La visione Brugnano: creare valore e identità nel mercato del vino

scritto da Lavinia Furlani | 29 Settembre 2025



La cantina Brugnano costruisce il proprio successo attraverso una strategia di posizionamento selettivo nel canale Ho.Re.Ca., una filosofia enologica che valorizza unicità e longevità dei vini siciliani, e un ambizioso progetto di ospitalità enoturistica che trasformerà il brand in una destinazione esperienziale.

La nuova fase della cantina Brugnano, guidata da Francesco Brugnano dal 2017 e rilanciata sul mercato nel 2022, si fonda su una visione aziendale precisa: **elevare il nome di famiglia attraverso un progetto enologico che privilegi l'identità, la longevità e l'unicità**.

“La nostra filosofia nasce dall’idea che l’unicità non significhi distacco dalle radici, ma una nuova chiave di lettura di esse. Creiamo vini che non si limitano a raccontare la Sicilia e la sua terra, ma li reinterpretano in modo originale, dando vita a espressioni inedite e sorprendenti. Ogni bottiglia custodisce il carattere autentico delle zone di produzione, esaltandone le peculiarità attraverso il nostro sguardo diverso: un approccio che coniuga tradizione e innovazione, rispetto e creatività. Così i nostri vini diventano il punto d’incontro tra la forza identitaria del territorio siciliano e la nostra visione personale: riconoscibili, irripetibili, unici”, spiega Francesco Brugnano.

Questo approccio si traduce in scelte strategiche concrete che toccano il posizionamento sul mercato, la filosofia produttiva e i piani di sviluppo futuri.

Strategia di mercato: posizionamento selettivo e Brand Exclusivity

La strategia commerciale di Brugnano è deliberatamente selettiva. Il mercato di riferimento è esclusivamente il canale Ho.Re.Ca.. L’azienda opera un’attenta selezione dei clienti, verificando il target di ogni locale prima di approvare un ordine, per garantire che il posizionamento del vino sia coerente con l’immagine del brand. Questo approccio, pur rappresentando un taglio a una potenziale fetta di fatturato, si è rivelato vincente per costruire una reputazione solida in locali di alto profilo. Un’altra leva strategica è l’accoglienza in cantina, attualmente focalizzata non sul turista generico ma su clienti e operatori del settore, trasformandoli nei primi ambasciatori del brand.

Filosofia produttiva: identità nel calice

L’approccio enologico, sviluppato in collaborazione con i

consulenti Angelo Rubino e Federico Giotto, mira a superare la standardizzazione per creare vini con una forte personalità e potenziale di longevità. La visione è olistica e coinvolge sia la parte agronomica, con l'impianto di 45 nuovi ettari di vigneto, sia quella enologica.

Alcuni vini emblematici di questa filosofia sono:

- **Lunario:** Definito il "prodotto iconico di Brugnano", è il vino più venduto e identitario. La sua etichetta, con un design minimalista ed elegante, è stata studiata per essere immediatamente riconoscibile e riflettere l'identità del brand.
- **Ammaru (Zibibbo secco):** Esempio di segmentazione del mercato. Creato con un'etichetta e un nome distinti per aggredire il mercato delle trattorie e della ristorazione legata al pesce crudo. La sua unicità tecnica risiede in una fermentazione molto lenta (30 giorni) a bassissima temperatura (10°C) per eliminare il retrogusto amaro tipico di molti Zibibbo secchi, ottenendo un vino pulito e piacevole.
- **Her (Perricone):** Rappresenta la reinterpretazione di un vitigno autoctono, il Perricone, noto per essere tannico e "duro". Attraverso una tecnica di "riduzione in pianta", che prevede una sorta di doppia vendemmia per gambizzare parte dei grappoli, si ottiene un'uva più concentrata che permette di estrarre la "parte più sensibile del perricone", dando vita al vino rosso più venduto dell'azienda.

Progetti futuri: Un progetto di ospitalità

La visione a lungo termine Brugnano prevede lo sviluppo di un progetto di ospitalità che rappresenti molto più di una semplice struttura ricettiva: sarà un'estensione naturale del

marchio, pensata per offrire un’esperienza autentica e immersiva nel mondo del vino.

Non si tratta solo di un investimento, ma di un tassello strategico nella costruzione dell’identità futura del brand.

Gli obiettivi principali del progetto sono:

1. **Esperienza immersiva**: creare un legame diretto tra visitatori, territorio e vino, superando i limiti strutturali dell’attuale cantina, e offrendo un contesto dove la bellezza paesaggistica e la cultura locale possano esprimersi appieno.
2. **Posizionamento strategico**: la futura struttura sorgerà in un’area logisticamente ben connessa e vicina a importanti attrazioni culturali e naturalistiche, facilitando l’accessibilità al pubblico nazionale e internazionale.
3. **Centralizzazione produttiva** il progetto include la concentrazione dei vigneti in un’unica area, per ottimizzare la gestione agronomica e rafforzare il legame tra produzione e ospitalità.

L’obiettivo finale è chiaro: trasformare Brugnano in una **destinazione esperienziale**, dove il vino non è solo un prodotto, ma un modo di vivere, conoscere e condividere il territorio.



Punti chiave

- **Posizionamento selettivo esclusivo:** Brugnano opera solo nel canale Ho.Re.Ca. con attenta selezione dei locali per garantire coerenza di brand.
- **Filosofia enologica distintiva:** I vini riflettono identità e longevità, reinterpretando vitigni autoctoni siciliani con tecniche innovative e personalità unica.
- **Lunario prodotto iconico:** Il vino più venduto rappresenta l’identità del brand con design minimalista ed elegante immediatamente riconoscibile.
- **Ammaru e Her:** Esempi di segmentazione strategica con tecniche produttive uniche per mercati specifici e valorizzazione del Perricone.
- **Progetto ospitalità futura:** Sviluppo enoturistico immersivo per trasformare Brugnano in destinazione esperienziale con centralizzazione produttiva e posizionamento strategico.