



Cult, March



PERSONAGGIO

Marilena Barbera

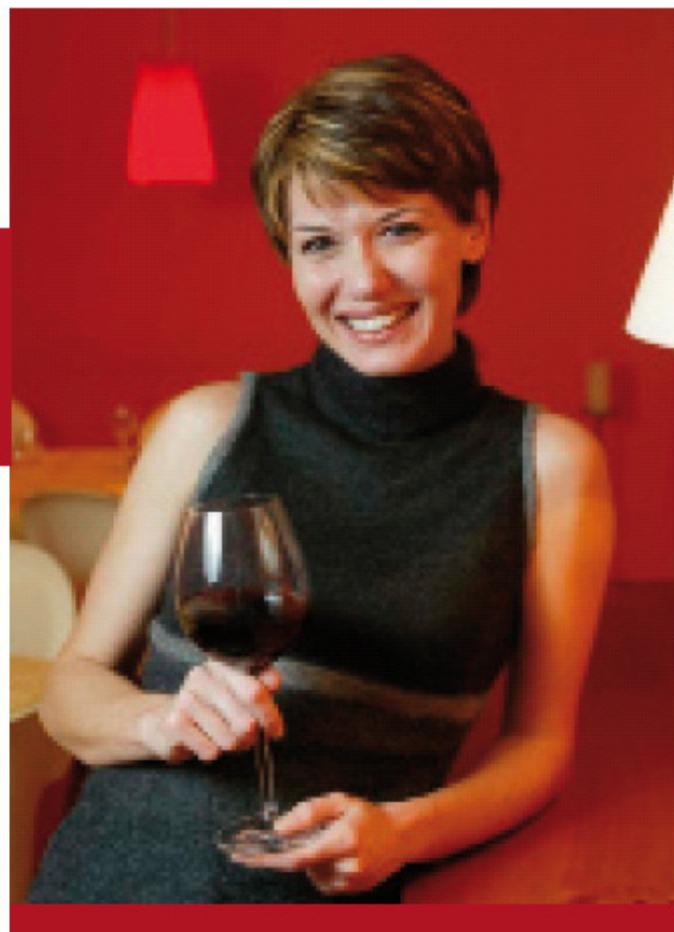
AMBASCIATRICE DEL VINO



*Da bambina sognava
di intraprendere la
carriera diplomatica.
Oggi è un'imprenditrice
vitivinicola, a capo della
Italian Wine Alliance, conosce
più lingue e viaggia in tutto il mondo
per promuovere il nettare siciliano*

di Giusy Messina

Aspasso tra i meridiani, è difficile intercettarla in viaggio tra gli States, la Cina e l'Italia. Finalmente ci riusciamo. E incontrarla e conoscerla diventa tutt'uno. Perché la sua faccia aperta, lo sguardo solare la raccontano senza incertezze. Sarà merito del capello corto che le dà quell'aria abarazzina che spazza di colpo i primi "anta" compiuti da poco oppure l'energia che trasmette quando parla del suo lavoro, che dimentichi che Marilena Barbera è una donna che nel mondo del vino è una che sa il fatto suo. Determinazione, entusiasmo, i punti di forza del suo carattere che uniti alla capacità imprenditoriale di saper "futare" l'aria e di sperimentare nuove forme associative per competere sul mercato internazionale, la portano al vertice dell'Italian Wine Alliance, un consorzio di nove aziende vitivinicole italiane che rappresentano 32 denominazioni. Con un catalogo di oltre cento vini complementari tra loro e posizionati su diversi livelli di prezzo, hanno un comune obiettivo: la conquista del mercato cinese. «Insieme sviluppiamo le attività promozionali, ma non solo: offriamo servizi logistici unificati - spiega - veniamo rappresentati dallo stesso ufficio commerciale, abbiamo un listino prezzi unico e trasparente e condividiamo i medesimi importatori». Parola chiave: sinergia. «Sono quelle famose sinergie di cui tutti parlano, ma che poi si fa fatica a mettere in pratica: c'è bisogno innanzitutto di fiducia e stima reciproca, di comprendere che davvero, da soli, non si va da nessuna parte». E i risultati infondono ottimismo. «I numeri sono in crescita: aumento delle vendite sia in termini di quantità che di fatturato, con un +133 per cento sullo scorso anno».



La strada per il vino siciliano è tutta in salita in quel mercato potenzialmente sconfinato con un miliardo e mezzo di persone affascinate dalla cultura italiana. «Vengono percepiti solo i brand territoriali più famosi (Amarone, Barolo, Brunello e poco altro) e spesso elegati dall'effettiva conoscenza della loro localizzazione geografica. E i territori meno conosciuti, come la Sicilia, hanno un'estrema difficoltà a far emergere le loro peculiarità. Ma noi ci siamo e stiamo investendo per contribuire a sviluppare una maggiore consapevolezza della qualità e unicità del vino siciliano». Proprietaria e wine maker dell'azienda di famiglia, da bambina sognava la carriera diplomatica, ma poi, come diceva Paschal, «è il cuore a conoscere quelle ragioni che la ragione non conosce». «Sono tornata in Sicilia perché sentivo il bisogno di dare concretezza ai 15 anni di studio spendendomi per la mia terra. Capisco che detto così può sembrare retorico, ma davvero dopo tanti anni trascorsi fuori ero stanca di avere una valigia invece di una casa. Ho sentito che era giunto il momento di dare il mio contributo qui». Viticoltori da tre generazioni, è il padre Pietro, da grande amatore e collezionista di vini, a sperimentare, in prima persona, la vinificazione delle migliore uve delle tenute di Belicello, nel territorio Doc di Menfi, nell'Agrigentino. È il momento in cui la Sicilia scommette sul vino. Marilena vuole esserci. «Il vino è stato fondamentale per dare corpo a questa decisione: da diversi anni in famiglia stavamo "giocando" a fare il vino, poi



Cult, March



si è concretizzata l'opportunità di farlo per davvero e l'ho colta al volo». Passione e lavoro si fondono senza limiti di tempo. Anzi, lo dilatano. Segue da vicino l'intera filiera: dalla vigna alla cantina, dalla contabilità al marketing che segue sia in Italia che all'estero, curando personalmente la gestione delle reti vendita, il contatto con i clienti e le relazioni con importatori e distributori in 14 paesi del mondo, grazie anche alla conoscenza delle lingue. E nonostante i successi ottenuti, non le piace proprio essere definita una donna in carriera. «Perché - spiega con un sorriso - non ho mai pensato al mio lavoro come a una "carriera", ma come a una grande fortuna, perché quello che faccio mi piace e mi diverte moltissimo».

Instancabile, si sta dedicando al consolidamento del mercato americano attraverso un programma promozionale triennale che la porterà a viaggiare in almeno 14 stati degli Usa tre volte l'anno. Ma il cuore batte a Menfi, dove, in qualità di presidente della Strada del Vino delle Terre Sicane, è in prima linea nella tutela del legame tra identità del vino e il terroir d'origine. «Mi coinvolge particolarmente perché riguarda il territorio a me più vicino che ha enormi potenzialità ancora inespresso soprattutto nel turismo». E da quattro anni la Strada del Vino delle Terre Sicane ha legato il suo nome a un evento culturale che accende i riflettori su questa vivace e dinamica realtà siciliana. Il premio "Donne & Vino" è diventato un appuntamento annuale con l'obiettivo di valorizzare la professionalità delle donne

in un settore prettamente maschile. Lei non ha dubbi: «Competenza e professionalità non sono una questione di genere. Nella vita come nel lavoro». Ma da donna ha incontrato delle difficoltà in questo lavoro? «Le difficoltà si susseguono ogni giorno, ma non credo dipendano dall'essere uomo o donna. Esempio imprenditoria è complesso, le sfide sono sempre nuove e bisogna essere flessibili, creativi». Fare impresa in Sicilia è più complicato che altrove. «Il nostro sistema economico e politico scoraggia l'iniziativa privata, l'impatto della burocrazia e della pubblica amministrazione sul business spesso è deleterio, soffoca la capacità dell'impresa di stare sul mercato imprigionandola in molteplici adempimenti inutili, le difficoltà di accesso al credito stanno diventando un ostacolo quotidiano quasi insormontabile. È come dover correre - si sfoga - con il freno a mano tirato: si fa una grande fatica per stare al passo con gli altri». Il segreto per non mollare è la passione ma anche, consiglia ai giovani, la «formazione perché in un mondo complesso è indispensabile avere un'ottima preparazione per poter affrontare la competizione che si gioca a livello internazionale». Cosmopolita, Marilena Barbera conserva un sogno... e lo porta in giro per il mondo. «Cantine Barbera per me non è solo lavoro, non è solo azienda: è stato il sogno di mio padre, che adesso è diventato il mio. È il mio modo per sentirlo vicino ogni giorno ed è una bellissima eredità: esistere nel progetto di vita di qualcun altro dopo di te significa non morire mai».