

Comunicato stampa

TURISMO IN DISTILLERIA: DATI, VISIONE E SISTEMA

*DAL CONVEGNO DISTILLO-SIMEI LE NUOVE OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO PER LA
DISTILLAZIONE E LA LIQUORISTICA*

Refrontolo (TV), 4 maggio 2026 – Il turismo in distilleria non è più un’attività accessoria, ma una leva strategica centrale per il futuro del comparto dei distillati italiani. È quanto emerso dal convegno ospitato presso Astoria Wines, promosso da Distillo in collaborazione con Simeì e Unione Italiana Vini (Uiv), che ha riunito produttori, consorzi, istituzioni e operatori del settore in un confronto strutturato su opportunità, criticità e modelli di sviluppo dell’ospitalità in distilleria.

Ad aprire i lavori è stato Davide Terziotti (Distillo), che ha inquadrato il tema partendo dal contesto generale del mercato: *«L’Italia parte da uno dei consumi di alcol più bassi e virtuosi in Europa, ma con una forte vocazione ai prodotti premium. In questo scenario, l’ospitalità in distilleria rappresenta un’opportunità concreta di sbocco commerciale, maggiore marginalità e controllo diretto del rapporto con il consumatore».*

Il quadro di riferimento è stato approfondito da Fabio Ciarla, direttore del *Corriere Vinicolo*, che ha presentato i dati dell’enoturismo, oggi riferimento per il settore spirits. A livello globale il turismo del vino genera poco meno di 40 miliardi di euro, con una crescita annua media intorno al 13%; in Italia, nel 2024, il turismo enogastronomico ha sfiorato i 3 miliardi di euro con 15 milioni di visitatori. *«L’enoturismo è ormai un vero asset di fatturato, ma solo il 10% dei turisti stranieri entra oggi in una cantina. È qui che si gioca la grande sfida, e questo vale anche per le distillerie»*, ha spiegato Ciarla.

Filippo Polegato, vicepresidente Uiv e AD di Astoria Wines che ha ospitato l’evento, ha portato l’esperienza più matura delle cantine: *«L’enoturismo serve a diversificare e ad aumentare la marginalità, ma soprattutto a costruire fiducia e credibilità. È lì che si anticipano gusti, tendenze e si parlano le nuove generazioni».*

Il cuore del dibattito ha riguardato il cambio di paradigma culturale: *«La visita non è un omaggio: è il prodotto più importante che vendiamo – ha affermato Alessandro Marzadro, presidente dell’Istituto di Tutela Grappa del Trentino –. Il turismo crea relazioni, memoria e consapevolezza: oggi è una delle poche armi reali contro il calo strutturale dei consumi».*

Tra i principali punti di forza del modello italiano è emersa l’autenticità. Giulia Berta (Distillerie Berta) ha sottolineato: *«Le persone non si innamorano solo di una bottiglia, ma di una storia, di una famiglia e di un’esperienza che ricordano nel tempo. Creare circuiti*

tra distillerie e territori sarebbe una vittoria non solo per le aziende, ma per tutto il sistema turistico».

Dal punto di vista dell'esperienza sensoriale, Bruno Pilzer (Distilleria Pilzer) ha evidenziato il valore narrativo della distillazione: *«La distillazione è magia: un solido che diventa liquido, un profumo che diventa emozione. È questo che affascina davvero chi entra in distilleria».*

La necessità di evitare modelli standardizzati è stata ribadita da Fabrizio Mazzetti (Antica Distilleria D'Altavilla): *«Non esiste un format valido per tutti. Il turismo deve rispettare l'identità, la storia e il pubblico di ogni distilleria».*

Davide Mansouri, presidente della sezione giovani di Assodistil, presentando il progetto Distillato di Valori, ha sottolineato: *«Il turismo in distilleria valorizza cultura e territorio, facendo conoscere da vicino il lavoro e le competenze del settore in continuità con la filiera vitivinicola. Un'esperienza per rendere visibile il Made in Italy e che racconta di famiglie, cooperazione, passaggi generazionali e scelte di qualità e sostenibilità lungo tutta la filiera».*

Un esempio virtuoso di rete è stato portato da Paolo Brunello (Distillerie Aperte/Distilleria Brunello): *«Fare sistema funziona. Mettere insieme aziende diverse ha permesso di costruire un pubblico più giovane, curioso e consapevole».* Concetto che sottolinea anche Sanzio Evangelisti (Mazzetti D'Altavilla): *«Il futuro non è curare il proprio l'orticello, ma fare rete tra produttori»*

A chiudere il cerchio dell'esperienza è stato il punto di vista operativo di Francesco Smolari (Distilleria Nardini): *«La degustazione finale è la coronazione di un viaggio attraverso il racconto dei luoghi, delle persone e della storia. Quando il visitatore torna a casa e racconta ciò che ha vissuto, diventa il nostro primo vero brand ambassador».*

Sul piano istituzionale, Michele Viscidi, per il Consorzio Nazionale Grappa, ha ribadito: *«All'estero dobbiamo prima spiegare cos'è la grappa, raccontandola come grande distillato italiano di eccellenza. Per farlo servono sistema e supporto delle istituzioni».*

La giornata si è conclusa con la presentazione di una certificazione per l'eccellenza dell'ospitalità in distilleria che verranno assegnati durante Distillo/Simeì.

«Questo incontro è una prima pietra. Vogliamo continuare a creare occasioni di confronto e collaborazione concrete per il settore», ha dichiarato Claudio Riva (Distillo). *«Simeì vuole essere una piattaforma non solo tecnologica, ma anche culturale, dove queste visioni possano trasformarsi in progetti reali»*, ha aggiunto Monica Pedrazzini (Simeì).



ORGANIZED BY



UNIONE ITALIANA VINI

 **DISTILLO
EXPO 2026**

Il percorso proseguirà nei prossimi mesi con nuovi appuntamenti, a partire da Distillo e Simei 2026 (17-20 novembre a Fiera Milano), confermando il turismo in distilleria come uno dei pilastri strategici per il futuro dei distillati italiani.

[Link alle foto del convegno](#)