Enoturismo a Colle Moro: il coraggio della cooperazione

scritto da Lavinia Furlani e Fabio Piccoli | 13 Luglio 2020



Non mi stancherò mai di ripetere che **gestire una cooperativa è molto più difficile di quanto si possa immaginare**. Purtroppo nel tempo si è creata l'idea, anche all'interno di qualche addetto ai lavori (e questo è grave), che siccome si tratta di un'impresa 'senza padrone', con varie agevolazioni sul fronte della gestione e della fiscalità, sia un'azienda più facile da guidare.

Nulla di più sbagliato. Questo pensavo mentre ascoltavo le parole di **Francesco Labbrozzi, presidente di Cantina Colle Moro,** la cooperativa abruzzese di Frisa (Chieti) che oggi conta circa **400 soci**, per una **superficie vitata che supera i 1.000 ha**, e popola il vasto panorama cooperativistico della provincia di Chieti.

Il dinamico presidente Labbrozzi, che mi ha fatto un

eccellente impressione pur nel breve tempo che abbiamo trascorso insieme, ci ha ricordato il lungo e difficile cammino che ha portato la sua cooperativa all'attuale assetto.

Come tante realtà cooperative italiane è **nata all'inizio degli anni '60** (era il 1961) dalla lungimiranza di 11 soci che avevano capito l'importanza dell'unione e la fondamentale necessità, se si voleva cavalcare l'onda dello straordinario progresso economico di quegli anni, di **fare squadra soprattutto in territori 'poveri' come quello abruzzese in quegli anni**.

Anche solo soffermandosi sull'aspetto costitutivo di molte imprese cooperative italiane si può comprendere la loro importanza sul piano economico ma anche sociale.
Essere riusciti in 60 anni a passare da 11 a 400 soci e, soprattutto, **convincendoli a 'cambiare rotta' sul piano produttivo**, **passando da un modello legato alla 'quantità' a uno legato alla 'qualità'**, oggi ci sembra quasi banale ma sarebbe grave pensarla in questo modo.

Insomma la cooperativa, e Colle Moro è un bell'esempio in tal senso, deve da un lato garantire e spingere sempre verso l'aggregazione dei soci e dall'altra convincerli a stare in maniera competitiva sul mercato. Certo rimangono oggi fortunatamente **importanti i valori sociali della cooperazione, a partire da quelli mutualistici**, ma è inutile negare che senza la capacità di essere competitiva sui mercati e quindi remunerativa
per i soci il suo ruolo cadrebbe inesorabilmente.

Colle Moro mi ha favorevolmente impressionato, ho trovato **persone capaci e motivate e anche sul fronte qualitativo dei vini** ho trovato molte conferme che testimoniano, innanzitutto, ancora una volta l'incredibile vocazionalità vitivinicola di questa terra.
Ottimo sia il **Montepulciano d'Abruzzo Alcade** sia il **rosé** frutto della vinificazione del **Cerasuolo d'Abruzzo** che rimane

uno dei tanti vitigni ideali per la produzioni di eccellenti rosati.

Ma nelle riflessioni con il presidente Labbrozzi è emersa **una delle principali difficoltà**, comuni a tutte le cooperative, e cioè quella di **rendere i propri soci più 'imprenditori' e non solo 'viticoltori'**. Che tradotto significa far comprendere alla propria base sociale le regole del mercato, riuscendo a coinvolgerli di conseguenza maggiormente nelle scelte gestionali della cooperativa.

Questa è una sfida difficilissima, inutile girarci intorno, che è possibile attraverso due requisiti fondamentali, da un lato un management adeguato e dall'altro soci capaci, convinti e coinvolti nel destino della propria cooperativa.

Spesso si ritiene che il successo di una cooperativa risieda solo nella qualità dei propri prodotti ma in realtà questo è solo uno dei tanti (seppur molto importante) requisiti.
Qualcuno potrebbe obiettare che questo vale per qualsiasi tipologia di azienda ma nella cooperazione questo è più difficile da far comprendere perché **un socio viticoltore spesso pensa (e spera) che il suo lavoro termini in vigna e purtroppo non è così**.

Il nostro incontro con Colle Moro è terminato in un suggestivo ristorante sulla bella spiaggia di San Vito Chietino. Siamo stati benissimo e il nostro confronto arricchito anche dalla presenza della **responsabile commerciale Diamante Zulli e dall'enologo Vincenzo Marchioli** ha confermato la nostra ottima impressione sul management di Colle Moro.

Guardando il bel mare davanti a noi, caratterizzato dai fantastici trabocchi, abbiamo fatto un sogno a occhi aperti: **cooperative italiane che riescono a essere sempre più competitive garantendo i propri soci e la sostenibilità economica dei territori in cui sono presenti.**

Ascoltando le parole di Francesco, Vincenzo e Diamante, piene

di entusiasmo e coraggio nonostante la consapevolezza delle difficolta, pensiamo che questo sogno non sia poi così lontano dalla realtà. A Colle Moro ce la stanno mettendo tutta.

Che cosa abbiamo imparato da Francesco Labbrozzi, Diamante Zulli e Vincenzo Marchioli

Ci sono delle aziende in cui emerge subito la forza della semplicità e dell'autenticità
e Colle Moro è una di queste.

Ho conosciuto **Diamante** qualche anno fa a Hong Kong e mi ha colpito da subito per la
sua concretezza senza fronzoli. Da lei ho imparato che **si possono fare grandi cose anche senza fare troppo rumore** e quanto il credo per l'azienda in cui lavori sia un motore potente che ci può sempre spingere a fare di più e a fare meglio.

Il presidente **Francesco** è stato una rivelazione di carica energetica. Ci ha ascoltato molto per poi lasciar emergere la sua vena narrativa, e per contagiarci con racconti di luoghi magnifici in zone poco conosciute dell'Abruzzo. Da lui ho imparato che **non necessariamente dobbiamo mostrare subito tutte le nostre peculiarità**, e che talvolta è **meglio lasciarsi scoprire poco alla volta**. E poi da lui ho imparato che non è mai troppo
tardi per iniziare a essere social!

Dall'enologo **Vincenzo** ho imparato il **valore dell'umiltà e del piacere della condivisione** di ciò che per noi ha un senso: ha voluto portarci a vedere un orto di un loro socio accompagnandoci in auto e ci ha regalato una vista mozzafiato.