

LE BREVI

INVESTIMENTI. Le barrique di Amarone come futures finanziari? La Collina dei Ciliegi scommette sulla vendita in primeur

Investimenti liquidi per un mercato liquido. È questo il ragionamento alla base della scelta del produttore e imprenditore della finanza Massimo Gianoli (foto), che dallo scorso anno ha deciso di puntare sulle aree



cru del proprio vigneto da dedicare esclusivamente alla vendita in anteprima. Così, la seconda Festa dell'en primeur della Collina dei Ciliegi ha visto triplicare la presenza in Valpantena di primeuristi e di potenziali nuovi investitori - circa 70 tra private banker, responsabili di fondi di investimento, banchieri, manager di società finanziarie, partner di studi legali d'affari e commercialisti, ma anche giornalisti e winelover - pronti a scommettere su barrique di vino (225 litri) atto a diventare Amarone alla stregua di inediti futures finanziari.

La differenza con il sistema francese? **Qui in Italia, gli investitori non sono quasi mai del settore e intervengono in qualità di appassionati e, sempre di più, per sperimentare nuove formule di investimento.** Da qui è nato un vero e proprio Club En Primeur. "In un contesto di forte incertezza dell'economia e dei mercati" ha detto Gianoli "questa formula cattura un interesse particolare, perché garantisce elevati rendimenti più sicuri e meno volatili rispetto a quelli dei mercati finanziari. Inoltre, per la cantina vuol dire anticipare i flussi finanziari di qualche anno, con indubbi benefici sul cash flow, sugli oneri finanziari e sui rischi di credito legati alla vendita". L'obiettivo è destinare al club, il 75% dell'Amarone cru Ciliegio.

MARCHI. Al principe Boncompagni Ludovisi l'esclusività del brand "Fiorano"

Il vino a marchio "Fiorano" è proprietà unica ed esclusiva del principe Alessandrojaco Boncompagni Ludovisi (foto). Lo ha stabilito il Tribunale delle Imprese di Roma, con la sentenza n.12313 (15 settembre 2020), che ha definitivamente riconosciuto che l'unico marchio Fiorano legittimo come quello legato al nome del principe Alessandrojaco Boncompagni Ludovisi.



Il tribunale, fa sapere l'azienda (Tenuta di Fiorano), ha dichiarato nulli tutti gli altri marchi in circolazione, utilizzati dalla Marchesi Antinori (prodotti dalla Fattoria di Fiorano), e ha proibito la produzione e la commercializzazione di vini sotto tale nome. Nello specifico, i giudici hanno riconosciuto ai vini Fiorano Bianco e Fiorano Rosso (l'annata 2015 è Trebicchieri Gambero Rosso 2021), Fioranello Bianco e Fioranello Rosso (prodotti a Roma nei pressi dell'Appia Antica) non solo la continuità storica ma anche la notorietà internazionale, stabilendo un principio che farà giurisprudenza.

ANNIVERSARI. Un francobollo con un'immagine di Gancia per i 170 anni degli spumanti Gancia



Un francobollo valido per la posta ordinaria (1,10 euro), la cui vignetta riproduce un manifesto d'epoca della Gancia (risalente al 1922), disegnato da Leonetto Cappiello con l'immagine della "Donna-farfalla", aggiornato con lo slogan 170 anni di spumante. Il francobollo ordinario è emesso dal Ministero dello sviluppo economico e appartiene alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico". Nel primo giorno di emissione l'annullo è stato apposto il 24 settembre a Canelli (Asti) centro della zona di produzione del moscato, dove hanno sede le cantine storiche di Gancia, per poi essere disponibile nel resto d'Italia.

Alessandro Picchi, presidente del Gruppo, ha ricordato la figura di Carlo Gancia che, nel 1850, dopo due anni in Champagne tornò in Italia e fondò l'azienda Flli Gancia & C., adattando il modello di vinificazione francese all'uva moscato. Nacquero in Gancia i primi metodi classici italiani a base Chardonnay e Pinot nero, facendo dell'azienda l'autrice delle regole ufficiali del primo spumante Metodo classico italiano.

LE BREVI

MARKETING. Al via la campagna di promozione del logo Fivi

Il lungo lavoro di un vignaiolo raccontato in un minuto e trentasette secondi, attraverso il video realizzato da Corrado Virgili per Fivi (<http://bit.ly/ampelio>).



Il protagonista è Ampelio, dal greco Ἀμπέλιος, ovvero "colui che cura la vigna" e che è anche l'omino che compare nel logo della Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti.

La campagna è stata ideata per promuovere e far conoscere il logo, apposto sulle bottiglie dei 1300 soci: tutti produttori che, per statuto, devono coltivare le proprie vigne, imbottigliare il proprio vino, vendere tutto o parte del proprio raccolto in bottiglia, con il proprio nome e la propria etichetta.

"Apportare alle proprie bottiglie il logo Fivi garantisce che quello è un vino prodotto integralmente da un vignaiolo" spiega Lorenzo Cesconi, vicepresidente della Federazione "Con questo video speriamo di arrivare nelle case dei consumatori per far capire loro il nostro lavoro e aiutarli nella scelta quando devono acquistare un vino".

FORMAZIONE. Assoenologi firma accordo con l'Università di Teramo

Fino a un massimo di 12 crediti formativi universitari riconosciuti agli studenti iscritti al primo anno del Corso di viticoltura ed enologia. È il nucleo dell'intesa firmata da Assoenologi e Università degli studi di Teramo, nella sede dell'Ateneo abruzzese dal presidente degli enologi italiani, Riccardo Cotarella, dal Magnifico rettore dell'Università di Teramo, Dino Mastrocola, e dal presidente di Assoenologi Abruzzo Molise, Nicola Dragani. **Requisiti fondamentali per ottenerli è l'aver conseguito il diploma di specializzazione di Enotecnico ed essere iscritto ad Assoenologi.**

Il protocollo scatta dall'anno accademico 2020-2021. L'Università s'impegna, inoltre, a concedere alle nuove matricole una riduzione del 30% dell'ammontare del contributo onnicomprensivo annuale delle tasse. La convenzione avrà una durata quinquennale. "In un momento così difficile e complesso sia per la vita sociale che per il mondo del lavoro e della formazione" commenta Cotarella "abbiamo ritenuto importante andare alla sottoscrizione di questo accordo per offrire agli studenti un incentivo in più per affrontare al meglio la carriera universitaria". "Il nostro intento" conclude il rettore Mastrocola "è quello di allargare il più possibile la platea dei laureati in Vitecoltura ed enologia ai tecnici del settore".

