Le Monde e La Ponca: i due volti del Friuli secondo Alex Maccan

scritto da Stefano Montibeller | 14 Ottobre 2025



Dal Friuli Occidentale al Collio, il percorso di Alex Maccan unisce Le Monde e La Ponca: precisione internazionale e anima salina. Crescita, squadra e accoglienza per Le Monde; terroir, agronomia misurata e identità per La Ponca. Strategia export pragmatica e nuovi spazi enoturistici chiudono un progetto in evoluzione costante.

C’è un filo conduttore che unisce due anime apparentemente distanti del Friuli vinicolo: la visione di Alex Maccan. Da un lato **Le Monde**, solida e pluripremiata realtà del Friuli Occidentale, espressione di precisione, eleganza e respiro internazionale; dall’altro **La Ponca**, un progetto più intimo e viscerale nel cuore del Collio, nato per dare voce a un

terroir unico e ricco di carattere. Un vero e proprio binomio enologico che racconta la passione per una terra e la volontà di esprimerne le diverse sfumature, senza compromessi.

Il viaggio parte da Prata di Pordenone, dove sorge Le Monde, un'antica tenuta le cui radici affondano nel 1700. Acquisita nel 2008 da Alex Maccan, l'azienda è stata oggetto di un'importante opera di espansione e modernizzazione, che l'ha portata dagli iniziali 30 ettari ai 120 attuali, con una produzione di circa 800.000 bottiglie esportate in oltre 40 mercati.

Il successo di Le Monde si fonda su una filosofia chiara: la valorizzazione dei monovitigni, coltivati su terreni caratterizzati da un'elevata presenza di **calcare attivo**. Il portabandiera di questa visione è senza dubbio il **Pinot Bianco**, un vino che per dieci anni ha conquistato prestigiosi riconoscimenti.

Ma dietro il successo c'è soprattutto un team affiatato. "Siamo una famiglia", è il concetto che emerge parlando con loro. Un sodalizio che lega Alex Maccan a Giovanni Ruzzene (enologo), Massimo Furlan (direttore commerciale) e Marta Paladin Furlan, moglie di Alex e responsabile comunicazione e marketing, che sottolinea l'evoluzione dell'accoglienza in azienda: "Ci siamo concentrati su un tipo di **canale Horeca specifico**, evitando eventi di massa per privilegiare un approccio più mirato. Organizziamo incoming per clienti e aziende, offrendo un'esperienza che va oltre la semplice degustazione, per far vivere il territorio". Questa scelta strategica mira a costruire un legame più profondo con gli ospiti. "Ci troviamo **più a nostro agio con il piccolo gruppo**, è più familiare e ci permette di seguire meglio chi ci viene a trovare", aggiunge.

La stessa cura per il dettaglio si ritrova anche in cantina, come spiega l'enologo Giovanni Ruzzene a proposito del Pinot Nero Rosé Brut: "È uno Charmat che definisco molto lungo,

facciamo dai 6 ai 7 mesi sui lieviti, se la parte commerciale me lo permette. È una **scelta precisa per dare una marcia in più** a questo prodotto”.

Se Le Monde rappresenta la precisione e la portata globale, La Ponca è la ricerca dell’anima. Non è un caso che la filosofia di Alex Maccan per questo progetto sia racchiusa in una frase netta: “**Non volevo un’azienda nel Collio, volevo questa azienda nel Collio**“.

Rilevata nel 2021, la tenuta si trova a Scriò, nella parte più elevata del Collio. Il nome stesso, La Ponca, celebra il suolo di marne e arenarie che definisce il carattere unico dei vini, la cui cifra stilistica è una spiccata e riconoscibile **salinità**. A guidare il lavoro in questo contesto è un approccio quasi spirituale, come spiega il consulente agronomo Andrea Pittana: “Quando lavori con grandi terroir, il tuo compito è fare un passo indietro. Riprendendo Veronelli, il vino è il canto della terra verso il cielo. Il nostro lavoro è semplicemente quello di **togliere il rumore di fondo**“.

Le radici delle viti, coltivate secondo i principi della natura, si insinuano tra gli strati di roccia. “Le radici non amano l’acqua”, prosegue Pittana, “ma corrono tra la marna e l’arenaria, dove trovano umidità e sali minerali. È come se scorressero sopra una spugna, un **equilibrio naturale** che regola il fabbisogno idrico della vite”.

Le due aziende, pur mantenendo target distinti, affrontano le dinamiche di un mercato in continua evoluzione, dove la logistica e la velocità di risposta sono diventate cruciali. “Dopo il Covid, il **cliente è diventato molto, molto sensibile** a questi aspetti”, spiega Marta Paladin Furlan.

Questa attenzione si scontra però con le complessità di alcuni canali, come l’e-commerce diretto. “Abbiamo scelto di non intraprendere questa strada per ora”, continua. “Ci sono troppi fattori da considerare: il prezzo online non può

pestare i piedi alla nostra rete commerciale, e il cliente dell’e-commerce vuole un mix di prodotti, anche solo una o due bottiglie, e le vuole subito. **È un mondo a parte**“.

Sui mercati internazionali, la visione è pragmatica. “Il mercato cinese si è trasformato”, spiega Massimo Furlan. “Quello che un tempo era un approccio basato su etichette vistose e vini morbidi è calato. Oggi c’è più consapevolezza, ma rimango dubbioso sul fatto che diventerà mai il mercato di riferimento. Il **vero potenziale lo vedo in altri paesi del Sud-est asiatico**, come Vietnam e Thailandia, che hanno un potenziale enorme”.

Nel frattempo, a Le Monde si guarda al futuro con concretezza, con la costruzione di una nuova struttura di 4.000 m² che ospiterà un **farm shop e un wine bar**. Un progetto pensato per valorizzare non solo i propri vini, ma anche le eccellenze agricole del territorio, creando un luogo d’incontro per la comunità.

Le Monde e La Ponca sono, in definitiva, **due facce della stessa medaglia**: un profondo rispetto per la terra friulana e la volontà di raccontarla attraverso il vino. Due progetti, due espressioni, un unico grande amore per il Friuli. Come conclude Alex Maccan: “È un percorso dato dal tempo, e sono felice di condividere i risultati ottenuti fino a qui, con lo sguardo sempre rivolto al futuro”.

Punti chiave

1. **Visione duale:** Le Monde precisione internazionale; La Ponca identità del Collio.
2. **Crescita aziendale:** Le Monde da 30 a 120 ettari, 800.000 bottiglie, 40+ mercati.
3. **Team e accoglienza:** focus su Horeca, piccoli gruppi,

esperienze territoriali.
4. **Scelte di cantina:** Pinot Bianco pluripremiato; Rosé Brut Charmat 6–7 mesi sui lieviti.
5. **Strategia mercati:** cautela su Cina; focus Vietnam e Thailandia; nuovi spazi farm shop e wine bar.