

IL PROGETTO RIBOLLA GIALLA DEI TENIMENTI CIVA E IL SUO MERCATO

Autore: [wpv-post-coauthors]

È crescente l'attenzione dei consumatori italiani e stranieri nei confronti della *Ribolla Gialla*, vitigno identitario del Friuli. Ad essa l'azienda agricola Tenimenti Civa ha dedicato un importante Progetto di sviluppo, preceduto da una puntuale analisi del mercato e dalla pianificazione di obiettivi qualitativi e quantitativi da perseguire nel tempo.

Nella parte più a sud della denominazione Friuli Colli Orientali, tra Manzano e San Giovanni al Natisone, l'azienda friulana ha realizzato un podere di circa **13 ettari dedicato alla Ribolla Gialla**, un terzo del terreno disponibile e con probabilità il più vasto podere monovitigno del Friuli.

Il corpo unico semplifica la gestione e il controllo dell'intera filiera produttiva, permettendo di raggiungere livelli qualitativi via via più elevati e di tracciare tutto ciò che accade in campagna. Il legame [Tenimenti Civa e Ribolla Gialla](#) sarà sempre più profondo nei prossimi anni poiché è intenzione dell'azienda incrementare la produzione di questo pregevole vitigno autoctono di cui nel 2017 sono state prodotte quasi 90.000 bottiglie di Ribolla Gialla ferma e poco più di 13.000 di Ribolla spumante extra brut.

POSIZIONAMENTO DI MERCATO E DATI STATISTICI

La Ribolla occupa il **terzo posto tra le varietà più coltivate in Friuli Venezia Giulia** con 2150 ettari (dato 2018), superando il Friulano (1600 ettari). Al primo e al secondo posto della classifica si trovano rispettivamente il Pinot grigio (7560 ettari) e il Glera (4500 ettari). Dallo studio realizzato nel 2017 da Nomisma Wine Monitor su "Il posizionamento della Ribolla Gialla sul mercato italiano" è emerso che tra i vini maggiormente richiesti nel canale della grande distribuzione la Ribolla occupa la **prima posizione con un + 31,5%** (vendite in GDO 2015 e 2016) superando il vitigno abruzzese Passerina (+ 27,8%) e il Valpolicella Ripasso (+ 23,6%).

Il Friuli Venezia Giulia è un territorio di produzione di vini bianchi noto e molto apprezzato dai consumatori, lo testimonia anche la carta dei vini dei ristoranti italiani di medio-alto livello, in cui è contemplato almeno un vino bianco friulano. Sono ritenute caratteristiche distintive dei vini bianchi del Friuli l'ottima qualità, l'autenticità, la tradizione e l'innovazione, la convivialità e la quotidianità.

Chi compra abitualmente la Ribolla Gialla per il consumo domestico si rivolge per il 48% ai supermercati e spende più di 9 euro per una bottiglia da 750 ml, il **31% acquista presso**

enoteche e negozi specializzati, mentre **il 12% fa l'acquisto online**.

La spinta all'acquisto di Ribolla avviene grazie al sempre valido consiglio di esercenti e negozianti (31%), o perché trattasi di un Brand conosciuto (22%). A una certa distanza ci sono le promozioni/prezzo basso (12%), le informazioni da blog/siti/applicazioni dedicate al vino (11%), confezioni/etichette (10%), il biologico (9%), premi e riconoscimenti (5%).

È interessante notare come la **Ribolla Gialla** venga **venduta a un prezzo maggiore del 66%** rispetto alla media di tutti i vini venduti a scaffale. Un tale successo è riconducibile alla riconosciuta qualità dei vini del Friuli Venezia Giulia da parte dei consumatori.

Tre italiani su 10 hanno dichiarato di aver degustato la Ribolla Gialla in almeno una occasione, perlopiù fuori casa e al momento dell'aperitivo. Questa è una modalità di consumo che trova ancora maggiori consensi se ad essere degustata è la Ribolla Spumante.

Il consumatore tipo è maschio, di età compresa tra i 38 e i 54 anni, con titolo di studio, reddito alto, residente nel nord Italia, consuma vino di frequente, perlopiù nei wine bar ed utilizza internet e i social network per acquisire informazioni sul vino.

Il 36% del campione intervistato attribuisce al **Friuli Venezia Giulia** il **luogo d'origine della Ribolla Gialla**, l'11% al Veneto e il 10% la colloca in Italia. Si comprende bene da questi dati quanto sia importante il lavoro di informazione da realizzare, comunicando il legame del vitigno con la terra d'origine, vale a dire parte del Friuli Colli Orientali e il Collio, italiano e sloveno.

Questo è il nostro Progetto e il mercato della Ribolla Gialla...venite a scoprirlo!

Seguici sui canali [Facebook](#) e [Instagram](#)



Maria Cristina Pugnetti, nata a Udine nel 1964, laureata in Economia Aziendale all'Università Cà Foscari di Venezia, ha un Master nel digital marketing conseguito presso

Il Sole24 Ore di Milano. Autrice di numerosi articoli: per *Tiere Furlane* – rivista di cultura del territorio del Friuli Venezia Giulia –, *Voce Isontina*, *Il Popolo*, *Vita Nuova*, *La Vita Cattolica*, *Il Quotidiano Fvg*, *Il Gazzettino* sez. Udine, e per la Società Filologica Friulana. Correttore di bozze di diversi libri e volumi, convinta che sia un mestiere difficile ma bellissimo. Organizzatrice di eventi culturali. Ha un blog personale: Vinidellanima.it dedicato alla diffusione della cultura di vino e cibo, scrive anche nel blog dell'Azienda Tenimenti Civa, di cui è Responsabile Marketing e Comunicazione.

Ti potrebbe interessare:



[1. Come Acquistare il Vino al Supermercato: I Consigli dell'Esperto!](#)



2. La Ribolla Gialla Spumante in Friuli e l'Abbinamento con il Cibo



3. La Ribolla Gialla: il vitigno che ha sfidato i secoli



4. NUOVO DISCIPLINARE PER LA RIBOLLA GIALLA: TERMINATI GLI INCONTRI PER LA SUA DEFINIZIONE



5. [Vino e Cibo: regole per l'abbinamento perfetto con la Ribolla Gialla](https://tenimenticiva.emistaging.19.coop/blog/ribolla-gialla-mercato/)