Flavio Geretto, DG Cantina Rauscedo: cambiare il paradigma, progettando il vino partendo dal cliente

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Ottobre 2026



In occasione del 75° anniversario, Cantina Rauscedo traccia la rotta per il futuro della cooperazione vitivinicola. Il Direttore Generale Flavio Geretto illustra una visione strategica innovativa: ribaltare il rapporto con il mercato, valorizzare l'identità del territorio e cogliere le opportunità di Pordenone Capitale della Cultura 2027, trasformando le radici storiche aziendali in un autentico motore di crescita.

Le radici non sono un ormeggio che trattiene nel passato, ma la linfa vitale per progettare il domani. È con questa lucida

consapevolezza che **Cantina Rauscedo** ha scelto di attraversare il traguardo del suo 75° anniversario: non una rassegna autocelebrativa, ma uno **slancio concreto per ridefinire il ruolo stesso della cooperazione agricola.**

In un mercato del vino investito da trasformazioni radicali – dall'evoluzione del gusto dei consumatori ai grandi riassetti societari – il **Direttore Generale Flavio Geretto** ci restituisce la visione di un'azienda che rifiuta il ruolo di spettatrice. Mettendo a sistema l'enorme patrimonio umano e agricolo di oltre 300 soci e 2.000 ettari, la sfida raccontata da Geretto è quella di **rovesciare il paradigma: non più limitarsi a produrre per poi cercare un mercato, ma progettare il vino partendo dal mercato**, mantenendo il controllo assoluto di una filiera che nasce dalla terra.

Dalle sinergie per Pordenone Capitale della Cultura 2027 a una sostenibilità vissuta come cantiere aperto e non come semplice vetrina, questa conversazione ci svela come **l'identità di un territorio possa trasformarsi da concetto romantico a formidabile vantaggio competitivo.**

Le celebrazioni del 75° Anniversario di Cantina Rauscedo sono state pensate anche come apertura verso Pordenone Capitale della Cultura 2027: guardando all'evento ormai concluso, che indicazioni concrete vi ha dato in vista di quell'appuntamento?

Il 75° Anniversario non è stato per noi soltanto un momento celebrativo, ma anche l'occasione per mostrare una Cantina che rispetta profondamente la propria storia e, allo stesso tempo, vuole guardare con decisione al futuro. La partecipazione e l'interesse che abbiamo riscontrato ci hanno confermato quanto sia importante aprire sempre di più la Cantina al territorio.

Proprio per questo abbiamo pensato alle celebrazioni non come a un singolo appuntamento, ma come a un percorso. Un percorso che prosegue in ottobre con **“Le Radici del Vino”**, un momento di approfondimento nel quale vogliamo mettere al centro ciò che rappresenta realmente Cantina Rauscedo: il legame tra vigneto, soci, territorio, competenze e mercato.

Pordenone Capitale Italiana della Cultura 2027 rappresenta in questo senso una grande opportunità. Il vino è parte della cultura e dell’identità del nostro territorio e credo che Cantina Rauscedo possa contribuire concretamente a raccontarlo, creando occasioni di incontro e collaborazione che possano proseguire anche oltre il 2027.

Che tipo di riscontri avete raccolto da operatori, stampa o partner presenti alle celebrazioni? C’è stato qualche commento che l’ha colpita maggiormente?

Abbiamo raccolto riscontri molto positivi, soprattutto sulla capacità di Cantina Rauscedo di trasmettere oggi energia, dinamismo e volontà di evolvere. È un aspetto che mi ha fatto particolarmente piacere, perché significa che il percorso che abbiamo iniziato comincia a essere percepito anche all’esterno.

Ma credo che adesso sia necessario andare oltre la percezione e dimostrare concretamente ciò che stiamo facendo. Per questo abbiamo deciso di coinvolgere anche un gruppo di giornalisti in una giornata di approfondimento dedicata al progetto Rauscedo, durante la quale racconteremo non soltanto i vini, ma tutto ciò che esiste prima della bottiglia.

La nostra filosofia vuole essere sempre più quella dei **fatti e non delle parole**. Parlare di filiera, territorio, tracciabilità e qualità è relativamente semplice; poter mostrare da dove arriva un’uva, come è stata coltivata, quale

lavoro è stato fatto insieme ai nostri agronomi e come tutto questo si traduce nel vino è molto diverso. Ed è proprio qui che una cooperativa come la nostra può esprimere una forza particolare.

Naturalmente siamo solo all'inizio. Abbiamo ancora molto lavoro da fare e credo sia importante che, nel tempo, siano soprattutto i risultati concreti a raccontare il cambiamento.

Il rinnovamento della vostra sede è descritto come un "primo segnale concreto" di un progetto più ampio: cosa verrà dopo e quali sono gli obiettivi finali?

Il rinnovamento della sede è certamente un segnale visibile, ma rappresenta soltanto una parte di un progetto molto più ampio. Vogliamo progressivamente rendere ogni punto di contatto con Cantina Rauscedo coerente con ciò che siamo e soprattutto con ciò che vogliamo diventare: dagli spazi all'accoglienza, dalla comunicazione ai prodotti, fino al rapporto con clienti, soci e territorio.

Ma il cambiamento più importante deve avvenire nel modo in cui costruiamo il prodotto. Stiamo sviluppando, insieme ai nostri agronomi e ai nostri tecnici, progetti che partono direttamente dal vigneto e che ci consentano di lavorare sempre più su obiettivi qualitativi precisi e anche su **produzioni tailor-made**, pensate in funzione delle esigenze specifiche dei clienti e dei mercati.

Questo significa passare progressivamente da una logica nella quale la Cantina produce e successivamente cerca il mercato a una logica nella quale siamo capaci anche di **progettare il vino partendo dal mercato**, mantenendo però il controllo della filiera fin dall'uva.

Costruire un’identità forte significa quindi lavorare contemporaneamente su immagine, prodotto, organizzazione, competenze e servizio.

Come si costruisce un brand riconoscibile a livello internazionale partendo da una cooperativa che ha sempre avuto un’identità legata al territorio e alla base sociale locale?

Credo che oggi essere una cooperativa possa rappresentare un vantaggio competitivo, se riusciamo a trasformarne le caratteristiche in valore. Il mercato chiede sempre più origine, tracciabilità e autenticità. Noi abbiamo oltre 300 soci e più di 2.000 ettari di vigneto e possiamo realmente arrivare all’origine del prodotto, partendo dalla terra e dalle persone che la coltivano.

È proprio questo il significato che attribuiamo alle **“Radici del Vino”**. Le nostre radici non sono soltanto una metafora: sono vigneti, uve, soci e territori che possiamo identificare e seguire lungo tutto il percorso fino alla bottiglia.

Durante gli appuntamenti di ottobre vogliamo rendere questo concetto molto concreto anche attraverso una degustazione guidata dal **Master of Wine Gabriele Gorelli insieme ai nostri enologi**: partire dal vino nel bicchiere per ricostruire ciò che c’è dietro, dal vigneto alle scelte agronomiche ed enologiche.

Questa dimensione ci permette anche di distinguerci. Una cooperativa non deve essere vista soltanto come una struttura di servizio, ma può diventare un’impresa capace di stare sul mercato con due anime complementari: da una parte offrendo un servizio importante, efficiente e affidabile ai grandi imbottigliatori e ai partner con cui collaboriamo; dall’altra sviluppando e facendo crescere il proprio marchio e i propri

prodotti.

Pordenone Capitale Italiana della Cultura 2027 è un’occasione precisa: state già pianificando delle misure per non farla passare come una semplice vetrina?

Pordenone 2027 può essere certamente una grande occasione di visibilità, ma soprattutto può diventare il punto di partenza per un progetto più ampio.

Stiamo ragionando su come il marchio Rauscedo possa essere maggiormente presente sul territorio, anche attraverso lo sviluppo dei nostri punti vendita e una maggiore vicinanza alle attività culturali, turistiche e di accoglienza che potranno nascere attorno a questo appuntamento.

Credo inoltre che il vino possa diventare uno degli strumenti attraverso i quali raccontare il territorio. Ma per farlo dobbiamo evitare una narrazione puramente promozionale. Dobbiamo far conoscere cosa significa produrre vino qui, chi sono le persone che coltivano questi vigneti, quali sono le varietà che ci rappresentano e quale patrimonio di competenze esiste dietro una bottiglia.

Il 2027 deve quindi essere un volano per costruire qualcosa che possa rimanere negli anni successivi, creando nuove occasioni di incontro tra vino, territorio e persone e rendendo il marchio Rauscedo sempre più riconoscibile.

Lei afferma che “ogni grande cambiamento deve partire dalle proprie radici”: qual è, secondo lei, l’elemento identitario di Cantina Rauscedo che non va mai toccato,

qualunque cosa cambi?

Sicuramente le persone e il legame con il territorio. I nostri soci, il loro lavoro e ciò che rappresentano costituiscono il patrimonio più importante della Cantina.

Ed è proprio per questo che abbiamo scelto il concetto delle **radici** come filo conduttore di questa fase. La nostra possibilità di partire dall'uva non è un dettaglio: significa poter intervenire sulla qualità fin dal vigneto, lavorare insieme ai nostri agronomi, programmare produzioni specifiche e seguire realmente il percorso che porta dal socio alla bottiglia.

Possiamo innovare i prodotti, la comunicazione, i mercati e il modo di presentarci, ma non dobbiamo perdere l'autenticità che deriva dalla nostra origine.

Per me le radici non devono rappresentare qualcosa che ci lega al passato. **Devono essere il punto solido dal quale partire per costruire il futuro.**

Guidare una cooperativa con oltre 300 soci richiede dinamiche ed un equilibrio diverso rispetto a guidare un'azienda privata: cosa le sta insegnando questo ruolo che non si impara altrove?

Mi sta insegnando soprattutto il valore della condivisione e dell'ascolto. In una cooperativa non si costruisce il futuro da soli: bisogna riuscire a coinvolgere le persone, spiegare le scelte e costruire progressivamente una visione comune.

È certamente più complesso, perché dietro ogni decisione ci sono oltre 300 soci e quindi altrettante realtà, famiglie e aspettative. Ma questa complessità rappresenta anche una grande ricchezza.

E credo che proprio qui si giochi una parte importante del futuro della cooperazione. Dobbiamo chiederci se le cooperative vogliono limitarsi a osservare i cambiamenti del mercato oppure diventare protagoniste di questi cambiamenti.

È anche il tema che vogliamo affrontare nel convegno **“Radici comuni. Sfide nuove!”**, moderato da **Fabio Piccoli**, mettendo a confronto esperienze e punti di vista differenti sul valore e sul futuro della cooperazione nel vino. L’obiettivo non è celebrare un modello, ma confrontarsi su come questo modello debba evolvere per continuare a creare valore.



Il mondo del vino, dice lei, “cambia rapidamente”: qual è, in concreto, il cambiamento più evidente e irreversibile che lei avverte in questo momento?

Il cambiamento del consumatore è sicuramente uno degli aspetti più evidenti. Si cercano vini più immediati, piacevoli, con una buona bevibilità, spesso con gradazioni più contenute, ma contemporaneamente capaci di raccontare chiaramente la propria origine.

Ma sta cambiando anche il modo in cui i clienti chiedono alle aziende di lavorare. Sempre più spesso non cercano

semplicemente un vino, ma un partner capace di offrire **prodotto, filiera, flessibilità e servizio**, costruendo anche soluzioni specifiche.

Per questo ritengo fondamentale anticipare i trend. Essere pronti quando una tendenza è già diventata una necessità significa spesso essere arrivati tardi. Dobbiamo cercare di capire prima dove si sta muovendo il mercato e utilizzare la nostra capacità produttiva per sviluppare progetti coerenti con quella direzione.

Credo che in particolare la **DOC Friuli** possa interpretare molto bene questa nuova fase. Abbiamo vitigni e vini bianchi con caratteristiche perfettamente coerenti con l'evoluzione dei consumi e, soprattutto, un'identità territoriale forte sulla quale dobbiamo investire maggiormente.

Come si posiziona oggi Cantina Rauscedo rispetto al calo dei consumi di vino in Italia: è una sfida che affrontate con più export, più valore aggiunto, o altre strategie?

Credo che la risposta non possa essere semplicemente cercare di vendere più vino. In un mercato che cambia dobbiamo innanzitutto cercare di creare più valore.

Questo significa certamente sviluppare maggiormente l'export, ma significa anche investire sul marchio, sulla qualità e su prodotti capaci di rappresentare chiaramente la loro origine. Parallelamente dobbiamo valorizzare una seconda grande capacità della Cantina: essere un **partner produttivo** in grado di costruire vini e progetti su misura per i clienti.

La nostra dimensione e la disponibilità di vigneti ci permettono di lavorare anche nel bulk e nei progetti dedicati con una prospettiva diversa: non semplicemente fornendo vino,

ma mettendo a disposizione una filiera che può partire dal vigneto e arrivare al prodotto finito. Questo può diventare un elemento di servizio molto importante per clienti che hanno esigenze specifiche in termini di stile, volumi, certificazioni e mercati.

In questo percorso la **Ribolla Gialla** rappresenta per noi un esempio particolarmente importante. Credo abbia tutte le caratteristiche per diventare sempre più un simbolo riconoscibile del Friuli sui mercati internazionali. Dobbiamo avere l'ambizione di costruire valore attorno ai nostri vitigni e al nostro territorio, senza limitarci a competere esclusivamente sul prezzo.

Durante le celebrazioni del 75° Anniversario avete presentato il vostro primo Bilancio di Sostenibilità: lo vede più come uno strumento di trasparenza verso l'esterno o come una bussola interna per le scelte future? O entrambi?

Sicuramente entrambi. Il Bilancio di Sostenibilità è uno strumento di trasparenza, ma credo che il suo valore più interessante sia considerarlo uno strumento capace di generare progetti e non semplicemente un documento che fotografa ciò che è già stato fatto.

Sostenibilità significa anche costruire relazioni durature con il proprio territorio, con i soci, con i collaboratori e con tutte le persone che vivono attorno all'azienda. Per una cooperativa questo aspetto assume un significato ancora maggiore.

E anche qui torniamo al concetto della filiera. Se abbiamo la possibilità di lavorare direttamente con i soci e con i nostri agronomi, possiamo progressivamente trasformare obiettivi di

sostenibilità, qualità e certificazione in azioni concrete che partono dal vigneto.

Mi piacerebbe quindi che ogni nuova edizione del nostro Bilancio di Sostenibilità potesse raccontare anche l'evoluzione di progetti concreti: alcuni già realizzati, altri iniziati e altri ancora da sviluppare. In questo modo il Bilancio diventa anche un impegno nel tempo: definire degli obiettivi, lavorarci e trasformarli progressivamente in realtà.

Tra dieci anni, all'85° Anniversario, cosa le piacerebbe che si potesse dire di questa fase di rinnovamento, guardandola con il senno di poi?

Mi piacerebbe poter dire che in questi anni abbiamo fatto le scelte giuste nel momento in cui era necessario farle. Perché le decisioni che prendiamo oggi produrranno i loro effetti soprattutto nel futuro e credo che questo sia un momento particolarmente importante per tutto il settore.

Il mondo del vino sta attraversando cambiamenti molto più profondi del semplice cambiamento dei gusti dei consumatori. Stanno cambiando le dimensioni delle aziende, assistiamo a operazioni di acquisizione, all'ingresso di capitali e fondi di equity e probabilmente nei prossimi anni il settore diventerà ancora più concentrato.

In questo scenario credo che una realtà come Cantina Rauscedo debba seguire una strada molto precisa: **rafforzare la propria identità per distinguersi e, contemporaneamente, aumentare la propria capacità di interpretare il mercato**.

Non possiamo pensare di competere cercando semplicemente di assomigliare agli altri. Abbiamo oltre 300 soci, più di 2.000 ettari, una filiera che parte direttamente dal vigneto e un

territorio fortemente riconoscibile. A questo dobbiamo aggiungere agronomia, tecnologia, competenze enologiche, capacità produttiva, servizio e una maggiore cultura del mercato.

È anche il significato del confronto che abbiamo voluto costruire in occasione de **“Le Radici del Vino”**: capire quale possa essere il ruolo delle cooperative nel vino che verrà. Credo che abbiano potenzialità enormi, ma per esprimerle pienamente debbano riuscire a diventare **più protagoniste e meno spettatrici**, anticipando i cambiamenti anziché limitarsi a reagire quando questi sono già avvenuti.

Tra dieci anni vorrei quindi poter dire che abbiamo saputo interpretare in anticipo questi cambiamenti e trasformare quello che Cantina Rauscedo possiede da sempre in un vero vantaggio competitivo, creando valore per la Cantina, per i nostri soci e per il territorio.

In fondo, è proprio questo il senso delle radici: sapere da dove veniamo per avere più chiaro dove vogliamo andare.

Punti chiave:

1. **Progettazione orientata al mercato:** La cantina supera il modello tradizionale e sviluppa vini su misura partendo dalle esigenze reali dei clienti, mantenendo il controllo diretto della filiera.
2. **Identità come fattore competitivo:** Con oltre 300 soci e 2.000 ettari di vigneto, il legame con la terra e la tracciabilità rappresentano il vero elemento distintivo dell’azienda.
3. **Pordenone Capitale della Cultura 2027:** L’evento costituisce un volano strategico e duraturo per promuovere la cultura enologica locale oltre la semplice

vetrina promozionale.

4. **Anticipare i trend di consumo:** La cooperativa punta a intercettare in anticipo la richiesta di vini freschi, immediati e a gradazione contenuta, valorizzando la **DOC Friuli** e la **Ribolla Gialla**.
5. **Sostenibilità come bussola interna:** Il primo Bilancio di Sostenibilità è concepito come un impegno dinamico per generare progetti concreti nel vigneto e rafforzare le relazioni sociali sul territorio.