



## La News



## Ad Expo il mondo nel piatto

Expo è "Nutrire il Pianeta - Energia per la Vita". Ma anche l'occasione per i curiosi di assaggiare per la prima volta in Italia cibi di terre lontane spesso vietati, grazie a tante deroghe ad hoc: per esempio, per la prima volta, potrà essere consumato a tavola il pesce palla dal Giappone, o la degustazione esclusivamente all'Expo che sta per essere concessa anche al cocodrillo per il quale si è mosso lo Zimbabwe, mentre sono già sbarcati a Milano dalla Thailandia scorpioni ricoperti di cioccolato, larve giganti, termiti disidratate, vodka allo scorpione e cavallette, e ci sarà anche il vino di serpente che si beve in Cina. Lo dice Coldiretti, che stima 26 milioni di pasti serviti, per 320 milioni di euro.

## Primo Piano

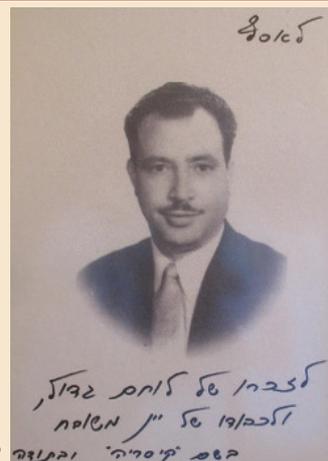
### Come Internet sta cambiando le aste del vino

Internet sta cambiando anche le aste di vino: apre le porte a nuovi collezionisti che attraverso il web sono meno intimiditi nell'approcciarsi agli incanti enoici, consente un panorama di offerta decisamente più ampio che in passato, anche sulla spinta delle diverse passioni di nicchia dei nuovi appassionati, e spalanca altre occasioni di business alle case d'aste storiche. Ecco in sintesi l'analisi di Zachary Sussman per "Wine-Searcher.com", che ha raccolto i pareri di molti protagonisti. Certo, il grosso del collezionismo si concentra ancora su alcune "blue chips" o su bottiglie più "eclettiche". I numeri parlano chiaro: secondo "The World of Fine Wine", oggi le case d'aste tradizionali realizzano oltre il 12% del loro fatturato on line, e, secondo "Wine Spectator", il business delle aste esclusivamente via web ha raggiunto i 46,25 milioni di dollari nel 2014, su un fatturato complessivo di 352,26 milioni di dollari (la metà, 24 milioni, realizzato dal solo WineBid.com). Tuttavia, almeno sul mercato secondario, il cambiamento è più lento, come spiega Jamie Ritchie, Ceo e presidente delle divisioni Asia e Americhe di Sotheby's Wine: "per noi Bordeaux rappresenta ancora il 60% di questo mercato". Ma, in ogni caso, l'on line sta riscrivendo un po' le gerarchie, soprattutto sul fronte delle quotazioni, con i collezionisti che cercano un migliore rapporto qualità/prezzo. "Ad ogni livello, le persone guardano alla varietà e alla convenienza, che si parli di Francia, di Spagna o di Italia". Difficile, fare previsioni su come cambierà il futuro delle aste enoiche: di certo c'è che, con il web, il mercato si è aperto ad una platea forse meno esperta, ma anche con meno preconcetti sui fine wine, la cui influenza può solo crescere.

## Focus

### In Israele, dal "Mossad" a Bacco

Ci sono storie, nel vino, che sembrano sceneggiature di grandi film. Come succede in Israele, in Alta Galilea, al confine a nord, con la Libia, ed a ovest con la Siria, in un territorio vulcanico. È qui che Assaf Kedem, nel 1997, ha deciso di tirare su la sua azienda, Assaf Winery, visitata da WineNews, da cui oggi vengono prodotte 45.000 bottiglie. Ma neanche la fantasia di Ian Fleming, creatore di James Bond, avrebbe potuto pensare una storia migliore. Israele, sin dalla sua nascita ufficiale, nel 1948, raramente ha conosciuto lunghi periodi di pace, circondata da Paesi islamici, spesso politicamente instabili, che ne hanno più volte minacciato l'esistenza stessa. Per questo, nel 1949, nacque il Mossad, tra i servizi di intelligence più efficienti al mondo. Tra le tante missioni ce n'era una particolarmente delicata, "Caesarea", per garantire la sicurezza lungo i confini. Ma "Caesarea", oggi, è anche il nome del vino migliore di Assaf Winery, uno Shiraz in purezza prodotto in sole 300 bottiglie, dedicate al padre di Assaf, di professione ... agente segreto. Talmente segreto che, ancora oggi, suo nipote, Oren, che oggi guida l'azienda, non ha idea di cosa facesse il nonno, per anni, rigorosamente sotto copertura.



## SMS E-commerce wine & food

Continua a crescere l'e-commerce in Italia, un business che, complessivamente, nel 2015, registrerà un +15%, superando quota 15 miliardi di euro. Emerge nell'edizione n. 10 del Netcomm E-commerce Forum. Protagonisti assoluti di questa inarrestabile crescita i cellulari di ultima generazione: gli acquisti tramite Smartphone crescono del 78% nel 2014 e stanno registrando un'ulteriore crescita del 68% nel 2015, con un valore triplicato in due anni, da un totale di 610 milioni nel 2013 a 1,8 miliardi di euro nel 2015. Tuttavia, per il wine & food, ancora si parla di cifre tutt'altro che da capogiro: nel 2014 il commercio enogastronomico on line ha sfiorato i 260 milioni di euro, con una crescita del 30% sul 2014. Ma i margini di crescita sono, ovviamente, enormi, e per questo non si può non investirci.



## Cronaca

### Vino "universitario" a Macerata

Il marketing universitario sposa il concetto di territorio nel segno di Bacco. L'Università di Macerata, fondata nel 1290, nella sua nuova linea di gadget, ha inserito le eccellenze vinicole del territorio, un Rosso Piceno e un Verdicchio di Matelica etichettati "Unimc", la cui produzione sarà affidata alla Cooperativa Belisario. E che si aggiungono agli altri vini a marchio universitario realizzati per l'ateneo da aziende come Santa Liberata di Fermo o dall'Istituto Tecnico Agrario "Giuseppe Garibaldi" di Macerata.



## Wine & Food

### Se 3 italiani su 4 hanno ridotto gli acquisti di cibi di qualità

"3 italiani su 4 hanno ridotto l'acquisto di generi alimentari di qualità a causa della crisi. Ma al tempo stesso uno su 2 è consapevole dell'importanza della qualità del cibo. Siamo oltre il livello di guardia, gli ultimi dati di Waste Watcher non vanno sottovalutati": così l'agroeconomista Andrea Segrè, presidente di Last Minute Market e autore del libro "L'oro nel piatto", con il giornalista Simone Arminio. "Il 43% degli italiani - spiega Segrè - è disposto a rinunciare ad altro pur di mantenere alta la qualità del cibo. Ma per il 76% i costi del cibo di qualità gravano oltre misura nell'economia familiare".

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"In Italia abbiamo un parco enologi di assoluto livello. Questo anche grazie alle scuole che hanno corsi di altissimo livello ed ai giovani che hanno voglia di fare esperienze,

soprattutto viaggiando nei luoghi più rappresentativi dell'enologia mondiale, per acquisire nuove nozioni". A dirlo Vittorio Fiore, enologo di fama mondiale.

