

Il 2016 a Donnafugata, un anno carico di emozioni, di risultati e di nuove sfide

DI LA REDAZIONE · PUBBLICATO 29 DICEMBRE 2016 · AGGIORNATO 26 DICEMBRE 2016



Con il 2016 si chiude per Donnafugata un anno carico di emozioni, risultati raggiunti e avvincenti sfide all'orizzonte. Sicuramente un anno che rimarrà nei cuori di tutti i winelover per la perdita di Giacomo Rallo, fondatore di Donnafugata insieme alla moglie Gabriella. Per la sua umanità, la capacità di visione e la volontà di fare squadra con i colleghi produttori, Giacomo Rallo è stato un protagonista del rinnovamento del vino siciliano, i cui valori continueranno a dare frutti preziosi.

Un 2016 che fin dal suo inizio ha riservato grandi sorprese con il reportage realizzato da Monica Lerner per Wine Advocate, sul Ben Ryé e la viticoltura eroica di Pantelleria. Una degustazione di 22 annate per una verticale senza precedenti del vino simbolo dell'isola dove, a condizioni estreme quali il vento incessante e i terreni in forte pendenza, la sapienza del contadino pantesco ha

risposto con i terrazzamenti, i muretti a secco e la pratica agricola della vite ad alberello, riconosciuta patrimonio Unesco. Un territorio di straordinario valore naturalistico come riconosciuto dall'istituzione di Pantelleria quale Parco Nazionale, il primo in Sicilia.

Da un'etichetta simbolo all'altra, dal Ben Ryé al Mille e una notte; al Vinitaly Donnafugata ha reso omaggio a Giacomo Tachis e al Mille e una notte, vino nato da un ambizioso progetto che Giacomo Rallo volle condividere con l'enologo scomparso quest'anno: produrre un grande rosso nella Tenuta di Donnafugata a Contessa Entellina. Come per il Ben Ryé, anche il Mille e una notte è stato protagonista di una verticale storica di tutte le annate prodotte realizzata da Ian D'Agata per Vinous.

La cinquantesima edizione del Vinitaly verrà ricordata anche per la presentazione ufficiale delle nuove collezioni di Donnafugata che escono dagli schemi delle segmentazioni classiche e raccontano i vini con gli occhi dei fan. Un'inversione di prospettiva che ha messo al centro le esperienze delle persone e le loro aspettative; l'azienda ha così presentato i quattro desideri chiave che guidano le scelte dei suoi appassionati verso altrettante collezioni: la ricerca di esclusività che conduce ai vini "Icona", quella di fascino per i vini di "Eleganza Mediterranea", di sintonia con i "Versatili di carattere" ed infine di buonumore per i "Freschi e Fruttati". Un modo nuovo di vivere una gamma di vini che si distinguono per piacevolezza e complessità.

Anche lo stand di Donnafugata, nella componente visual di Vinitaly, ha presentato un forte richiamo alle etichette artistiche simbolo dell'azienda, impreziosito dalle creazioni di Paola Lenti. Un connubio tra due eccellenze del Made in Italy nel segno del fare sartoriale.

A Maggio arriva un importante riconoscimento per Antonio Rallo eletto – ed è la prima volta per un siciliano – Presidente di Unione Italiana Vini, la principale organizzazione che rappresenta la filiera vitivinicola italiana.

Con la vendemmia 2016 Donnafugata realizza, nella Sicilia orientale, l'obiettivo di produrre i

vini delle prestigiose denominazioni Etna, Cerasuolo e Vittoria. Antonio e José Rallo: “Un progetto di lungo termine condiviso con i nostri genitori Giacomo e Gabriella, per proporre l’eccellenza del vino siciliano, da Contessa Entellina a Pantelleria, dall’Etna a Vittoria, tutti territori di straordinario potenziale.” Sull’Etna Donnafugata conta su 15 ettari di vigneti in produzione, tra Nerello Mascalese e Carricante, sul versante nord del vulcano, a Randazzo; nelle terre di Cerasuolo di Vittoria e Frappato, i vigneti ammontano a 18 ettari, con il Nero d’Avola ed il Frappato.



Importanti novità hanno riguardato anche l’enoturismo con il lancio di visit.donnafugata.it un sito web interamente dedicato all’accoglienza, dove è possibile trovare le informazioni sui diversi percorsi di degustazioni proposti, e prenotare online la visita alle cantine storiche di Marsala, aperte tutto l’anno, e di Pantelleria, in estate, così come garantirsi la partecipazione agli eventi quali Cantine Aperte e Calici di Stelle.

Un’altra importante novità è stata l’apertura di un nuovo spazio multifunzionale dedicato alle degustazioni e show-room di tutte le etichette di Donnafugata: la quintessenza del concetto di accoglienza sartoriale dell’azienda che dalla fine degli anni ’90 ha aperto le proprie cantine agli appassionati, per promuovere la cultura del vino, attraverso un racconto fatto di emozione, che si percepisce nell’assaggio e resta nel cuore e nella mente.

Il 2016 si chiude infine con il lancio di un nuovo sito web per vivere le emozioni del mondo e dei colori di Donnafugata, appositamente pensato per porre la persona, i suoi desideri e la sua esperienza di navigazione, prima di tutto. Un viaggio che attraverso la modalità dello storytelling, narra i valori, i protagonisti, i territori e i vini dell’azienda. La sfida è quella di suscitare il massimo coinvolgimento, offrendo punti di vista privilegiati e proponendo un’esperienza immersiva.

Un anno decisamente intenso. E il viaggio di Donnafugata continua.

