

INCREDIBLE TRUTHS ABOUT WINE



와인 연재 기획 94 시칠리아의 신홍 명가, 돈나푸가타

DONNAFUGATA: A RISING WINERY FROM SICILY

지중해 최대의 섬 시칠리아에는 푸른 바다의 기운과 뜨거운 햇살을 머금은 최고의 와인이 존재한다. 바람에 긴 머리카락이 날리는 여인의 모습이 라벨에 그려진 돈나푸가타다. 아름다운 그림에 담긴 이야기들이 깊은 맛을 지닌 와인과 함께 친근하게 다가온다.

In the Mediterranean island of Sicily, excellent wine embodies the spirit of the sea and the hot sun. The wine Donnafugata bears the label of a woman whose long hair flows in the wind. The story behind the image carries a sense of familiarity, along with the wine's notably deep flavor.

by 방진식 Bang Jin-sik

© Donnafugata, Photos by Beatrice Pilotto, Fabio Gambina

1990년 봄, 이탈리아 남부 시칠리아 섬에서 프리미엄 와인 개발을 추진하던 돈나푸가타 와인 회사의 오너 자코모 랄로가 이탈리아 최고의 양조 전문가인 자코모 타키스를 와인 컨설턴트로 영입한다고 발표했다. 타키스는 이탈리아 대표 와인 산지인 토스카나 지역의 명가 안티노리의 와인메이커로 일하면서 1968년 프랑스 보르도 지방 재배 품종으로 명품 사시카이아를 개발해 슈퍼 투스칸이라는 새로운 카테고리 와인을 창조한 전설적인 인물이다. 타키스의 혁신적인 양조법은 토스카나에서 고급 와인을 제조하는 기준이 되었고 월드클래스 와인 솔리아아를 개발하면서 '슈퍼 투스칸 와인의 아버지'로 알려졌다.

랄로 가문 시칠리아 섬 서쪽에 있는 항구 도시 마르살라가 고향으로, 와인 사업은 1851년 디에고 랄로가 와인 회사를 설립해 마르살라 강화 와인을 생산하면서 시작했다. 마르살라 와인인 화이트와인에 알코올을 첨가해 도수를 높인 강화 와인으로 1773년 영국 상인 존 우드하우스가 마르살라에 들렀다가 발견했다. 이 와인은 스페인의 대표적 강화 와인인 셰리와인을 만드는 솔레라 시스템과 유사하게 오크통에서 와인을 숙성시키는 페르페툼 방식으로 생산해 아로마가 풍부하고 품질이 우수했다. 우드하우스가 영국에서 판매하면서 알려지기 시작했고 19세기에는 유럽과 아메리카로 수출이 확대되어 시칠리아를 상징하는 와인이 되었다. 그러나 제2차 세계대전으로 포도밭이 전쟁터가 되어 막대한 피해를 입은 마르살라 와인인은 경쟁력을 상실하여 위기에 직면했다.

이 무렵 기업을 물려받은 자코모 랄로는 마케팅 전문가로 가문의 와인 사업을 일으키려면 세계 와인 시장에서 수요가 급증하고 있는 일반 와인을 생산해야 한다고 판단했다. 이즈음 아내 가브리엘라가 콘테사 엔텔리나 포도밭을 상속받자 부부는 포도나무 관리 방법을 개선해 시칠리아 토착 포도의 품질 향상에 주력했다. 1983년 회사 상호를 돈나푸가타로 바꾸고 화이트와인 안틸리아를 개발했다. 연이어 토착 청포도 안소니카로 최초 프리미엄 화이트와인 비냐 디 가브리리를 만들었다. 다음 주목한 곳은 시칠리아 섬과 아프리카 사이에 있는 화산섬 판텔레리아로 연중 강한 바람이 분다. 청포도 치비보가 자라기에 척박해 강한 바람으로부터 보호하기 위한 알베렐로 판테스코라는 독특한 수형을 만들어 유네스코 세계문화유산으로 지정된 와인 산지다. 자코모는 이곳의 포도밭을 구입해 고급 스위트 화이트와인 벤 리에를 개발했다.

그러나 자코모는 토착 포도로 와인 개발을 시도하면서 품질 개선에 한계를 느껴 양조 전문가인 자코모 타키스를 영입한 것이다. 타키스는 콘테사 엔텔리나 포도밭을 둘러보면서 시칠리아의 대표적 포도 네로 다볼라에 주목했다. 와인 개발 경험이 풍부한 그는 토착 포도 네로 다볼라가 우량 품종임을 단숨에 알아보고 프리미엄 와인 개발이 가능하다고 판단했다. 첫 작품으로 네로 다볼라와 카베르네 소비뇽을 섞은 레드와인 탄크레디를 선보이자 평론가들은 시칠리아산 특급 레드와인으로 평가했다. 이에 자신감을 얻은 타키스는 최상급 네로 다볼라 포도를 골라 와인을 만들어 24개월 동안 오크통에서 숙성시킨 뒤 병에 담아 1년간 병 숙성 과정을 추가했다. 타키스가 열정을 쏟아 개발한 고급 레드와인은 세계적인 문학 작품 <천 일야화>의 제목을 따서 '밀레 에 우나 노테'로 정했다. 이 와인이 출



In the spring of 1990, owner Giacomo Rallo of Tenuta di Donnafugata announced that he had recruited top oenologist Giacomo Tachis. Tachis is a legendary figure who pioneered the stellar Super Tuscan wine using the Sassicaia that was developed from the grapes of the French Bordeaux region in 1968 while he was working as a winemaker for Marchesi Antinori Ltd., a renowned winery in Tuscany. Tachis's revolutionary oenological methods became a standard for making fine wine. After developing the world-class Solaia wine, he came to be known as the "father of Super Tuscan wine."

The Rallo family is native to Marsala, a port city located in the west of Sicily. The family's wine business began when Diego Rallo set up a wine company, Casa Vinicola Diego Rallo & F., and started producing fortified Marsala wine in 1851. The Marsala wine is made by adding alcohol to white wine, making the alcohol content higher and stronger. This process was discovered when the British merchant John

1 밀레 에 우나노테 2 포도수확 작업 3 돈나푸가타 전경
1 Mille e Una Notte 2 Grape harvest 3 View of Donnafugata winery



1 와인 셀러 2 안토니오 람로 3 자코모 람로
1 Wine cellar 2 Antonio Rallo 3 Giacomo Rallo

시되자 투박하면서도 깊고 고상한 맛에 매료된 평론가들이 시칠리아 최고의 월드클래스 와인이라고 극찬했다. 시칠리아 토착 포도로 개발한 밀레 에 우나 노테가 특급 와인으로 명성을 얻으면서 돈나푸가타는 시칠리아를 대표하는 신흥 명가로 자리 잡았다. 오랫동안 싸구려 와인 산지로 취급되던 시칠리아가 새로운 프리미엄 와인 산지로 주목받기 시작했다.

돈나푸가타 문학 작품이나 신화를 와인 사업에 활용해 예술 마케팅을 구사하는 대표적인 회사다. 상호인 돈나푸가타는 시칠리아 출신 소설가 주세페 토마시 디 람페두사가 지은 <레오파드>에 나오는 살리나 왕자의 시골 장원 이름이다. 이 장원은 1800년대 초 나폴리 왕국 페르디난드 4세의 왕후 마리아 카롤리나 나폴레옹 군대의 침입을 피해 시칠리아로 도망 와서 머문 피난처를 소설에 등장시킨 것으로 현재는 콘테사 엔텔리나 포도밭이 되었다. 돈나푸가타는 '도망치는 여인'이라는 의미로, 라벨에 그린 머리카락을 휘날리는 여인은 카롤리나 왕후를 이미지화한 것이다. 와인 이름은 문학 작품에서 따왔는데 탄크레디는 소설 <레오파드>의 남자 주인공이고, 루메라는 시칠리아 전통 시에 등장하는 여주인공이다. 리게아는 <레오파드>에 나오는 바다 요정이고, 세에라자드는 <천일야화>의 주인공으로 와인의 특성에 어울리는 인물을 골라 스토리텔링이 가능하게 했다.

1990년대 초 자코모의 딸 조세와 아들 안토니오가 와인 사업에 합류했다. 조세는 아마추어 재즈 뮤지션으로 '돈나푸가타 와인과 음악' 그룹을 만들어 보컬을 맡았다. 그녀는 와인 특성에 어울리는 재즈를 선곡해 와인을 선전하는 활동을 했는데 2005년 뉴욕의 세계적인 재

Woodhouse was forced to land at Marsala in 1773. This wine adopts the same method of the Solera system to produce Spain's representative fortified Sherry wine. The method is called in perpetuum—a process where wine is matured in oak barrels, which creates a high-quality wine with bountiful aroma. It became well-known after Woodhouse started distribution in Britain. In the 19th century, it was further exported to Europe and the Americas and became known as the representative Sicilian wine. However, when World War II devastated the vineyards, the Marsala wine faced a crisis.

At the time, Giacomo Rallo, who inherited the family business, was a marketing expert. He saw that the company needed to produce still wine. The demand for still wine had been rapidly growing in the global market. At the same time, his wife Gabriella inherited her family's vineyard Contessa Entellina, and the husband and wife duo set out to improve their grapevine maintenance to increase the quality of the native Sicilian grapes. In 1983, the company changed the name to Donnafugata and developed the white wine, Anthilia. Soon, the company produced Vigna di Gabri, the first premium white wine using Ansonica—the indigenous green grapes of Sicily. Located between Sicily and Tunisia, the volcanic island Pantelleria has snow and wind throughout the year, making unfavorable conditions for Zibibbio grapes. The agricultural practice, Alberello Pantesco, was developed to protect the grapes and is now designated as a UNESCO World Intangible Heritage of Humanity. This technique shapes the Zibibbo vines. Donnafugata bought a vineyard on the island and developed the Ben Ryé, a sweet white wine, using this vine-shaping system.

However, Giacomo Rallo saw the limits of improving wine quality with local grapes and recruited winemaker Giacomo Tachis. After surveying Contessa Entellina's vineyards, Tachis examined the Sicilian red Nero d'Avola grapes. He concluded that the Nero d'Avola grape was of stellar quality and had the ability to produce premium wine. His first wine was a red called Tancredi, which was produced by mixing the Nero d'Avola with Cabernet Sauvignon. Critics praised it as a premium Sicilian wine. Encouraged, Tachis chose the top-grade Nero d'Avola to produce wine. The wine matured for 24 months in an oak barrel and kept for one year in a bottle-ageing process. The red wine born of Tachis's passion and hard work was

DONNAFUGATA'S WINES 돈나푸가타생산와인

돈나푸가타는 마르살라 와인을 생산하던 랄로 가문의 4대 후손인 자코모 랄로가 1983년 설립한 와이너리로 시칠리아를 대표한다. 18종의 와인을 생산하며 플래그십 와인은 밀레 에 우나 노테와 최고급 디저트 와인인 벤 리에. 대중적으로 인기 높은 와인은 안틸리아와 세다라다.

Donnafugata is a rising Sicilian winery set up in 1983 by Giacomo Rallo, the fourth generation of the Rallo family that had produced Marsala wines. They harvest local and imported varieties to produce 18 types of wines. The flagship wine is the Mille e Una Notte; the dessert wine Ben Ryé; while the popular wine is the Anthilia and Sedàra.

즈 클럽 블루노트에서 공연하면서 와인 홍보에 큰 공을 세웠다. 안토니오는 팔레르모 대학에서 포도 재배와 양조학을 전공하던 중 1년간 북부 에밀리아로마냐 주에 있는 피아첸차 대학에서 저명한 마리오 프레고니 교수로부터 와인 지식을 전수받았다. 프레고니 교수는 포도밭이 최고의 연구실이라는 철학을 가진 학자로 안토니오가 토착 포도에 관심을 가지게 된 계기가 되었다. 학교 졸업 후 독일 와인 수입회사에서 세계 와인에 대한 시야를 넓혔고 시칠리아로 돌아와서 밀레 에 우나 노테 와인 개발에 동참해 양조 실력을 쌓았다. 작년 자코모가 타계한 후, 사장이 된 안토니오는 우수한 토착 포도 육성이 고급 와인을 개발하는 핵심 조건이라는 신념을 가지고 실험 포도밭을 만들어 19종의 토착 품종 연구를 진행하고 있다. 안토니오는 “랄로 가문의 목표는 돈나푸가타 와인의 품질을 향상시켜 고객에게 만족과 즐거움을 선물하는 것이다”라고 말한다. 랄로 가문이 시칠리아 자연환경에 적합한 토착 포도로 생산할 개성 넘치는 와인들을 앞으로도 기대해본다. ■

방진식은 대한민국 최초의 와인 박사로 대한항공 와인 컨설팅을 담당하고 있다.



called Mille e Una Notte, named after the literary classic *Arabian Nights*. When it was introduced, the critics were enraptured by its bold and elegant flavor, and labeled it a world-class wine. The Mille e Una Notte rose to fame as the premium wine made with indigenous Sicilian grapes and Donnafugata saw its popularity grow as the representative Sicilian winery. Sicily, which was once regarded as an island that produced cheap wine, was now seen as a region where premium wines could be found.

Donnafugata knows how to use inspiration from classic literature or myths to promote its wines. For example, the company's name Donnafugata is the name of Prince Salina's estate that appears in *Il Gattopardo* (or *The Leopard*), written by Sicilian novelist Giuseppe Tomasi di Lampedusa. This estate appears in the novel as the place where Queen Maria Carolina of Naples, wife of Ferdinand IV, took flight from the advancing Napoleon forces. The name "Donnafugata" means "woman in flight" and is represented by the logo of a woman whose hair is blowing in the wind.

The name of the wine came from literature as well. Tancredi is a nod to the male protagonist in *The Leopard*, while Lumera is the female protagonist that appears in a traditional Sicilian poem. Lighea is the name of the sea fairy that also appears in *The Leopard*, and Sherazade is the queen in *Arabian Nights*. The company chose names that people could easily recognize as characters from literary works.

In the early 1990s, Giacomo's daughter José and his son Antonio joined the family business. José was an amateur jazz musician who formed the Donnafugata Music & Wine group where she was the vocalist. She took charge of selecting the music that best fit with the wines and promoted them. Her notable stint was performing at New York's Blue Note Jazz Club in 2005, where she promoted her family wines. Antonio, who studied oenology and viticulture at Palermo University, also studied under the renowned professor Mario Fregoni at Università di Piacenza in Emilia-Romagna. Professor Fregoni believed that the vineyard was the best laboratory for students, and it was one of the reasons why Antonio's interest in indigenous grapes grew. After graduating, he worked for a German wine importing company where his outlook on the industry broadened. After returning to Sicily, he took part in developing the Mille e Una Notte wine to add to his oenological skills.

Antonio succeeded as the company's president when his father Giacomo passed away last year. Standing by his convictions that quality indigenous grapes yield premium wines, Antonio created an experimental vineyard where he is conducting research on 19 indigenous varieties. "We aim to improve Donnafugata's quality over time and provide results that satisfy and please the consumers," Antonio said. We anticipate more unique wines produced by the Rallo family from Sicilian grapes. ■

Bang Jin-sik is Korean Air's consultant for in-flight wine.

DONNAFUGATA'S ARTISTIC LABELS 돈나푸가타아트라벨

돈나푸가타는 1994년부터 눈길을 사로잡는 아트 라벨을 제작했다. 라벨 작업은 가브리엘라가 맡고 있는데 그녀가 낸 아이디어를 삽화가 스테파노 비탈레가 그리면 디자이너와 의논해 라벨을 완성한다. 처음 개발한 아트 라벨은 라푸가로 바람에 날리는 긴 머리카락의 여성은 돈나푸가타를 상징한다.

Donnafugata has been releasing colorful labels since 1994. The labeling work is done by Gabriella Rallo. She comes up with the ideas, upon which Stefano Vitale sketches and the label is decided in discussion with the designer. The company's first artistic label was La Fuga, the image of a woman whose hair is blowing in the wind, symbolizing Donnafugata.