

Lia Tolaini

La leadership è passione più visione

di Barbara Amoroso Donatti





È una leader Lia Tolaini, figlia di un 'sogno americano' realizzato e della fusione di Vecchio e Nuovo mondo. Pierluigi Tolaini è partito giovane per cercare fortuna in Canada e ci è riuscito, aprendo una strada anche per lei che però quella strada se l'è dovuta guadagnare sul campo. Oggi importatrice di Wine & Spirit e produttrice di Chianti Classico con l'omonima azienda, noi di Luxury l'abbiamo raggiunta perché bene sognare, ma per arrivare in fondo serve grinta e idee chiare.

Suo padre ha incarnato il sogno americano, andare in America, fare fortuna e tornare a 'casa'. Che cosa le ha raccontato di questo sogno americano?

"Ci ha sempre raccontato che se non fosse stato povero, non sarebbe andato via. Per partire con un biglietto

di sola andata ci vuole coraggio, e credo una persona lo faccia solo se ha poco da perdere. Alla fine della sua vita (Pierluigi Tolaini è scomparso nel 2020 ndr) si sentiva parte del Canada, il paese che ringraziava sempre per tutte le opportunità che gli aveva dato. È anche vero che ha saputo cogliere queste opportunità: era un ragazzo con la licenza media e per fare la fortuna che ha fatto, se non ci fossero state possibilità di crescita, non avrebbe mai potuto costruire la TransX, l'azienda di trasporto privato più grande del Canada. L'ha venduta un anno prima di lasciarci alla Canadian National Railway, le ferrovie dello Stato Canadese. In questo modo la sua azienda esiste ancora. Se si ha voglia di lavorare tanto, America e Canada sono paesi che offrono molte opportunità".

In questo sogno americano si è poi innestata lei, come figlia e collaboratrice, ma sappiamo che non c'è stato nulla di scontato e semplice in questo percorso...

"Mi ha sempre colpito che non volesse trattenermi in Italia. Veniva in vacanza ma partiva dopo pochi giorni. Io non volevo mai andare via e appena ho potuto, nel 1986, mi sono trasferita in Italia. Ho vissuto tre anni a Firenze e in quel periodo ho continuato ad apprezzare l'Italia, il senso della famiglia, la tavola, la convivialità che non esisteva in Canada. Il vino, mangiare e l'importanza del trattenermi a chiacchierare e prima di alzarsi, programmare la cena o il pranzo successivo. Era una cosa folle, ma mi piaceva. Mi piaceva cucinare e ho iniziato ad apprezzare anche il vino. In Canada le famiglie stavano sedute poco e non bevevano vino. Per i ragazzi in Italia invece era normale avere il pane e il vino a tavola. Mangiare e bere è un'arte in Italia".

L'amore per il Bel Paese fa parte di Tolaini, ma la vita a volte ha altri programmi.

"Poi ho conosciuto mio marito e sono tornata in Ca-

nada, ho aperto un negozio di vino con mia sorella. In questo modo ho unito la mia passione per il vino a un lavoro che mi riportava in Italia. Poco tempo dopo mio padre è tornato qui per costruire nel Chianti Classico la nostra cantina. Ho lasciato la mia attività canadese con l'idea di assistere mio padre in questa nuova sfida. Nel 2004 abbiamo fondato un'azienda d'importazione di vino negli USA (Banville Wine ndr). Capisco solo ora che mio padre ha inventato quel lavoro per tenermi fuori dai suoi affari! Avevamo un manager e un paio di impiegati e venditori. La sua idea era che lavorassi affiancata da un manager. Essendo una donna con tre figli e un marito, lui era attento a quanto tempo dedicavo al lavoro. Dopo tre mesi ho licenziato il manager e ho capito che sapevo molto di più di quello che pensavo. Ho lavorato venti ore al giorno per anni, andando avanti e indietro dal Canada nei weekend per stare con la mia famiglia. Non so come ho fatto, ero sempre su un aereo. Oggi alla Banville abbiamo 70 impiegati e importiamo 70 cantine importanti, principalmente da Italia e Francia".

A sinistra una foto di Lia Tolaini.

In basso una foto dell'angolo degustazione della cantina Tolaini nel Chianti Classico tra anfore e barriques.





In alto una foto di Lia Tolaini con il team di Banville Wine.

A destra una foto del bollino con Gallo Nero appannaggio dei Chianti Classico DOCG.

Oggi la intervistiamo come imprenditrice perché in questo percorso impegnativo ha 'vinto' lei. Ci racconta i momenti clou in cui è partita 'in svantaggio' e invece poi ha preso il volo?

“Uno svantaggio grosso all’inizio era che io fossi una donna nel mondo Wine and Spirit americano, settore dominato dagli uomini. Ero un’importatrice, donna, giovane, senza esperienza, italo-canadese che lavorava negli USA... una cosa folle. Non so se ci sono altre donne che hanno avviato un’azienda d’importazione di vino da sole riuscendo a farla crescere, ma ricordo tanti produttori di vino che mi mettevano la mano sulla spalla, e con un sorriso decidevano di non venire in America con la Banville Wine. Era un fatto: non credevano in me. Ma non ci ho pensato molto, anzi quasi mai. Il successo ottenuto anni dopo con i produttori partner cresciuti con noi, è stata la mia rivincita”.

Di cosa si occupa Banville Wine?

“Siamo un importatore nazionale di Fine Wine, copriamo 48 stati con una squadra di 10 manager. L’Head Office è a New York, un Brownstone di tre piani, con un piano come aula per ospitare seminari su vino e promuovere la conoscenza del vino presso venditori e clienti. Per noi è importante la definizione Fine Wine perché negli USA bisogna distinguere fra il vino come beverage e quest’ultimi. Esistono vini commerciali che non hanno alle spalle una storia familiare di vigneron o un legame col territorio. Invece le aziende che rappresentiamo sono solo produttori vitivinicoli. Raccontiamo le loro storie, per far trasmettere alle persone dove viene prodotto un vino, che le sue caratteristiche derivano da un determinato luogo, dalle persone che coltivano i vigneti”.

Sull’America ci sono miti anche come consumatori di vino: poco attenti al palato e rapiti da packaging vistosi. Cosa è vero e cosa no?

“Il mito degli americani che non capiscono di vino è finito e chi crede in questo sbaglia alla grande. Il mondo anglosassone è molto avanti nella cultura del vino se parliamo di tipo di bicchiere, temperatura di servizio, conoscenza dei territori del vino. In USA, CMS (Court of Master Sommeliers) e WSET (Wine and Spirit Education Trust) sono frequentati da moltissime persone che lavorano nell’hospitality. Difficile andare in un ristorante di livello in USA e non trovare almeno uno o due sommelier certificati del CMS o WSET”.

Il vino è diventato moda e sono esplosi i nomi sul mercato. C’è spazio per tutti o ci sono dei modelli di business che secondo lei non sopravvivranno?

“Il pubblico cerca sempre di più l’autenticità del bere vino di un certo livello. Se vogliono spendere poco, allora il vino commerciale può andare bene. Per chi apprezza il vino è sempre più importante il racconto della provenienza, di chi lo fa e come lo fa”.



Come vede il futuro delle sue due attività?

“L’Italia sta crescendo molto e continuerà a farlo, le sue varietà di uve autoctone non le ha nessun altro paese. Il mondo di appassionati è pieno di curiosi e l’Italia offre molti prodotti di qualità a prezzi ragionevoli. Sarà interessante vedere con il cambiamento climatico quali paesi usciranno vincenti. L’acqua sarà sempre più importante e luoghi dove oggi si può coltivare l’uva, fra 20 anni forse non saranno più adatti. Ad esempio, nel sud dell’Inghilterra fanno degli spumante che hanno le caratteristiche degli Champagne. Il terroir è simile, ma più fresco”.

Il suo mantra da produttrice di vino e da business woman?

“Serve una squadra di persone esperta e competente,

ma che pensi in modo simile, dinamico, con la passione per il lavoro e leadership. Essere un leader vuol dire avere una visione, motivare gli altri a credere di poter raggiungere gli obiettivi”.

Abbiamo aperto l’intervista citando questo passaggio, perché quando siamo andati a trovarla nel Chianti Classico, quello che è stato papabile da subito è stato questo tratto dell’imprenditrice italo-americana. Capace di accogliere e mettere a proprio agio chi varca la soglia della sua casa, pronta a valorizzare il suo team rinnovando parola dopo parola fiducia e apprezzamento per il lavoro svolto fin lì insieme. Per la fine della nostra intervista ci lasciamo due topic Made in Usa e Made in Luxury: sogno americano e lusso.

In basso una vista su una parte del vigneto della tenuta toscana.

A destra un particolare della cantina aziendale.



Ai tempi della globalizzazione ha ancora ascendente sui giovani il sogno americano? E soprattutto, vale ancora provare?

“Sì, vale ancora la pena provare per fare un’esperienza globale. Ho due italiani che lavorano con me e avrei scommesso che sarebbero rimasti poco, invece dicono che non andranno mai via. Se uno vuole lavorare, l’America è un paese che premia sempre”.

Siamo una rivista di lusso, perciò la domanda di rito è: che lusso si concede Lia Tolaini?

“Mio padre mi ha lasciato il suo aereo G150: all’inizio volevo venderlo, ma eravamo in piena pandemia, viaggiare era difficile, per cui l’ho tenuto. E forse lo terrò ancora un anno o forse due... difficile ora viaggiare in economy!”.

