

Convegno

“IL NUOVO VALORE DEL VINO”

*Nuove prospettive
per la definizione
del valore economico
delle imprese vitivinicole*

Firenze, 28 febbraio 2022
ore 9.30-13.00

Fondazione Biblioteche
della Cassa di Risparmio di Firenze
Via Bufalini 6

Per l'accesso sarà necessario esibire il super green pass
in ottemperanza alle norme anti Covid-19.

I posti per la partecipazione in presenza
sono limitati e riservati a quanti abbiano effettuato
l'iscrizione tramite il sito www.cesifin.it **entro il 24 febbraio**.
Sarà comunque possibile anche la partecipazione da remoto
tramite il link che verrà a breve pubblicato sul sito.

Segreteria organizzativa

Fondazione CESIFIN Alberto Predieri
Via M. Bufalini, 6 – 50122 Firenze – Tel. 055 283072

Nel corso degli ultimi decenni il settore vitivinicolo italiano ha conosciuto un continuo straordinario sviluppo, trasformandosi da comparto apparentemente avviato ad un inesorabile declino in un campo di attività estremamente dinamico e sempre più importante dal punto di vista economico così come in uno dei simboli dell'Italia nel mondo.

Il valore del *made in Italy*, com'è noto, nasce soprattutto dalla capacità di tante imprese del nostro Paese di coniugare in modo eccellente e creativo una grande sapienza nel manufacturing, cioè nel "saper fare", con una altrettanto spiccata capacità di arricchire il contenuto dei propri prodotti con significativi valori immateriali, legati principalmente a fattori quali il design, il territorio di provenienza, la storia, il profilo personale del produttore. Nel campo del vino, mentre è ormai consolidata la conoscenza tecnica e la ricerca sul primo di questi due aspetti, non altrettanto si può dire per quanto riguarda il secondo, spesso ancora affrontato in modo sostanzialmente intuitivo.

Questo convegno si pone l'obiettivo di sviluppare alcune riflessioni su questo tema, ponendo attenzione su due aspetti principali, ovvero, da un lato, sulle modalità e la misura in cui gli *intangibles* – primo fra tutti il *brand* (sia aziendale che territoriale) – possono contribuire a definire il valore economico di una impresa vitivinicola; dall'altro, sull'emergere negli ultimi anni di nuove logiche di valutazione economica e di investimento. Un tema quest'ultimo di particolare attualità alla luce dell'impenata avuta negli ultimi mesi dalle operazioni di M&A nel settore del vino che, come riportato dal Wall Street Journal, nel 2020 hanno avuto a livello globale un valore superiore agli otto miliardi di dollari.

Saluti

Giuseppe Morbidelli

Presidente Fondazione Cesfin "Alberto Predieri"
Sapienza Università di Roma

Relazioni

Vincenzo Zampi

Università degli Studi di Firenze
Le nuove dimensioni del valore delle imprese del vino

Matteo Calegari

Managing Director, Head of Branded & Luxury Goods Mediobanca

Oriana Romeo

Area Studi Mediobanca
Il valore degli intangibles delle imprese del vino e il costo della qualità

Giampiero Bertolini

Amministratore delegato Biondi Santi Spa
La costruzione del valore di una azienda del vino top-end

Sergio Dagnino

Amministratore delegato di Prosit Spa
La forza dei marchi "familiari" per il futuro del vino italiano

Roberto Cordeiro Guerra

Università degli Studi di Firenze
La variabile fiscale

Conclusioni

Lamberto Frescobaldi

Presidente Marchesi de' Frescobaldi