vinetur

Friuli DOC chiede l'approvazione per aggiungere rosato e Ribolla Gialla ferma

La proposta di modifica del disciplinare amplierebbe una delle più grandi denominazioni del Nordest italiano, anche se potrebbe non arrivare in tempo per la vendemmia 2026.

martedì 28 luglio 2026



Il consorzio Friuli DOC, nel Nordest italiano, sta lavorando per aggiungere il rosato e la Ribolla Gialla ferma alle proprie regole di produzione, una modifica che amplierebbe una delle più grandi denominazioni vinicole della regione ma che potrebbe non essere in vigore in tempo per la vendemmia 2026.

L'aggiornamento proposto è stato annunciato durante l'assemblea annuale del consorzio a San Vito al Tagliamento, dove i responsabili hanno detto che le nuove categorie sono state scelte in risposta alla domanda di mercato. La modifica deve ancora ottenere l'approvazione del Ministero dell'Agricoltura italiano e poi passare attraverso il comitato nazionale del vino, un iter che lascia incerti i tempi.

Stefano Trinco, presidente del Consorzio Doc Friuli, ha detto che la revisione è in corso e che rosato e Ribolla Gialla ferma verrebbero aggiunti perché sono tipologie che il mercato sta attualmente richiedendo. Ha detto che l'approvazione ministeriale è attesa a breve, dopo di che la proposta passerebbe al Comitato Nazionale Vini. Anche così, ha avvertito che la pubblicazione potrebbe non arrivare in tempo per la prossima vendemmia e che un obiettivo più realistico potrebbe essere l'annata 2027.

Questa tempistica conta per i produttori di tutto il Friuli Venezia Giulia perché le modifiche a un disciplinare di denominazione possono incidere su ciò che le aziende sono autorizzate a produrre e su come possono etichettarlo. Per una denominazione di queste dimensioni, qualsiasi ritardo può influenzare le decisioni di impianto, la pianificazione produttiva, il packaging e il posizionamento commerciale sia nei mercati interni sia in quelli esteri.

La Ribolla Gialla ferma segnerebbe un cambiamento significativo per la DOC regionale. Secondo le regole attuali, la Ribolla Gialla è prevista solo come spumante metodo Martinotti e come spumante metodo tradizionale, anche se il vitigno può essere utilizzato anche nella più ampia categoria Friuli Bianco. Consentire una versione ferma sotto la propria denominazione darebbe alla denominazione un modo diretto per commercializzare uno dei vitigni autoctoni più riconoscibili del Friuli Venezia Giulia.

L'aggiunta del rosato amplierebbe inoltre la gamma della DOC in una categoria che i responsabili locali considerano commercialmente promettente. In termini pratici, ciò potrebbe offrire alle aziende un altro strumento per rispondere ai cambiamenti della

domanda dei consumatori senza uscire dalla denominazione regionale.

Le modifiche proposte arrivano in un momento in cui Friuli DOC è diventata una componente centrale dell'economia vinicola regionale. Secondo i dati presentati all'assemblea, nel 2025 sotto la denominazione sono state prodotte circa 23 milioni di bottiglie. Gli imbottigliamenti hanno raggiunto 173.081 ettolitri, pari a circa 23 milioni di bottiglie, e hanno rappresentato oltre il 40% di tutto il vino imbottigliato nel sistema regionale del Friuli Venezia Giulia.

Il consorzio ha detto che nel 2025 sono stati raccolti 317.000 quintali di uva da 3.500 ettari rivendicati sotto Friuli DOC. Il totale è risultato sostanzialmente in linea con l'anno precedente nonostante gli eventi meteorologici avversi nell'area. La produzione media dichiarata della denominazione si attesta a circa 336.000 quintali di uva da quegli stessi 3.500 ettari.

Trinco ha detto che Friuli DOC funge da strumento flessibile che può contribuire ad accrescere il valore percepito della vitivinicoltura regionale, garantendo al tempo stesso gli standard di qualità e i volumi richiesti dal mercato. Ha detto che questo equilibrio è importante per portare il nome del Friuli Venezia Giulia oltre i confini italiani e per sostenere le aziende locali nelle loro strategie commerciali.

Questa scala aiuta a spiegare perché anche le modifiche regolamentari tecniche sono seguite da vicino da viticoltori, imbottigliatori e acquirenti. Una denominazione responsabile di oltre il 40% del vino imbottigliato regionale ha un peso presso i grandi clienti che hanno bisogno di continuità in termini di fornitura, prezzo e stile. Se approvate, le nuove categorie rosato e Ribolla Gialla ferma potrebbero aprire spazio a nuovi investimenti e a nuove proposte commerciali; se rinviate, le aziende potrebbero dover attendere un'altra stagione prima di utilizzare quelle denominazioni.

L'assemblea annuale si è svolta davanti ai 92 soci del consorzio e ha segnato anche il primo incontro nella nuova sede del Polo Vitivinicolo in Piazza del Popolo a San Vito al Tagliamento. La riunione si è tenuta nel primo anno del mandato dell'attuale consiglio, mentre porta avanti gli obiettivi fissati nel proprio piano di sviluppo.

La nuova sede riunisce sotto lo stesso tetto diversi organismi del settore vinicolo, tra cui Triveneta Certificazioni, Ceviq, Valoritalia, il Consorzio Doc Friuli Grave e gli uffici locali dei consorzi DOC delle Venezie e DOC Prosecco. I responsabili del consorzio hanno detto che questa concentrazione potrebbe favorire nuove forme di cooperazione con altre organizzazioni regionali.

Friuli DOC, nota anche come Friuli Venezia Giulia DOC, è stata istituita nel 2016 e copre l'intero territorio vitivinicolo della regione. Il consorzio di tutela è stato costituito tre anni dopo. Pur essendo la denominazione più giovane del Friuli Venezia Giulia, è diventata la più grande della regione per produzione, superficie vitata rivendicata e imbottigliamenti.

Il consorzio ha inoltre riferito che il bilancio 2025 si è chiuso con un risultato positivo nonostante quello che ha descritto come un periodo difficile per il settore vinicolo italiano. Questo contesto aggiunge un ulteriore livello alla proposta di modifica del disciplinare: i produttori cercano modi per proteggere i margini e soddisfare la domanda in un momento in cui molte aziende vinicole italiane stanno affrontando pressioni su costi, canali di vendita e visibilità sul mercato.