

Stocco cambia passo: nuovo prodotto, assetto commerciale potenziato e maggiore riconoscibilità

scritto da Claudia Meo | 1 Aprile 2025



La cantina friulana Stocco affronta una nuova fase di crescita presentando al Vinitaly 2025 la Ribolla Brut Nature, spumante zero-dosage dal profilo elegante e gastronomico. Nuovo assetto commerciale, stand individuale e focus sull'horeca confermano la mission aziendale e la propria strategia nei confronti del mercato nazionale e internazionale.

Stocco, [storica cantina di Bicinicco nel cuore delle Grave friulane](#), è una realtà sempre più proiettata verso un mercato esigente e in evoluzione. L'azienda attraversa oggi una stagione stimolante e promettente e si presenta al prossimo

Vinitaly con tutte le carte in regola per ottenere un ottimo engagement.

La sede fieristica è l'occasione perfetta per presentare al mercato la nuova etichetta **Ribolla Brut Nature**, spumante prodotto con metodo Martinotti e dosaggio zuccherino molto basso (3 g/l); uno zero-dosage al passo con i tempi "capace di coniugare eleganza, versatilità e freschezza, per un consumo anche a tutto pasto", per usare le parole di **Andrea Stocco**. "Dai formaggi ai primi piatti, fino ai secondi di pesce in umido, la nostra nuova Ribolla dimostra grande adattabilità ed è pensata per un pubblico attento all'abbinabilità gastronomica. Ribolla Brut Nature non vuole essere una bollicina da bere in velocità, ma il giusto corredo di una esperienza gastronomica completa".

Il target di riferimento è il canale horeca, con particolare attenzione a **wine bar** e locali dedicati all'**aperitivo**, ma con l'aspirazione a pieno titolo di aprirsi alla platea della **ristorazione** di qualità. La strategia di lancio prevede una prima presentazione sul mercato italiano, dove la Ribolla gode di maggiore riconoscibilità rispetto all'estero, in cui è un vitigno ancora di nicchia, sebbene dalle grandi potenzialità. Sarà un prodotto di posizionamento medio, dal prezzo competitivo, pensato per offrire un'immagine di qualità accessibile, senza volersi assimilare con prodotti già ampiamente presenti nel mercato italiano, e quindi né col Prosecco né con le diverse interpretazioni Metodo Classico.

Tra le novità più significative dell'ultimo anno va menzionato l'ingresso in azienda di **Giuseppe Groccia** come **nuovo responsabile commerciale per il canale horeca Italia**. "Con Giuseppe abbiamo deciso di rafforzare la nostra rete di agenti – precisa Andrea Stocco – scegliendo di abbandonare il modello basato sui distributori e puntando a un contatto diretto con il cliente finale".

Una scelta strategica, che garantisce **maggiore controllo sulle**

vendite, consente un feedback tempestivo e diretto dal mercato e rafforza la presenza del brand in modo strutturato. Anche grazie ai nuovi stimoli commerciali è nata la Ribolla Brut Nature, a testimonianza di come il cambiamento organizzativo stia già portando scommesse tangibili.

Con questi nuovi asset la cantina si appresta a vivere la più grande sfida fieristica italiana: abbandonando la collettiva regionale: Vinitaly 2025 sarà infatti l'occasione per presentarsi con uno stand autonomo.

Dopo anni di partecipazione congiunta, con gli altri produttori del Friuli Venezia Giulia, dal 2008 in poi (con la sola pausa del Covid), l'azienda Stocco compie un passo significativo: uno **stand autonomo**, di 24 metri quadri, dotato di un bancone rivolto verso l'esterno per accogliere i wine lover e diversi tavoli interni (per circa 20 postazioni sedute) per appuntamenti con buyer e distributori. In programma anche una selezione di eccellenze gastronomiche da abbinare ai vini e un evento dedicato proprio alla Ribolla Brut Nature in pairing con i formaggi, forniti da un partner specializzato.

«È una svolta importante – sottolinea Stocco – che ci darà la possibilità di esprimere meglio la nostra identità e di accogliere clienti e partner con uno spazio più ampio e funzionale». Il nuovo stand è stato progettato dallo stesso team che ha curato l'etichetta della Ribolla Brut Nature, garantendo così un forte **“family feeling” tra prodotto e immagine fieristica**.

Oltre ai titolari e al neo responsabile commerciale Groccia, a Verona sarà presente un team consistente per favorire anche l'accoglienza e la gestione dei pairing. L'agenda prevede incontri con buyer da Stati Uniti, Nord Europa, Inghilterra e Asia, a conferma della volontà dell'azienda di consolidare i propri rapporti internazionali.

Punti chiave:

1. **Nuovo prodotto di punta:** Stocco lancia la Ribolla Brut Nature, uno spumante metodo Martinotti a dosaggio zero
2. **Cambio di strategia commerciale:** l'azienda rafforza la rete vendita diretta e nomina Giuseppe Groccia nuovo responsabile commerciale horeca Italia
3. **Debutto con stand individuale a Vinitaly 2025:** dopo anni in collettiva, Stocco si presenta con uno stand autonomo, per valorizzare la propria identità e accogliere buyer e wine lover in uno spazio dedicato
4. **Focus su qualità accessibile e riconoscibilità:** la Ribolla Brut Nature si posiziona sul mercato italiano con un'immagine di qualità a prezzo competitivo, distinguendosi da Prosecco e Metodo Classico
5. **Spinta all'internazionalizzazione:** L'azienda mira a consolidare i rapporti con buyer esteri, con incontri già programmati con operatori da Stati Uniti, Nord Europa, Inghilterra e Asia.