

Colomba Bianca: la forza della cooperazione e l'impegno per la modernità

scritto da Claudia Meo | 18 Febbraio 2025



Colomba Bianca, cooperativa vitivinicola di Mazara del Vallo, si distingue per il suo impegno nella qualità e nella sostenibilità. Il presidente Dino Taschetta e l'enologo Mattia Filippi raccontano i progetti chiave: dalla valorizzazione del territorio alla ricerca enologica avanzata. L'obiettivo? Un vino di qualità, moderno, identitario e accessibile in un mercato in evoluzione.

In compagnia del **Presidente Dino Taschetta** e dell'enologo Mattia Filippi abbiamo approfondito i temi che costituiscono la filosofia aziendale e produttiva che è da anni alla base del lavoro sul territorio svolto dalla cooperativa di Mazara del Vallo.



Presidente, porta avanti da anni una vera e propria missione a sostegno dei valori tangibili e intangibili della cooperazione. Quali sono a suo parere i principi che chi regola il settore dovrebbe considerare prioritari?

“La politica dovrebbe convincersi che quando si lavora per sostenere i più piccoli si genera economia diffusa e si migliora quindi lo stato di tutti. Il merito delle aziende cooperative sta intanto nel dover lavorare con gli stessi vincoli dell’azienda privata, vale a dire nel rispetto della economicità e della qualità; in più, le cooperative generano dei veri e propri circoli virtuosi per il territorio. L’unione di tante piccole realtà consente di perseguire progetti importanti, meritevoli di tutela. Legislatore e governo dovrebbero difenderli ad ogni costo, incentivando la capitalizzazione delle nostre cooperative: la capitalizzazione

è troppo inferiore al giro di affari, anche quando, come nel nostro caso, le cose vanno bene.

C'è poi un tema di managerializzazione: spesso vengono premiate, anche con i bandi pubblici, le imprese in cui gli imprenditori sono molto giovani; e questo è sicuramente meritevole. Ma mancano strumenti per incentivare realtà come le cooperative, nelle quali ci sono management stabili e di esperienza che da vent'anni tutelano gli interessi del territorio e lo fanno crescere.

Le cooperative rimangono uno strumento fondamentale perché tanti piccoli produttori possano partecipare a progetti altrimenti preclusi singolarmente. Sono fondamentali in territori come il nostro, caratterizzati da un forte spezzettamento delle aziende. Rappresentano il migliore strumento disponibile per creare ricchezza diffusa a beneficio di tutto il territorio. Quando si aiuta una cooperativa non si fa diventare più ricco qualcuno che è già ricco, ma si aiuta l'intera economia di un territorio".

Mattia Filippi, enologo, cofondatore di Uva Sapiens, collabora con Colomba Bianca da 15 anni affiancando la direzione tecnica e generale nelle scelte produttive di carattere strategico.



Mattia, può illustrarci il lavoro svolto da Colomba Bianca negli ultimi anni per valorizzare il territorio e il suo impegno sul piano della qualità?

“Abbiamo diversi progetti e cantieri aperti da anni, in quanto siamo convinti che alcuni lavori non si debbano interrompere ma apportare sempre qualcosa in più. Sul fronte del territorio 15 anni fa è nato il nostro progetto ***Le uve raccontano***, che raccoglie annata per annata una serie di dati tratti da vigneti satellite in provincia di Trapani, riguardanti l’aspetto fenologico delle uve, l’aspetto fito-sanitario delle piante, la situazione meteorologica e la qualità delle uve: si tratta di informazioni che non erano disponibili e oggi, con una storia già di 15 anni alle spalle, continuiamo a condividerle con i nostri soci con l’obiettivo di innalzare sempre di più il livello qualitativo delle nostre produzioni, ma anche con buyer e giornalisti.

L'approfondimento tecnico ci ha permesso di investire in modo mirato sulla qualità e ambire a una produzione in bottiglia di grande qualità: e possiamo affermare che questo grande lavoro ha fatto crescere moltissimo anche la qualità dello sfuso.

Un progetto al quale teniamo molto è **Resilience**, percorso di recupero e valorizzazione delle *Vigne Vecchie*, come amiamo chiamarle, che ha dato vita a una linea di prodotto dedicata ai nostri autoctoni: si tratta di piante che hanno dimostrato una grande capacità di adattamento all'habitat, che abbiamo voluto valorizzare con produzioni molto limitate che testimoniano le nostre radici e la capacità di fronteggiare gli eccessi di un clima che oggi in Sicilia rappresenta una grandissima sfida; ci siamo accorti che le vigne che hanno alle spalle una storia lunga sono un partner eccezionale in un momento climatico come questo, e alcune tribù varietali come il Lucido, il Grillo, l'Inzolia, il Nero d'Avola e il Perricone, hanno mostrato grande resilienza alle variazioni climatiche".

Presidente, in cosa si sostanzia oggi, per lei, il valore della sostenibilità?

"La sostenibilità è un concetto fondamentale per il futuro della terra, ma troppo spesso si ha la sensazione che in tanti ne facciano abuso e usino questo termine a sproposito.

Esistono tante definizioni di sostenibilità. A me piace pensare alla domanda che dovremmo porci tutti quando la sera andiamo a letto: abbiamo fatto qualcosa perché il mondo che abbiamo lasciato sia migliore di quello che abbiamo trovato la mattina? Se la risposta è positiva vuol dire che siamo sostenibili, se è negativa, le nostre aziende, la nostra stessa vita potrebbe prima o poi subire conseguenze negative.

In ogni caso, quando parliamo di sostenibilità non possiamo trascurare l'aspetto economico, troppo spesso ci si sofferma sulla sostenibilità ambientale, trascurando quella sociale e

soprattutto quella economica. Ci vuole equilibrio in ogni cosa, altrimenti si rischia di vanificare tutto”.

Mattia, cosa cerca oggi a suo avviso chi consuma vino?

“In primo luogo cerca vini moderni, che abbiano alta bevibilità, con un contenuto alcolico non elevato; che siano facilmente comprensibili anche da parte di un neofita, che parlino di territorio e che siano riconoscibili: vini democratici, in una parola. E’ un’esigenza che sta emergendo in tutti i Paesi consumatori di vino, anche in Francia dove da denominazioni come Borgogna e Bordeaux il consumatore si sposta nella sua ricerca verso la Loira, solo per fare un esempio.

La **linea Lavì Spumanti** è nata per proporre un consumo facile e conviviale, e per affacciarsi nel segmento della mixology: un cocktail è come una pizza, e la sua gradevolezza dipende dalla bontà degli ingredienti utilizzati. Le bollicine di questa linea – 5 spumanti diversi per 5 vitigni, Grillo, Nerello Mascalese, Nero d’Avola, Chardonnay e Zibibbo – si candidano per essere l’ingrediente speciale per le occasioni di festa e di convivialità, mirando a conquistare la fascia più giovane del mercato; questo è il nostro concetto di [lavixology, la mixology secondo Colomba Bianca](#).

Con la **linea 595** abbiamo invece raccolto la sfida della spumantizzazione con Metodo Classico, con un blanc de blanc a base Chardonnay e un rosè di Nero d’Avola, cui si è affiancata la *limited edition* “**595 100 mesi sui lieviti**”, a base Chardonnay, che esprime tutto il pregio di un lungo affinamento in bottiglia. L’altitudine a cui vengono coltivate le uve conferisce a questa produzione la spinta fresca, elegante e aromatica tipica delle [bollicine di pregio](#); quello che in aree come lo Champagne è garantita da latitudini totalmente differenti.

In termini generali il mercato apprezza sempre meno il vino come commodity, e cerca al contrario un prodotto che sia fortemente identitario del territorio, coerente e credibile. E per chi produce vino s'impone la scelta di fare vino nei posti giusti; credo che oggi fare impresa nel mondo del vino significhi sempre più avere il coraggio di decidere dove fare vino e dove non farlo".

Presidente, che contributo può dare la Sicilia nella ricerca di un vino "moderno"?

"La Sicilia è un continente viticolo, presenta un mosaico di suoli e di condizioni climatiche totalmente diverse a seconda delle microaree: gli antichi dicevano che il terreno va "a palmo", per indicare la grande variabilità dei nostri territori. Può essere un cantiere incredibile per sperimentare nuovi prodotti. Dobbiamo solo convincerci di diventare sempre più una terra di qualità e comportarci di conseguenza. Abbiamo tutti gli elementi per iniziare un nuovo percorso, servono strumenti di programmazione di lungo termine in cui sia chiaro "chi fa che cosa" e i termini entro i quali va fatto. È la direzione che si prende che conta, non il punto da cui si parte".

Quali sono gli obiettivi strategici di Colomba Bianca per i prossimi anni?

"Colomba Bianca si candida a diventare sempre più un'azienda di qualità; vuole dimostrare a tutti che anche nel mondo della cooperazione siciliana si possono fare grandi cose. Fra gli obiettivi c'è quello di aumentare la percentuale di prodotti confezionati, in modo di subire meno la variabilità del mercato dello sfuso.

Vogliamo migliorare l'assistenza ai nostri soci per aumentare la qualità delle uve che arrivano in cantina; vogliamo

assolutamente mettere in cantiere ogni possibile iniziativa per arrivare a una dignitosa remunerazione delle uve, questa è la madre di tutte le battaglie: il patrimonio più importante di una cooperativa è dato dai suoi soci e dall'uva che conferiscono; in mancanza di questo si rischia di vanificare anche il progetto più bello e ambizioso. Per questo, oltre all'immane attenzione per i nostri clienti, la maggior parte degli sforzi sarà indirizzata a cercare di migliorare le condizioni dei nostri associati.

Leggi anche: [Bollicine di pregio per Colomba Bianca: tradizione siciliana e apertura internazionale](#)

Punti chiave:

1. **La cooperazione come motore di crescita:** le cooperative permettono ai piccoli produttori di unirsi per affrontare il mercato globale;
2. **Innovazione e valorizzazione del territorio:** il progetto *Le uve raccontano* raccoglie dati dettagliati sulla qualità delle uve e sul microclima; la linea *Resilience* punta a preservare varietà autoctone e affrontare i cambiamenti climatici;
3. **Sostenibilità a 360°:** sostenibilità ambientale, economica e sociale devono coesistere per un sistema vitivinicolo stabile;
4. **Evoluzione del mercato del vino:** i consumatori cercano vini moderni, accessibili e legati al territorio;
5. **Strategia di crescita di Colomba Bianca:** aumentare la quota dell'imbottigliato rispetto allo sfuso e portare avanti una visione di lungo termine.

