DOC Friuli: una denominazione moderna e che parla il linguaggio dei consumatori

scritto da Agnese Ceschi | 19 Febbraio 2025



La DOC Friuli si evolve con un approccio moderno e inclusivo. Il presidente Stefano Trinco traccia il percorso degli ultimi tre anni, dal nuovo disciplinare fino alla crescente affermazione della denominazione sul mercato. Promozione, formazione e incoming sono le sfide future per rafforzare il brand DOC Friuli.

Moderna, inclusiva e attenta ai gusti dei consumatori odierni: così si propone di essere la DOC Friuli. Per giungere a questo importante obiettivo ha lavorato assiduamente negli ultimi tre anni il Consorzio della DOC Friuli, presieduto dal **presidente Stefano Trinco**. La sua carica scadrà tra pochi mesi e successivamente si procederà al rinnovo delle cariche sociali,

ma le attività da fare sono ancora tante e l'entusiasmo non manca.

Le iniziative da portare avanti sono ancora molte perché questa denominazione è nata relativamente da poco tempo, nel 2016, ma nonostante la sua "giovane età" è la realtà che **rappresenta** al meglio **l'intero Friuli Venezia Giulia con circa 90 soci**. Per questo in questi ultimi tre anni di mandato, il presidente Trinco ed i suoi colleghi soci e collaboratori hanno lavorato molto per comunicare al meglio al consumatore le peculiarità di un territorio che è un mosaico di aree e vitigni, alcuni di questi rinomati in tutto il mondo, come Friulano, Ribolla Gialla, Sauvignon.

"Mi piace molto l'idea di una **denominazione inclusiva**: quando si svolgono queste cariche onorifiche è importante mettere a frutto il proprio ruolo per includere, e non dividere. Il nostro è un Consiglio coeso e partecipe e sempre in armonia, anche se c'è ancora tanto da fare. Vedo ancora troppe frizioni e fazioni nel mondo del vino oggi. Non si dà abbastanza peso ai Consorzi, che invece sono **un importante strumento per la tutela e la promozione**: solo così un territorio cresce veramente" spiega il presidente Stefano Trinco.

Uno dei più importanti obiettivi raggiunti nell'ultimo triennio è l'aggiornamento del **disciplinare di produzione**, che verrà presto approvato. "Ci stiamo avviando alla presentazione del nuovo disciplinare, che è uno dei punti fondamentali del nostro mandato. È la prima modifica da quando è nata la denominazione ed è volta a rendere il disciplinare più snello, moderno e consono ai tempi che viviamo" spiega Trinco.

La modifica più importante riguarda la **Ribolla Gialla spumante**, fatta per renderla più appetibile dal punto vista produttivo con una riduzione dei tempi di sosta sui lieviti e un aumento della resa in vigneto. "La genesi della nostra denominazione è legata alla Ribolla Gialla spumante, che non era inserita prima in nessuna denominazione friulana. Noi lo

abbiamo fatto per primi nel 2016, ma da allora molte dinamiche sono cambiate, così come i gusti dei consumatori: **il mercato vuole spumanti più leggeri e freschi**" aggiunge il presidente. Così le modifiche apportate al disciplinare prevedono che la Ribolla Gialla spumante possa essere prodotta con un mese, anziché sei mesi, di passaggio sulle fecce.

"Il mondo si è *prosecchizzato* – spiega Trinco – ma non dobbiamo cadere nell'errore di confondere la Ribolla Gialla con il Prosecco. Il Prosecco è aromatico, la Ribolla gialla non lo è. Dunque non si pone come alternativa al Prosecco". I vini della DOC Friuli parleranno con il nuovo disciplinare **un linguaggio moderno e più comprensibile per i consumatori**.

Una denominazione, quella della DOC Friuli, che sta crescendo nei numeri progressivamente ed è la più rivendicata in Friuli Venezia Giulia oggi. "**Sempre più produttori scelgono la DOC Friuli** e questo è un successo, oltre che un orgoglio per noi. Come Consorzio abbiamo sempre cercato di non "pestare" il terreno alle altre denominazioni, ma di proporci come una valida alternativa" aggiunge Trinco.

L'obiettivo principale del triennio appena passato è rimasto la **promozione per far conoscere il brand DOC Friuli**, che si è sviluppata prima internamente a livello regionale e poi si è estesa a livello nazionale, con la partecipazione ad importanti eventi di settore a Milano, Roma e Napoli. "I nostri obiettivi per il futuro riguardano la **formazione B2B per i nostri soci, l'organizzazione di incoming sul territorio e la rinnovata partecipazione ad eventi e fiere**. La nostra è una denominazione che nasce fortunata, perché porta con sé il nome della nostra regione, il Friuli Venezia Giulia, e questo ci dà un'importante carta da giocarci sul piano della promozione e del riconoscimento" conclude il presidente Trinco.

Punti chiave:

1. **Modernizzazione del disciplinare** – La DOC Friuli ha aggiornato il proprio disciplinare per rendere la produzione più agile e rispondere meglio alle esigenze del mercato.
2. **Evoluzione della Ribolla Gialla spumante** – Il nuovo disciplinare riduce i tempi di affinamento sulle fecce da sei a un mese, mantenendo la differenza rispetto al Prosecco.
3. **Crescita della denominazione** – Sempre più produttori scelgono la DOC Friuli, rendendola la denominazione più rivendicata della regione.
4. **Strategie di promozione** – Il Consorzio ha puntato su eventi nazionali e internazionali per rafforzare il brand e aumentare la riconoscibilità.
5. **Prossimi obiettivi** – Focus su formazione B2B, incoming e consolidamento del posizionamento della DOC Friuli sul mercato.