

Donne, vino e futuro: da Vinitaly una visione per governare la trasformazione del vino campano

Aprile 13, 2026 · Redazione



Presentato a Vinitaly il report promosso da Le Donne del Vino Campania e realizzato con il coordinamento scientifico di Rural Hack. Non una semplice fotografia di settore, ma un'indagine che mette in luce una soglia decisiva: quella in cui il vino è chiamato a misurarsi con l'intelligenza artificiale, la sostenibilità, la qualità della relazione e una diversa forma di leadership.



Il vino non sta vivendo una semplice fase di aggiornamento. Sta attraversando una soglia di civiltà. Quando cambiano insieme il clima, i consumi, i canali e i codici culturali che hanno sostenuto per decenni il suo valore, il problema non è più soltanto produrre bene. Il problema diventa capire come restare riconoscibili, desiderabili e credibili dentro un mondo che ha perso stabilità. È dentro questo passaggio che va letto il senso più profondo della presentazione del report **“Donne, Vino e Futuro”**, svoltasi nel padiglione della Regione Campania a Vinitaly.

L’iniziativa, promossa da Le Donne del Vino Campania e realizzata con il coordinamento scientifico di Rural Hack, ha visto il mio intervento in qualità di direttore scientifico di Rural Hack, insieme a quelli di Maria Carmela Serluca **Assessora all’Agricoltura della Regione Campania, Teresa Del Giudice, professoressa di Economia Agraria all’Università degli Studi di Napoli Federico II, Luciano Daponte, dirigente della Regione Campania, Tommaso Luongo, presidente AIS Campania, Daniela Mastroberardino, presidente nazionale dell’Associazione Le Donne del Vino, e Gilda Guida Martusciello, delegata Campania dell’Associazione Le Donne del Vino.** Il valore del confronto, però, non è stato solo nella pluralità delle presenze. È stato nel fatto che, per una volta, ricerca, istituzioni e sistema produttivo non si sono limitati a commentare dei numeri, ma hanno provato a riconoscere insieme il profilo di una trasformazione già in corso.

Una ricerca che non fotografa soltanto il presente

La ricerca, costruita a partire dalle socie dell'associazione Le Donne del Vino in Campania, è stata coordinata da **Fabiana Mango**, ricercatrice di Rural Hack, che a Vinitaly ha presentato i dati mettendo in evidenza una tensione molto chiara: il comparto osservato appare dinamico, consapevole, aperto all'innovazione, ma ancora attraversato da fragilità organizzative che rischiano di rallentare il salto di qualità. Ed è proprio questa tensione a rendere il report interessante. Perché non racconta un sistema fermo, bensì un sistema che ha già cominciato a muoversi, ma che deve ancora darsi una forma più matura di governo della trasformazione.



Il dato più forte riguarda l'**intelligenza artificiale**. Oggi **il 59% delle imprese non la utilizza ancora**, ma **il 91% dichiara di volerla adottare in futuro**. È il numero che più di ogni altro racconta il momento storico che stiamo attraversando. Non perché segnali un ritardo, ma perché rivela una soglia culturale. Le aziende sentono che l'AI non sarà un dettaglio, ma non hanno ancora, in molti casi, le condizioni per integrarla in modo stabile nei propri processi decisionali e organizzativi.

Qui bisogna essere chiari: **l'intelligenza artificiale non è uno strumento in più. È una tecnologia che ridefinisce il rapporto tra sapere e decisione.** E proprio per questo, nel vino, non può essere trattata né come moda né come feticcio. Se non viene governata, rischia di produrre rumore. Se viene addomesticata, può aiutare a ridurre l'improvvisazione, a leggere meglio l'incertezza, a rendere più affidabili i processi e più intelligenti le scelte. La questione, quindi, non è se usare o no l'AI. È capire **quale idea di vino, di territorio e di futuro metteremo dentro questa tecnologia.**

Digitale diffuso, ma ancora poco strutturato

Anche gli altri dati, letti criticamente, confermano questo quadro. **Il 91% delle aziende dispone di un sito web, l'84% utilizza i social media, il 94% usa la fatturazione elettronica.** La digitalizzazione, dunque, è già presente. Ma è una presenza che riguarda soprattutto la comunicazione e la gestione amministrativa. Meno evidente appare la sua integrazione nei processi strategici, produttivi e decisionali. In altre parole, il digitale c'è, ma non sempre è ancora diventato architettura. È più uno strato operativo che una struttura di governo.



Le conclusioni della ricerca dicono con chiarezza che la discrepanza vera è quella tra **maturità operativa e visione strategica**. Le imprese sanno usare strumenti e linguaggi, ma l'innovazione resta ancora troppo legata alla sensibilità individuale della titolare, senza tradursi pienamente in una struttura aziendale distribuita, in deleghe, competenze intermedie e responsabilità codificate. È qui che il tema tecnologico rivela la sua natura reale: non una questione di dispositivi, ma di organizzazione.

La sostenibilità come pratica e non come ornamento

Anche sul fronte della **sostenibilità** il report mostra un passaggio importante. **Il 66% delle imprese registra una riduzione degli impatti ambientali, il 59% una diminuzione dei costi e il 41% un aumento della produttività**. Questo significa che, almeno in questo campione, la sostenibilità non è più soltanto un linguaggio reputazionale. È una pratica che genera effetti concreti, economici oltre che ambientali.



Ma il punto più interessante è che questa pratica non appare mai separata dalla relazione con il territorio. Al contrario, nelle parole e nelle traiettorie che emergono, la tecnologia viene pensata come una **lente** capace di esaltare il terroir, non come un sostituto dell'anima

del vino. È una distinzione fondamentale. Perché ci dice che la vera innovazione non è quella che standardizza, ma quella che rende più leggibile e più forte ciò che un territorio ha di specifico.

Il vero limite non è tecnico, ma culturale e organizzativo

Se si guarda bene, tutti i dati convergono su un punto. **Il principale ostacolo alla trasformazione non è la mancanza di tecnologia, ma la carenza di competenze e di strutture adeguate.** Il **53% delle imprese** segnala la mancanza di competenze interne come limite più rilevante, il **75%** indica nella formazione la priorità per il futuro e il **47%** dichiara di non avere una figura dedicata al digitale. È qui che il report smette di essere una lettura di settore e diventa una questione politica. Perché dice con chiarezza che l'innovazione non si gioca sull'accesso agli strumenti, ma sulla capacità di costruire contesti in cui quegli strumenti possano essere compresi, situati e governati.

Le parole emerse dal confronto

Nel corso della presentazione, **Gilda Guida Martusciello**, delegata campana dell'Associazione Le Donne del Vino, ha ricordato che le donne del vino non rappresentano solo una presenza nel settore, ma **una forza che sta accompagnando la sua trasformazione.** È un passaggio importante, perché rifiuta l'idea di una presenza meramente testimoniale e riconosce invece una funzione attiva di orientamento. Nelle sue parole è emersa con chiarezza l'idea che **innovare non significa perdere identità, ma trovare nuovi modi per custodirla.**



Molto forte anche il contributo di **Teresa Del Giudice**, professoressa di Economia Agraria all'Università Federico II, che ha collocato il tema dentro una cornice più ampia: quella di un'agricoltura-ecosistema, in cui **natura, società ed economia** devono essere pensate insieme. La sua riflessione è stata preziosa perché ha spostato il discorso oltre il perimetro della singola impresa, ricordando che sostenere la leadership delle imprenditrici vitivinicole significa lavorare a un ecosistema della conoscenza in cui ricerca, istituzioni e imprese possano strutturare connessioni più forti e generative.



Anche **Maria Carmela Serluca**, Assessora all'Agricoltura della Regione Campania, nel suo intervento conclusivo ha insistito su un punto cruciale: **innovazione e identità possono crescere insieme**, ed è proprio in questa convergenza che si gioca il futuro del vino campano. La sua presenza a Vinitaly non ha avuto solo un valore istituzionale. Ha rappresentato anche il segnale di una disponibilità politica a leggere questa ricerca non come un episodio, ma come uno strumento utile a orientare politiche pubbliche capaci di accompagnare il cambiamento.



Il femminile non come quota, ma come forma di governo dell'incertezza

Ed è qui che il report mostra il suo punto più avanzato. Perché il tema non è semplicemente il protagonismo femminile. Il tema è il significato di questo protagonismo. Le conclusioni della ricerca lo dicono senza ambiguità: **la leadership femminile smette di essere una semplice quota demografica per trasformarsi nel motore di un cambio di paradigma.** Questa è forse la frase più politica dell'intero lavoro. Vuol dire che il femminile non entra nel vino come rappresentanza simbolica, ma come **diversa grammatica del governo dell'incertezza.**



In un tempo in cui il vino deve fare i conti con instabilità climatica, contrazione e selezione della domanda, trasformazione dei canali e mutazione culturale dei consumi, il modello fondato solo sull'espansione e sull'ottimizzazione non basta più. Quello che emerge dalle Donne del Vino è una forma di leadership che tiene insieme **cura, relazione, qualità, decisione, visione e radicamento**. Non una nicchia del mercato, ma una possibile risposta sistemica a una complessità che non può più essere governata con le categorie del passato.

Un patto da cui ripartire

Per questo la parte finale del report non va letta come un semplice elenco di raccomandazioni. Va letta come una **cornice di impegno** con cui ci si lascia al termine di questo confronto. In particolare, la proposta di un **Osservatorio Permanente "Donne, Vino e Futuro"** assume un significato che va oltre il piano tecnico. Non è solo uno strumento di monitoraggio. È la forma concreta di un patto possibile. Un patto in cui **il mondo della ricerca, rappresentato da Rural Hack, il mondo delle imprese, rappresentato da Le Donne del Vino Campania, e il mondo delle istituzioni,**

rappresentato dall'Assessorato all'Agricoltura della Regione Campania con la presenza dell'Assessora Maria Carmela Serluca, scelgono di non lasciare questa ricerca chiusa dentro l'evento, ma di assumerla come base per un lavoro comune sul futuro.



È da qui che bisognerebbe ripartire. Non da una celebrazione, ma da un impegno. Non dall'illusione che bastino nuove tecnologie, ma dalla consapevolezza che servono **competenze, accompagnamento, reti, politiche pubbliche e nuove forme di cooperazione cognitiva**. Il vino campano ha davanti una fase complessa, ma proprio per questo può diventare un laboratorio politico e culturale, prima ancora che produttivo. Un luogo in cui imparare a governare la trasformazione senza separare innovazione e misura, identità e apertura, territorio e futuro.

Il futuro del vino non dipenderà da quanto saprà accelerare, ma da quanto saprà generare fiducia senza tradire la complessità che lo rende vivo.

Scarica il report completo “Donne, Vino e Futuro” per approfondire dati, analisi e traiettorie emerse dalla presentazione a Vinitaly.

[Scarica il report!](#)

Fonte: <https://www.ruralhack.org/donne-vino-futuro-vinitaly-report-ai-sostenibilita-campania/>