

Enoturismo allo Stagnone: quando il vino diventa un'esperienza di paesaggio

scritto da Emanuele Fiorio | 25 Giugno 2026



L'enoturismo contemporaneo non si limita alla semplice degustazione, ma propone un'intera geografia identitaria. Nella Riserva dello Stagnone, Cantine Birgi interpreta questa evoluzione offrendo un'esperienza autentica tra saline storiche, archeologia e vigneti sul mare. Una valorizzazione culturale che supera la logica del prezzo e crea un legame emotivo destinato a durare nel tempo.

L'enoturismo italiano ha conosciuto negli ultimi anni una crescita che nessuno, forse, aveva previsto con questa intensità. La domanda non riguarda solo il vino in sé – il tasting, la visita in cantina, la cena con abbinamento – ma un'esperienza più ampia, difficile da sintetizzare in un

pacchetto: **la possibilità di capire da dove viene quello che si beve**, di incontrare chi lo produce, di stare per qualche ora in un paesaggio che spiega, meglio di qualsiasi etichetta, perché quel vino ha quel sapore.

La [Riserva Naturale dello Stagnone](#) è in questo senso un **territorio con un potenziale enoturistico straordinario e ancora parzialmente inespresso**. La laguna, le saline storiche ancora operative, le isole con i loro resti punici e medievali, i vigneti che scendono verso l'acqua, il profilo delle Egadi all'orizzonte nelle giornate limpide: è un paesaggio che non ha bisogno di essere abbellito o messo in scena. Funziona da solo, e aggiunge a qualsiasi degustazione una dimensione sensoriale che nessun wine bar urbano può replicare.

[Cantine Birgi](#) ha scoperto – ammette il **Presidente Giuseppe Saladino** – quasi per caso il potenziale di questa dimensione. I turisti che arrivano nella zona, attratti dalla bellezza del paesaggio costiero o dall'interesse storico dell'area marsalese, entravano in cantina con curiosità spontanea. E quella curiosità, quando trovava risposte genuine – produttori che parlano con entusiasmo reale del loro lavoro, vini che portano davvero l'impronta del territorio – si trasformava in fidelizzazione. **«Spiegare quello che facciamo ogni giorno ha un impatto molto più forte di qualsiasi brochure»**, afferma Saladino.

L'enoturismo, in questa prospettiva, non è solo un canale di vendita aggiuntivo. È uno strumento di **valorizzazione culturale**: fa capire ai visitatori che quello che stanno bevendo ha una storia, un luogo, delle persone dietro. **Crea un legame che resiste nel tempo e supera la logica del prezzo**. E indirettamente rafforza la filiera, perché chi ha visto il vigneto, ha camminato tra i filari, ha parlato con l'enologo, difficilmente tornerà a comprare vino guardando solo il costo per bottiglia.

La sfida, per territori come lo Stagnone, è **costruire un'offerta enoturistica all'altezza del paesaggio**: non generica, non improvvisata, ma curata in ogni dettaglio, capace di trasformare una visita in un ricordo duraturo.

Punti Chiave:

1. **L'enoturismo come esperienza geografica**: Il turista moderno non cerca solo il vino, ma desidera connettersi profondamente con l'identità visiva, naturale e storica del territorio d'origine.
2. **Superamento della logica del prezzo**: Vivere il vigneto in prima persona e dialogare con i produttori genera una fidelizzazione stabile che disinnesci la competizione commerciale basata sul puro costo della bottiglia.
3. **La forza della genuinità**: Raccontare il lavoro quotidiano in modo trasparente e appassionato esercita un impatto relazionale e commerciale decisamente superiore rispetto a qualsiasi brochure promozionale.
4. **Valorizzazione culturale della filiera**: L'accoglienza strutturata in cantina agisce come uno strumento culturale, capace di svelare la storia, i luoghi e le persone che si celano dietro ogni singola etichetta.
5. **Costruzione di un'offerta curata**: La vera sfida per l'area dello Stagnone risiede nel declinare l'immenso potenziale del paesaggio in proposte enoturistiche organizzate, precise e prive di improvvisazione.



**Fondo FEASR – PSP Regione Sicilia 2023-2027, INTERVENTO SRG10
PROMOZIONE DEI PRODOTTI DI QUALITÀ bando 2026 DDG n. 1763 del
16/03/2026 Domanda n. 64830070401**