Colli del Soligo, il modello cooperativo veneto regala un esempio di visione e diversificazione

scritto da Claudia Meo | 30 Ottobre 2025



Cantina Colli del Soligo si conferma eccellenza cooperativa veneta con 600 soci e 1.200 ettari. Premiata da Weinwirtschaft come miglior cantina sociale del Veneto, l'azienda cresce nell'export con nuove linee DOCG, sperimentazione sui vitigni resistenti e investimenti in hospitality ed e-commerce. Il Direttore Curtolo illustra una strategia che bilancia tradizione territoriale e innovazione sostenibile.

Cantina Colli del Soligo è un punto di riferimento per la produzione cooperativa veneta: fondata nel 1957, oggi rappresenta 600 soci conferitori e 1.200 ettari di vigneto.

Esprime a pieno lo spirito della Glera, operando nell'ambito delle denominazioni DOC Treviso, DOCG Conegliano Valdobbiadene e DOCG Asolo. "Parliamo di comprensori vitivinicoli che attraversano un momento favorevole, dinamiche positive a livello di vendite, prezzi stabili e qualità elevate – osserva Andrea Curtolo, Direttore della cooperativa – frutto del grande lavoro dei consorzi, delle associazioni di categoria e della responsabilità dei viticoltori: il risultato di un ottimo lavoro collettivo che va avanti nel tempo".

Per Colli del Soligo, in particolare, quest'anno è stato segnato da importanti riconoscimenti: la prestigiosa rivista tedesca *Weinwirtschaft* l'ha premiata come **miglior cantina sociale del Veneto** e inserita tra le migliori d'Italia. Un risultato che premia un modello cooperativo che sa coniugare dimensione e qualità, con una produzione solida e costante. L'export conferma il buon momento: l'azienda è ben posizionata in Europa, soprattutto in Germania, Regno Unito e Francia, e sta crescendo con convinzione nei mercati dell'Est e in Asia, dove partecipa a numerose fiere internazionali. "In questi Paesi – racconta Curtolo – cercano aziende solide, che garantiscano continuità, qualità e sicurezza di fornitura. Il fatto di essere una cooperativa con oltre seicento soci e un migliaio di ettari trasmette fiducia. E anche nei mercati più nuovi, come l'Africa, vediamo segnali di interesse".

Anche per il portafoglio aziendale è stato un anno di "raccolta". Alcune etichette hanno meritato punteggi davvero interessanti da parte della migliore **critica enologica** come il Berliner Wein Trophy, IWC e 5 Stars Wine.

Sul fronte produttivo la cantina continua a innovare con equilibrio. La linea **Col de Mez**, ormai affermata, si è arricchita di nuove etichette DOCG, tra cui Rive Extra Brut e Rive Dry, e del Cartizze in arrivo. Recentemente proposto sul mercato il **Prosecco DOC da 9 gradi**, pensato per incontrare le esigenze di alcuni mercati esteri e, non appena la normativa lo consentirà, un **Prosecco dealcolato**, che punta a

intercettare i nuovi trend di consumo responsabile. “Ci crediamo molto – spiega Curtolo – perché all’estero la riduzione del grado alcolico ha anche un impatto fiscale positivo. Il mercato italiano è più tradizionale, ma vogliamo farci trovare pronti”.

Parallelamente prosegue il lavoro sui vitigni **resistenti (PIWI)**, con etichette come il *Souvignier Gris* e il *Johanniter*, cui si aggiungerà presto il *Muscaris*, varietà aromatica destinata a una versione dolce. “Sono vitigni dalle ottime prospettive e secondo noi con un potenziale enorme; il fatto che oggi abbiano guadagnato spazio per degustazioni settoriali mirate è un segnale che dimostra che lo scenario sta cambiando. Le prospettive sono legate naturalmente al riconoscimento a livello di disciplinari”.

Colli del Soligo sta poi investendo con continuità sul fronte dell’hospitality. “Oggi i clienti non vogliono solo visitare la cantina, vogliono toccare con mano il territorio, camminare tra i filari. Per questo stiamo ampliando i nostri spazi dedicati all’accoglienza, per ricevere gruppi più numerosi e dare valore all’esperienza. Per quanto riguarda l’incoming professionale abbiamo allestito un casolare nell’area del **Cartizze**, con una terrazza panoramica incastonata tra i vigneti, per ospitare operatori e buyer, offrendo un’esperienza immersiva nel paesaggio più iconico della denominazione”.

Anche l’e-commerce è diventato ormai strategico per la coop di Soligo,: rappresenta circa il 10% del fatturato e continua a crescere: “Le vendite online vanno molto bene e, del tutto a sorpresa, abbiamo constatato che il cliente medio ha più di 50 anni, spesso anche oltre i 70.

Il periodo del Covid, se così si può dire, si è rivelato in questo verso un’occasione di crescita: molte persone proprio in quei mesi hanno acquisito confidenza con il web e si sono approcciate per la prima volta agli acquisti on line, ed ora

sono clienti fidelizzati. Oggi **la nostra sfida è raggiungere la fascia dei 25-40 anni**, con esperienze digitali più interattive e degustazioni online. Tra le etichette più richieste sul web spiccano i DOCG Rive e i millesimati, che nel canale diretto trovano un posizionamento competitivo".

Colli del Soligo si conferma una cooperativa moderna, capace di tenere insieme la forza del territorio e lo sguardo internazionale, la tradizione e la sperimentazione. "Il nostro obiettivo – conclude Curtolo – è crescere in modo coerente, mantenendo fede alla nostra identità e aprendo nuove strade, sempre nel rispetto di chi lavora la vigna e di chi sceglie ogni giorno i nostri vini."

Cantina Colli del Soligo fa parte da anni di **The Wine Net**, rete tra alcune eccellenze cooperative italiane, con le quali condivide i valori della mutualità, della cooperazione e della sinergia, e con le quali condivide strategie commerciali e iniziative di espansione sui mercati internazionali.

Punti chiave

1. **Riconoscimento internazionale**: Weinwirtschaft premia Colli del Soligo come miglior cantina sociale del Veneto e tra le migliori d'Italia.
2. **Export strategico in crescita**: forte presenza in Germania, Regno Unito e Francia, espansione nei mercati asiatici e dell'Est Europa.
3. **Innovazione di prodotto**: nuove etichette DOCG Col de Mez, Prosecco a 9 gradi, dealcolato in arrivo e vitigni resistenti PIWI.
4. **Investimenti in hospitality**: casolare panoramico nell'area Cartizze per operatori e spazi ampliati per accoglienza turistica nel territorio.
5. **E-commerce strategico**: rappresenta il 10% del fatturato

con clientela over 50 fidelizzata, obiettivo espansione verso i 25-40 anni.