Stocco al Vinitaly 2026: meno vetrina, più relazione

scritto da Claudia Meo | 7 Aprile 2026



Stocco, storica cantina di Bicinicco nelle Grave friulane, torna al Vinitaly 2026 con uno stand dedicato alla relazione e all'esperienza. L'azienda rafforza la sua strategia commerciale e comunicativa con nuove figure professionali, punta sugli autoctoni friulani e sulla linea top di gamma, e porta in fiera un approccio dinamico che va oltre il semplice business fieristico.

Nel calendario fieristico internazionale la presenza costante agli appuntamenti chiave non è una variabile opzionale ma una volontà, dichiarata con i fatti, di cadenzare l'azione commerciale cogliendo le occasioni di incontro, visibilità, scambio e stimolo fornite dalle grandi piazze del vino. **Stocco, storica cantina di Bicinicco nel cuore delle Grave friulane**, lo dimostra con chiarezza: dopo la recente

partecipazione al ProWein 2026, la cantina friulana sarà protagonista anche al **Vinitaly,** con un proprio stand, **Hall 6 Stand F8**, confermando un percorso di consolidamento e crescita nei principali mercati.

Essere presenti con continuità significa presidiare il mercato, costruire relazioni durature e, soprattutto, dare coerenza a una visione. Per una realtà come Stocco questo si traduce nella capacità di coniugare radici territoriali e apertura internazionale, valorizzando una gamma ampia e identitaria che spazia dagli autoctoni – **Ribolla Gialla, Friulano, Malvasia, Refosco** – fino ad interpretazioni di grande successo di vitigni **internazionali**.

Il Vinitaly 2026 si inserisce in un momento di evoluzione strategica per l'azienda, sostenuto dalla volontà di rafforzare la propria identità produttiva e di valorizzare il territorio, che si esprime con l'incremento della superficie vitata, l'ampliamento dei vitigni autoctoni, un impegno costante per la sostenibilità, l'utilizzo di tecnologie orientate al rispetto dell'integrità del prodotto e, immancabile, una costante attenzione all'evoluzione del mercato.

In questa prospettiva da circa due anni Stocco ha rafforzato anche il proprio assetto commerciale con l'ingresso di Giuseppe Groccia, **nuovo direttore commerciale**, segnando il passaggio a un modello più diretto e strutturato nel rapporto con il mercato, in particolare nel canale horeca. Una scelta che ha permesso maggiore controllo, feedback immediati e una presenza più incisiva sul territorio.

Parallelamente, l'azienda ha deciso di investire in modo deciso sulla comunicazione, introducendo una giovane e dinamica **brand ambassador**, Giulia Perai. Una scelta che va oltre il semplice presidio promozionale: intercettare un pubblico più giovane, parlare un linguaggio contemporaneo e rendere il vino un'esperienza accessibile e dinamica, che si

integri nella vita di tutti i giorni, anche delle nuove generazioni. La presenza di una figura giovane e riconoscibile diventa così parte integrante di una strategia che mira a rinnovare il dialogo con il consumatore, senza perdere autenticità.

Lo stand al Vinitaly sarà la sintesi concreta di questo approccio. **Non solo degustazioni e incontri** business, ma un vero spazio di relazione, in cui prendere anche una pausa dai ritmi frenetici della fiera, arricchito anche dalla presenza di **prodotti enogastronomici**, come quelli di una norcineria artigianale, a sottolineare il legame profondo tra vino e cultura del cibo.

«**Al Vinitaly vogliamo portare uno stand vivo, in movimento**, capace di generare dialogo continuo», racconta Andrea Stocco. «Non immaginiamo uno spazio statico, dedicato esclusivamente alle relazioni commerciali, ma un luogo dinamico, dove le persone possano fermarsi, confrontarsi, scoprire i nostri vini e il nostro territorio in modo autentico. Crediamo che oggi il valore si costruisca anche attraverso l'esperienza e la qualità delle interazioni».

In termini di prodotto, il Vinitaly sarà anche l'occasione per accendere i riflettori sulla **linea top di gamma Stocco**, che porta il **nome del titolare Andrea Stocco:** dal **Botis, selezione delle uve migliori di Ribolla Gialla** a maturazione tardiva, alla Riserva **Roos Dai Lens**, **corposo Merlot** che promette un perfetto abbinamento con piatti forti e speziati; al**Doghis**, in cui **le migliori uve di Friulano** vengono raccolte nelle ghiaie rosse del vigneto aziendale.

Continua poi il progetto sulla **Ribolla Brut Nature**, bollicina di grande beva e versatilità, dal **gusto moderno che esprime freschezza, immediatezza e grande piacevolezza**, appena nominata **vincitrice** nella categoria **Ribolla Spumante al Concorso "Filari di Bolle" Selezione Spumanti 2026** di Casarsa della Delizia.

Una presenza, quella all’appuntamento veronese, che va molto al di là della semplice occasione fieristica: il focus sarà appunto sul racconto di una evoluzione, che si basa su persone, comunicazione e identità.

L’appuntamento è al Vinitaly, Hall 6 Stand F8, per leggere da vicino l’evoluzione di Stocco: un cambiamento concreto, fatto di organizzazione, comunicazione e una visione sempre più dinamica del rapporto tra il vino e i suoi estimatori.

Punti chiave

1. **Stocco al Vinitaly 2026 con stand proprio in Hall 6, Stand F8**, dopo la recente partecipazione al ProWein.
2. **Un nuovo direttore commerciale** che ha strutturato un modello di vendita più diretto, soprattutto nel canale horeca.
3. **Una brand ambassador** che porta un linguaggio contemporaneo per avvicinare le nuove generazioni al mondo Stocco.
4. **In primo piano la linea top di gamma** Andrea Stocco: Botis, Riserva Roos Dai Lens, Doghis e la Ribolla Brut Nature.
5. **Lo stand sarà uno spazio esperienziale**, con enogastronomia artigianale e dialogo continuo, non solo incontri commerciali.