

Brugnano: la nuova generazione del vino siciliano che parla un linguaggio contemporaneo

1 Luglio 2025

di Redazione



MONREALE – C'è una nuova generazione che torna alla terra, ma con uno sguardo rivolto al futuro. È la storia di **Francesco** e **Giuseppe Brugnano**, due giovani fratelli che hanno scelto di scommettere sull'eredità di famiglia: una cantina radicata tra Alcamo e Partinico, nel cuore della Sicilia vinicola, tra le denominazioni Doc Alcamo e Doc Monreale.

Giunti alla terza generazione, i Brugnano non si limitano a custodire quanto costruito dal padre e dal nonno, ma decidono di evolvere il progetto, rendendolo più attuale e dinamico.

La storia familiare affonda le radici nel 1970, quando il nonno di Francesco e Giuseppe inizia un percorso fatto di vigna, lavoro e territorio. Oggi, a distanza di oltre cinquant'anni, sono i

nipoti a guidare l'azienda verso una nuova stagione, fatta di identità territoriale e visione contemporanea, con lo sguardo rivolto a una generazione di consumatori che chiede autenticità, chiarezza e connessioni vere.

Il 2022 è stato l'anno della svolta: un nuovo volto per il brand, una comunicazione più diretta, vini che raccontano la Sicilia con un linguaggio essenziale e internazionale.

In questa intervista, Francesco Brugnano ci racconta come è nata questa nuova visione, cosa significa fare vino oggi a Partinico e in che modo il linguaggio del vino può parlare ai giovani con sincerità e profondità.



Francesco Brugnano

Francesco, ci racconti com'è nata la tua avventura nel mondo del vino?

Il vino fa parte della mia storia personale. Sono cresciuto respirando profumi di mosto e ascoltando racconti di vendemmie. Mio nonno ha fondato l'azienda nel 1970, e quella cultura contadina è stata per me un imprinting naturale. Ma a un certo punto ho sentito che serviva una nuova narrazione: più contemporanea, più vicina al mondo in cui vivo oggi. Così è nato il nuovo corso di Brugnano, con l'obiettivo di dare un volto moderno alla nostra tradizione.

Come descriveresti l'identità della tua azienda vitivinicola a Partinico?

Siamo profondamente legati alla nostra terra, ma non ci piace rimanere fermi. Partinico è un crocevia di venti, luce, altitudine, e i nostri vini raccontano tutto questo. Ma lo fanno con un linguaggio attuale, essenziale. Ci definiamo una *Contemporary Sicilia Winery*: coniughiamo autenticità e innovazione, rispetto e creatività.

Quali sono stati i principali passaggi nella crescita dell'azienda fino ad oggi?

Il momento decisivo è stato il 2022, quando abbiamo rilanciato il brand con una nuova identità visiva e concettuale. Da lì è iniziato un percorso di rinnovamento profondo: nuove linee di prodotto, maggiore apertura ai mercati esteri, una rete commerciale più strutturata. E oggi stiamo lavorando a nuovi progetti che uniscono vino, accoglienza e territorio... ma ne parleremo meglio quando sarà il momento.

Parliamo di stile dei vini e filosofia produttiva. Come definiresti lo stile dei tuoi vini?

Cerchiamo armonia ed eleganza. I nostri vini sono puliti e freschi. Ogni etichetta nasce da un'idea chiara e da un'intenzione precisa: mai un vino per riempire uno scaffale, ma sempre per raccontare un pezzo del nostro mondo.

Quali scelte agronomiche ed enologiche caratterizzano la tua produzione?

In vigna lavoriamo con grande attenzione alla sostenibilità. In cantina puntiamo su vinificazioni essenziali: acciaio, cemento, e solo dove serve legno. Il cemento, ad esempio, è un materiale che amiamo per la sua capacità di rispettare il frutto e accompagnarne l'evoluzione in modo neutro.

C'è un vino che senti più rappresentativo della tua personalità?

È difficile scegliere un solo vino, perché ogni etichetta racconta una parte della nostra storia.

Sicuramente Honoris Causa è Riserva Doc Sicilia è il vino con cui ho il legame affettivo più profondo: è un omaggio a mio padre e rappresenta la storicità dell'azienda, la sua struttura solida e il valore delle radici. Ma se dovessi indicare il vino che più rispecchia la mia personalità, direi il Grillo Lunario Doc Sicilia. È un bianco che esprime una visione moderna. Riesce a coniugare qualità, vocazione territoriale, identità e spirito contemporaneo. È un vino che guarda avanti, proprio come faccio io nel mio approccio al lavoro e alla vita.

La tua è un'azienda che guarda molto ai giovani. Quali tendenze hai osservato recentemente nel consumo del vino, in Italia e all'estero?

I giovani cercano autenticità e semplicità, ma senza superficialità. Vogliono capire cosa bevono, chi c'è dietro una bottiglia, e apprezzano un racconto vero. Il vino oggi è anche esperienza, cultura, lifestyle.

Noti un interesse crescente verso certe tipologie di vino rispetto ad altre?

Sì, c'è sempre più attenzione verso i vini freschi, di pronta beva, ma anche verso quelli con un'identità forte, magari legati a vitigni autoctoni o a territori ben raccontati. E c'è un crescente interesse verso i vini con basso contenuto alcolico, più versatili e conviviali.

Come risponde la tua produzione a queste nuove preferenze?

Abbiamo allargato la nostra proposta proprio in questa direzione, ma sempre restando fedeli al nostro stile. Creiamo vini accessibili nel senso più nobile del termine: comprensibili, piacevoli, ma con profondità e coerenza.

Si dice che i giovani bevono poco vino, che sono distanti. Sei d'accordo?

Non credo che siano distanti. Semplicemente, parlano un'altra lingua. E se il vino riesce a tradursi in qualcosa che li riguarda, che li incuriosisce, allora si avvicinano. Sta a noi rendere quel linguaggio più vivo, più vero.

La vostra comunicazione ha uno stile molto fluido e dinamico. Pensi che sia sempre più necessario per raggiungere nuovi consumatori, e giovani, oltre agli addetti ai lavori?

Sì, oggi la comunicazione è parte integrante del prodotto. Non si può più parlare solo a chi "già sa". Bisogna essere trasparenti, coinvolgenti, coerenti. Il nostro stile comunicativo nasce proprio da questo: vogliamo che il nostro vino si capisca, si riconosca e faccia venire voglia di saperne di più.

Ci sono nuovi progetti in serbo?

Sì, ci sono progetti che stanno prendendo forma, alcuni legati al vino, altri all'idea di farlo vivere anche attraverso luoghi ed esperienze. Siamo convinti che il futuro del vino passerà anche da come sapremo raccontarlo *dal vivo*, ma per ora preferisco lasciare un po' di mistero. (red.)