

Dallo Stagnone parte il progetto di un nuovo modello di sviluppo territoriale fondato sul vino

scritto da Redazione Wine Meridian | 28 Maggio 2025



Cantine Birgi ha ospitato un evento strategico per la creazione di un distretto enoturistico nella Riserva dello Stagnone. Con esperti di vino, turismo e distribuzione, si è discusso di sell-out, identità territoriale e turismo esperienziale, con Birgi pronta a diventare il capofila di un nuovo modello di sviluppo locale.

La Sicilia guarda avanti e lo fa partendo da uno dei suoi luoghi più affascinanti: la Riserva Naturale dello Stagnone. Il 23 maggio 2025, Cantine Birgi ha ospitato una giornata di riflessione e visione, coinvolgendo esperti del settore vino,

turismo e distribuzione per costruire le basi di un nuovo distretto enoturistico territoriale.

L'evento, moderato da Fabio Piccoli, Direttore Responsabile di Wine Meridian, ha riunito Bruno Berni (CFI Group), Lavinia Furlani (Wine Turism Hub) e Stefano Tulli (Winedering), dando vita a un confronto ad alta densità strategica tra mercato, accoglienza e turismo esperienziale.

Bruno Berni: “Nel canale HoReCa serve un progetto o il vino resterà invenduto”

A inaugurare il seminario è stato Bruno Berni, che ha offerto un'analisi chiara e senza filtri sulla situazione del vino italiano nel canale HoReCa. I numeri parlano di una flessione del -2,6% nel primo quadrimestre 2025, ma Berni ha puntato l'attenzione soprattutto sulla necessità di superare la logica del sell-in per abbracciare quella del sell-out.

“Chi pensa che basti piazzare bottiglie in magazzino, sbaglia. Oggi serve accompagnare il vino fino al tavolo del ristorante, con formazione, narrazione, strumenti e visione”, ha spiegato.

Nel contesto dei 2000 distributori italiani, il vino rappresenta oggi il 17% del fatturato medio e sta crescendo. Ma per cogliere l'opportunità, i produttori devono costruire linee dedicate, formare i venditori e interagire con chi decide sul campo: imprenditori e specialisti di categoria. “Cantine come Birgi – ha concluso – hanno l'occasione di diventare partner strategici per chi vuole fare un vero lavoro sul territorio”.

Lavinia Furlani: “Per far nascere un distretto enoturistico serve un capofila. Birgi ha il profilo giusto”

Nel suo intervento, Lavinia Furlani ha spostato il focus sul

valore dell'enoturismo come leva per costruire un'identità territoriale forte e duratura. Dopo aver analizzato i dati sul turismo del vino in Sicilia – ancora sotto la media nazionale per scontrino e presenze – Furlani ha lanciato una proposta concreta: costruire un distretto enoturistico nello Stagnone partendo da aziende che abbiano la volontà e la responsabilità di guidare il cambiamento.

“Birgi ha la struttura, la visione e il posizionamento per fare da capofila a un progetto che metta insieme accoglienza, paesaggio, racconto, presenza digitale, sinergie locali e fidelizzazione”, ha sottolineato. Otto i pilastri su cui lavorare: territorio, paesaggio, food&wine, storytelling, accoglienza umana, collaborazione, visibilità online e continuità nel tempo.

Stefano Tulli: “Dalla narrazione ai trend globali, così si costruisce una vera wine destination”

A chiudere la prima parte è stato Stefano Tulli, CEO di Winedering, che ha delineato in modo pragmatico gli step fondamentali per costruire una vera destinazione enoturistica: dall'analisi dell'offerta e della domanda alla creazione di esperienze autentiche, fino al coordinamento degli attori locali sotto una brand identity comune.

“Non basta una buona cantina. Serve un territorio che sappia collaborare, raccontarsi, differenziarsi e abbracciare i trend del turismo esperienziale: wellness, slow travel, backstage, contatto umano”, ha dichiarato. E ha lanciato un messaggio forte: “Il vero competitor non è la cantina accanto. È la Coca Cola. È chi si prende il tempo libero delle persone. E noi dobbiamo competere per quel tempo con bellezza, emozione e concretezza”.

A chiusura dell'incontro, Giuseppe Figlioli e Salvatore Marino, padroni di casa e figure chiave di Cantine Birgi, hanno espresso entusiasmo e fiducia verso il futuro del progetto:

“La nascita di un distretto enoturistico nella Riserva dello Stagnone rappresenta una straordinaria opportunità per valorizzare il nostro territorio e il vino che ne nasce – ha dichiarato Figlioli –. Il nostro impegno è quello di mettere al centro la qualità, la sostenibilità e la narrazione autentica, per trasformare lo Stagnone in una destinazione unica e riconosciuta”.

Salvatore Marino ha aggiunto: «Birgi vuole essere non solo una cantina, ma un punto di riferimento che unisce produttori, operatori e comunità locale, costruendo insieme una rete solida che sappia attrarre turismo esperienziale e creare valore duraturo».

L'evento si è concluso con l'intervento del dottor Luca Castagna, medico e ricercatore, che ha ricordato come il vino sia un protagonista culturale e sociale insostituibile: «Il vino non è solo un prodotto agricolo, ma un grande trasmettitore di cultura, salute e identità territoriale. Va considerato con rispetto come elemento di coesione e di benessere, un ambasciatore di storie e tradizioni che arricchiscono il nostro patrimonio».

Una visione concreta per il futuro dello Stagnone

L'evento del 23 maggio non è stato solo un momento di confronto, ma l'inizio di un percorso. Cantine Birgi ha dimostrato di voler essere più di un'azienda agricola: un motore di sviluppo territoriale, un punto di riferimento per

fare rete, per attrarre turismo di qualità e per posizionare lo Stagnone come una delle nuove destinazioni enoturistiche italiane.



Punti chiave

- **Cantine Birgi guida** la nascita di un distretto enoturistico nella Riserva dello Stagnone.
- **Focus sul sell-out** nel canale HoReCa per aumentare valore e presenza del vino italiano.
- **Otto pilastri strategici** per costruire un'identità enoturistica solida e duratura.
- **Il vero competitor** del vino? Il tempo libero delle persone, non la cantina vicina.
- **Il vino racconta** cultura, salute e coesione: è ambasciatore del territorio.