Pres. Zuliani, Cantina Rauscedo: “Una cooperativa cresce quando coinvolge le persone e costruisce consenso”

scritto da Emanuele Fiorio | 23 Settembre 2026

Dopo 75 anni di storia, Cantina Rauscedo affronta una nuova fase puntando sulla forza della propria comunità. Antonio Zuliani racconta una cooperativa chiamata a innovare senza perdere identità, investendo su competenze, sostenibilità e valorizzazione del marchio. Una sfida resa ancora più complessa dai cambiamenti climatici e dall’evoluzione dei mercati, da affrontare insieme ai soci.

Settantacinque anni non sono un punto d’arrivo, ma una

responsabilità verso il futuro. Nelle parole di **Antonio Zuliani, Presidente di Cantina Rauscedo**, l'anniversario diventa soprattutto l'occasione per misurare la solidità di una comunità e la capacità della cooperativa di continuare a evolvere senza perdere la propria identità. **Al centro ci sono i soci, il valore delle relazioni, il trasferimento di nuove competenze** e una formazione sempre più necessaria per affrontare cambiamenti climatici e trasformazioni del mercato. Una visione nella quale la sostenibilità non è soltanto un esercizio di trasparenza, ma uno strumento concreto di gestione e miglioramento. E mentre Cantina Rauscedo guarda ai prossimi cinque anni, la sfida indicata da Zuliani è chiara: **creare nuovo valore per i soci, innovando con coraggio ma senza smarrire le ragioni profonde** che hanno dato origine alla cooperativa nel 1951.

Ora che le celebrazioni del 75° Anniversario sono alle spalle, qual è il momento della giornata che le è rimasto più impresso e qual è stato il significato più rappresentativo di questa giornata?

Il momento che porterò con me è stato vedere insieme soci, collaboratori, famiglie, istituzioni e partner. **In quella serata non abbiamo celebrato soltanto un Anniversario, ma una comunità** che da 75 anni continua a costruire il proprio futuro. È stato il segno concreto che la nostra cooperativa è viva e guarda avanti con fiducia.

Vedere riuniti in un unico evento soci, collaboratori e territorio: cosa le ha restituito quel momento sullo stato reale

della coesione all’interno della cooperativa?

Mi ha confermato che la forza di Cantina Rauscedo non è soltanto nella qualità dei vini, ma nella qualità delle relazioni. Quando realtà diverse condividono la stessa direzione significa che **esiste una cultura aziendale solida. È questo che permette ad una cooperativa di affrontare anche le sfide più difficili.**

Settantacinque anni sono tanti: se dovesse scegliere un momento particolarmente significativo della storia di Cantina Rauscedo come punto di svolta, quale sceglierebbe e perché?

Più che un singolo episodio, credo sia stata la **capacità di evolvere senza perdere la propria identità.** Ogni generazione ha saputo prendere decisioni coraggiose, investire e innovare, mantenendo però al centro i soci e il territorio. Oggi stiamo vivendo un’altra fase importante di questo percorso.

Avete inserito nuove figure altamente qualificate accanto al personale storico: come è stato gestito, sul piano operativo e soprattutto umano, l’incontro tra competenze nuove e chi ha fatto la storia dell’azienda?

Con grande **rispetto reciproco.** Le nuove competenze non sono arrivate per sostituire chi ha costruito questa azienda, ma per affiancarlo. L’esperienza delle persone che lavorano da tanti anni in Cantina rappresenta un patrimonio straordinario; le nuove professionalità portano strumenti, metodo e visione.

L’obiettivo è far crescere entrambe.

Parliamo del percorso di crescita professionale continua dei soci: in cosa consiste concretamente, e che tipo di riscontro state ricevendo da chi lo sta vivendo?

Significa **accompagnare i soci in un percorso di crescita tecnica e professionale.** Oggi fare viticoltura richiede competenze sempre più aggiornate: gestione del vigneto, sostenibilità, cambiamenti climatici e qualità. Il riscontro è positivo perché i soci comprendono che investire sulla conoscenza significa investire sul valore futuro delle proprie aziende.

Con quasi 2.000 ettari di vigneti nella pianura friulana, quanto pesa oggi la variabile climatica sulle vostre scelte agronomiche e sulla programmazione dei conferimenti?

Pesa molto e non possiamo più considerarlo un fattore straordinario. Per questo investiamo sempre di più nella consulenza agronomica, nel monitoraggio dei vigneti e nella programmazione dei conferimenti. L’obiettivo è aiutare ogni socio ad affrontare situazioni sempre più variabili senza compromettere qualità e sostenibilità.

Il primo Bilancio di Sostenibilità – che avete presentato durante le celebrazioni del 75° Anniversario – è una scelta che

richiede tempo, dati e trasparenza anche su aspetti delicati: attraverso questo “screening” dettagliato è emerso qualche aspetto dell’azienda di cui voi stessi non eravate a conoscenza?

Più che sorprenderci, ci ha aiutato a misurarci. Quando si raccolgono dati in modo strutturato emergono sia i punti di forza sia gli aspetti su cui possiamo migliorare. Questo è il valore più importante del Bilancio di Sostenibilità: **trasformare la sostenibilità in uno strumento di gestione** e non soltanto di comunicazione.

Lei ha parlato di “consolidare la fiducia dei clienti e conquistarne di nuovi”: chi sono, oggi, i clienti che ancora non conoscono Cantina Rauscedo e che vorreste raggiungere?

Vogliamo raggiungere quei mercati e quei clienti che cercano vini autentici, affidabili e profondamente legati al territorio. Negli ultimi mesi stiamo lavorando per **rafforzare il valore del marchio Cantina Rauscedo**, mantenendo la qualità che ci viene riconosciuta e costruendo relazioni durature con partner italiani e internazionali.

C’è un aspetto della gestione della cooperativa che, con l’esperienza di questi 7 anni da Presidente, ha imparato ad approcciare diversamente rispetto a come pensava all’inizio del suo mandato?

Ho imparato che **ascoltare è spesso più importante che decidere velocemente.** Una cooperativa cresce quando riesce a

coinvolgere le persone e a costruire consenso intorno agli obiettivi. Le decisioni importanti richiedono dialogo, equilibrio e responsabilità.

Guardando ai prossimi 5 anni, qual è la sfida più complessa che la governance della cooperativa dovrà essere in grado di affrontare?

La sfida sarà **continuare a creare valore per i soci in un contesto sempre più complesso.** Dovremo affrontare i cambiamenti climatici, l'evoluzione dei mercati e dei consumi, investendo contemporaneamente nell'organizzazione, nella sostenibilità e nella valorizzazione del nostro marchio. Abbiamo basi solide, ma sarà fondamentale continuare ad innovare senza perdere la nostra identità cooperativa.

In conclusione le rivolgo una domanda più personale, se potesse mandare un messaggio ai soci fondatori del 1951, cosa direbbe loro guardando a cosa è diventata oggi la Cantina?

Direi semplicemente grazie. **Hanno avuto il coraggio di costruire qualcosa che andava oltre il proprio interesse personale**, creando una cooperativa che ancora oggi rappresenta un punto di riferimento per il Friuli. A loro prometterei che **continueremo a custodire quei valori**, avendo però il coraggio di prepararli alle sfide del futuro, perché il modo migliore di rispettare la storia è continuare a farla crescere.

Punti chiave:

1. **Una comunità prima ancora di un’azienda:** per Zuliani la forza di Cantina Rauscedo risiede nella qualità delle relazioni tra soci, collaboratori, famiglie, istituzioni e territorio.
2. **Innovare senza perdere l’identità:** nuove professionalità e competenze devono affiancare l’esperienza del personale storico, creando un equilibrio tra patrimonio del passato e strumenti per il futuro.
3. **I soci al centro della trasformazione:** formazione tecnica e professionale, consulenza agronomica e monitoraggio dei vigneti diventano fondamentali per affrontare cambiamenti climatici e nuove esigenze produttive.
4. **Sostenibilità come strumento di gestione:** il primo Bilancio di Sostenibilità permette di misurare punti di forza e aree di miglioramento, trasformando la sostenibilità da tema comunicativo a leva gestionale.
5. **Creare valore guardando ai prossimi cinque anni:** clima, mercati e consumi richiedono investimenti in organizzazione, sostenibilità e brand, mantenendo però salda l’identità cooperativa.