

Tecnologie e vino: il nuovo racconto digitale dei territori secondo Smart Venues

scritto da Stefano Montibeller | 20 Maggio 2025



Smart Venues, spin-off di Softec, sta trasformando l'enoturismo grazie a tecnologie innovative come intelligenza artificiale, gamification e sensoristica. Con l'uso di contenuti multilingue e percorsi interattivi, l'azienda può rendere ogni cantina o enoteca un'esperienza immersiva e misurabile. Massimo Furoni, Chief Digital & Strategy Officer, ci racconta come queste soluzioni stiano plasmando il futuro del vino.

Smart Venues è una realtà italiana specializzata nello sviluppo di tecnologie innovative applicate al mondo del vino

e del turismo esperienziale. Nasce come spin-off digitale di Softec e si propone di rivoluzionare la fruizione del territorio attraverso soluzioni che integrano **intelligenza artificiale, sensoristica, gamification e narrazione multilingue**. L'azienda collabora con consorzi, enti regionali e produttori vinicoli per realizzare esperienze immersive che trasformano la visita in cantina e la scoperta dei territori vitivinicoli in percorsi personalizzati, interattivi e sempre più coinvolgenti.

In questa intervista esclusiva, abbiamo approfondito con **Massimo Furoni**, Chief Digital & Strategy Officer di Smart Venues, come la tecnologia digitale possa supportare cantine, consorzi e territori nel raccontarsi in modo efficace, portando l'enoturismo verso una nuova dimensione.

Leggi anche: [Intelligenza artificiale al servizio del vino: la lista di Jessica Dupuy](#)

Potete raccontarci meglio come utilizzate l'intelligenza artificiale nel mondo del vino e quali sono i vostri progetti attuali?

Il nostro approccio all'intelligenza artificiale parte dal presupposto che questa tecnologia, per essere utile nel settore vinicolo, debba alimentarsi di contenuti affidabili e contestualizzati. In altre parole, non ci limitiamo a far "parlare" le macchine: lavoriamo per costruire una base informativa coerente, basata su contenuti condivisi con consorzi e produttori. Questo garantisce una narrazione autentica del prodotto e del territorio.

Un esempio concreto è il lavoro con l'Enoteca Regionale di Vittoria, dove abbiamo utilizzato tecnologie AI per creare esperienze digitali **multilingue** fruibili attraverso QR code o altri touchpoint fisici. In questo modo, un turista può ricevere in tempo reale una narrazione personalizzata,

coerente con l'identità della cantina, senza dover consultare fonti esterne spesso imprecise. Il sistema è pensato per essere scalabile e adattabile: una volta generato il contenuto in una lingua, è facilmente traducibile in molte altre, il che amplia notevolmente la portata della comunicazione.

Quali vantaggi concreti possono ottenere le cantine e i consorzi che decidono di adottare queste tecnologie?

Uno dei vantaggi principali è sicuramente l'ampia diffusione e fruibilità dei contenuti: con la nostra tecnologia, è possibile produrre esperienze digitali ricche, accurate e facilmente aggiornabili. Questo consente anche alle piccole realtà di competere in termini di comunicazione con strutture più grandi e organizzate. Inoltre, poter raccontare il proprio prodotto in molte lingue diverse rende immediatamente accessibile il racconto del vino a pubblici internazionali, senza costi aggiuntivi rilevanti.

La **raccolta dati** è un altro aspetto centrale: grazie alle interazioni registrate durante l'utilizzo delle applicazioni, che siano audioguide, touchpoint interattivi o contenuti esplorabili tramite QR code, le cantine possono ottenere preziose informazioni su ciò che incuriosisce di più i visitatori, su quali prodotti vengono cercati o ascoltati, su quali territori suscitano maggiore interesse.

Questi dati, opportunamente elaborati, diventano uno strumento concreto per personalizzare l'esperienza in cantina, migliorare il racconto di marca, orientare le strategie di comunicazione e costruire campagne marketing più efficaci. Infine, la possibilità di associare la tecnologia alla **sensoristica** permette anche di raccogliere dati fisici, ad esempio sul movimento dei visitatori nello spazio o sulle aree di maggiore permanenza, utili per migliorare l'organizzazione degli spazi o l'allestimento degli ambienti esperienziali.

Come può l'intelligenza artificiale migliorare l'esperienza dell'enoturismo e rendere più coinvolgente la visita nei territori vinicoli?

L'intelligenza artificiale permette di costruire esperienze su misura per il visitatore, valorizzando la componente emozionale e narrativa del vino. I nostri progetti spesso includono elementi di **gamification**, come percorsi esplorativi basati su QR code distribuiti in luoghi chiave del territorio. Ogni scansione attiva un contenuto specifico, una storia, una curiosità, una traccia audio, che contribuisce a costruire una mappa esperienziale del viaggio enoturistico.

L'obiettivo non è solo informare, ma coinvolgere attivamente il visitatore, stimolandolo a completare il percorso, a raccogliere badge virtuali e a esplorare il territorio anche al di fuori delle rotte tradizionali. Il vino diventa così veicolo di scoperta culturale, paesaggistica e storica. In più, grazie all'analisi delle interazioni, le cantine possono capire cosa funziona, cosa va migliorato e quali aspetti generano maggiore interesse, affinando così continuamente la proposta turistica.

Qual è oggi l'accoglienza da parte delle aziende del vino nei confronti delle nuove tecnologie?

C'è ancora una certa distanza culturale, soprattutto nelle realtà più piccole o legate a una visione tradizionale della comunicazione. Storicamente, il vino ha sempre valorizzato il contatto diretto, l'ospitalità, il gesto umano. Il digitale, inizialmente percepito come freddo e impersonale, è stato per lungo tempo visto con sospetto.

Negli ultimi anni però le cose stanno cambiando. Le aziende hanno capito che non si tratta di sostituire il racconto

umano, ma di amplificarlo. Le tecnologie che uniscono fisico e digitale, come il **live streaming** dalle cantine, i tavoli interattivi, i contenuti multilingua accessibili in loco, stanno avendo grande successo proprio perché rispettano e valorizzano l'autenticità dell'esperienza. In questo senso, il digitale non è più un ostacolo ma un alleato strategico nella narrazione del vino.

Smart Venues conferma così che il futuro del vino passa necessariamente da **tecnologie intelligenti**, capaci di coniugare innovazione e tradizione, senza mai perdere di vista il cuore esperienziale e territoriale che rende unico questo settore.

La visione proposta da Smart Venues invita l'intero comparto vitivinicolo a riflettere sulle opportunità che la digitalizzazione può offrire non solo in termini di efficienza e visibilità, ma anche di narrazione autentica e connessione con il pubblico. In un mondo dove il consumo diventa sempre più esperienziale, saper comunicare con strumenti evoluti significa costruire un ponte solido tra la storia del vino e le aspettative delle nuove generazioni di consumatori.

Leggi anche: [Intelligenza artificiale ed enoturismo: l'IA entra nelle cantine italiane](#)

Punti chiave:

1. **Smart Venues** sviluppa soluzioni digitali innovative per il mondo vitivinicolo.
2. **L'intelligenza artificiale** aiuta a costruire narrazioni autentiche e scalabili.
3. **Le cantine possono raccogliere dati** per personalizzare l'esperienza del visitatore.
4. **L'integrazione di gamification** coinvolge i visitatori durante il percorso enoturistico.

5. Le tecnologie digitali amplificano l'autenticità dell'esperienza senza sostituirla.