentico, anche fuori dai confini italiani. Oggi siamo presenti in 12 Paesi, una sfida, ma anche una conferma che il cambiamento stava andando nella giusta direzione. Con il senno di poi - aggiunge Brugnano, riflettendo sul suo approccio e gli eventuali errori commessi all'inizio -, avrei dovuto essere più paziente. Il desiderio di dimostrare subito il proprio valore a volte porta a correre troppo, a imporsi invece che proporre. Anche nei rapporti familiari, che sono il cuore e la complessità dell'azienda, avrei potuto usare più ascolto e meno urgenza".

Sensazione condivisa con Martina Paladin, che pure sembra meno autocritica su questo aspetto: "Sicuramente si può fare sempre meglio, sia a livello professionale che umano. A volte è importante accogliere i fallimenti o le non riuscite di alcuni lavori per interrogarsi sulle ragioni per cui non sono andati come desideravamo e ripartire da lì. Rispetto agli inizi ho imparato ad esempio che la ricerca e lo studio preparatorio sono fondamentali per la buona riuscita di un lavoro. Meglio, insomma, spendere un po' di tempo in più in queste fasi iniziali per poi avere le idee più chiare al momento di mettere in pratica i progetti".

Il futuro si chiama enoturismo

Pensando al futuro Martina Paladin si concentra su comunicazione e marketing, dove si può discutere tra diverse generazioni "ma quando si iniziano a vedere i risultati è una grande soddisfazione per noi che abbiamo proposto i progetti. Vogliamo dunque continuare a investire in questi ambiti, nell'ampliamento della nostra presenza all'estero e soprattutto nell'enoturismo, strumento per noi importante sia in Veneto che in Toscana e in Franciacorta. Continuare a crescere insomma, magari ottenendo la giusta visibilità per i numerosi progetti in tema di sostenibilità che portiamo avanti da molti anni ormai, come nel caso del 'Tempo della Vite', il museo a cielo aperto dedicato proprio alla viticoltura e alla sostenibilità realizzato davanti alla nostra sede centrale".

Un nuovo e moderno enoturismo è anche l'avvenire progettato da Francesco Brugnano per l'azienda di famiglia: "Il nostro futuro guarda sempre di più al vino come esperienza: immagino un wine resort tra i vigneti, ospitalità di charme, turismo esperienziale. Vogliamo che chi viene da noi non beva solo un vino, ma viva un pezzo autentico di Sicilia contemporanea. Le resistenze ci sono, soprattutto quando si parla di investimenti importanti o di uscire dalla 'comfort zone' della sola produzione. Ma ogni generazione ha il dovere di portare la propria visione e quindi pensando a come saremo tra dieci anni vedo un'azienda affermata, con una forte identità e una community globale che la riconosce e la sceglie. Vedo una famiglia ancora unita, magari meno accesa nelle discussioni ma sempre appassionata. E, se tutto va bene, ci vedo anche con un bicchiere di vino in mano, in vigna, mentre ci raccontiamo che quella 'follia' del 2022 è stata, forse, una delle migliori decisioni che potevamo prendere".

E allora dalle vigne di Partinico in provincia di Palermo, dove si trova la cantina della famiglia Brugnano nella quale si entra da una gigantesca botte in legno, così come dalla sede principale di Casa Paladin ad Annone Veneto in provincia di Venezia, si alza chiara la voce di una nuova generazione di protagonisti del mondo vitivinicolo italiano pronti a dare il proprio contributo, indicando con convinzione le possibilità di sviluppo che la modernità richiede e impone. Un approccio che è parte del mondo Agivi, l'associazione che raggruppa e mette insieme queste esperienze per agevolare il confronto e la crescita di tutti i giovani iscritti, da quelli agli inizi a quelli ormai vicini a uscire, per limiti di età, dall'associazione.



