

## La News



## La sostenibilità di Planeta

Ogni azienda, a seconda della sensibilità, ha il proprio modo di intendere la sostenibilità verso il proprio territorio: ambientale, economica, sociale e culturale. Piantare un oliveto di 150 ettari con 13.000 olivi sul mare di Sicilia, a Capparrina (Menfi), uno dei più estesi dell'isola a corpo unico, è il modo in cui Planeta completa un nuovo progetto di tutela del paesaggio - che si copre di alberi, respira e accresce la sua bellezza - e qualità dell'olio, prodotto da sempre per il consumo familiare, oggi affiancato al vino con pari dignità. L'augurio è "che dalla Sicilia parta il rinascimento dell'olivicoltura, per il fabbisogno italiano e per l'ambiente".



## Achille e la tartaruga

Un po' come nel paradosso di Achille e la tartaruga di Zenone, la crescita dell'Italia enoica (Achille) in Cina, per quanto grande, non riesce a colmare la distanza che la separa da Francia e Australia (le tartarughe, senza dimenticare Cile e Spagna). Nonostante una crescita delle spedizioni del 32,7% ed il record di 120,2 milioni di euro del 2016, infatti, i competitor del Belpaese sono sempre più lontani. Basta un dato, evidenziato dall'Osservatorio Paesi terzi di Business Strategies e Wine Monitor, per capire l'ampiezza del gap: Bordeaux, da sola, ha esportato verso il gigante asiatico 310,6 milioni di euro di vino, il 258% in più dell'intera Italia del vino. E il quadro rischia di peggiorare, nei prossimi anni, nei confronti dei vini di Cile, Nuova Zelanda ed Australia, che entrano o entreranno in Cina a dazio zero.

## Cronaca

### Cannabis e vino

La California è sempre un passo avanti, anche quando si parla di vino, almeno rispetto alla dialettica, tutta nuova, che sta vivendo con la cannabis, legalizzata e normata da qualche anno nello Stato Usa. Un settore in crescita ed in salute, capace, per la prima volta, di investire sul vino: il produttore di marijuana Flow Kana ha infatti comprato per 3,5 milioni di dollari 32 ettari vitati da Fetzer Winery, nella Redwoode Valley, dove presto i filari faranno largo a migliaia di piantine di cannabis.



## Primo Piano

### E-commerce: l'Italia cresce, ma numeri piccoli

L'e-commerce enogastronomico continua a crescere in Italia: nel 2016 il settore "Food & Grocery" ha raggiunto i 575 milioni di euro (+30% sul 2015), di cui il 90% grazie al settore alimentare. Il vino, nel complesso, vale intorno all'8% del totale. Una crescita significativa, anche se l'acquisto via web di cibi e bevande in Italia rimane ancora marginale rispetto sia al totale e-commerce del Belpaese (3% sugli oltre 20 miliardi di euro complessivi) che al retail tradizionale (di cui vale appena lo 0,35%). L'export, inteso come valore delle vendite da siti italiani a consumatori stranieri, incide per circa il 10% delle vendite del settore (e porta il giro di affari totali intorno a 650 milioni di euro) e rappresenta il 2% del totale export eCommerce. A dirlo, gli ultimi dati dell'Osservatorio eCommerce B2C, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano e da Netcomm, il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano. In particolare, nel food il 60% della domanda si riferisce all'acquisto di prodotti "seccchi" (ossia confezionati, incluso il caffè), il 31% ai "freschi" (prodotti a temperatura controllata, incluso il cibo pronto), il 7% alle "bevande" e il restante 2% ai "surgelati". Gli acquisti via smartphone nel settore raddoppiano e raggiungono quota 100 milioni di euro, pari al 17% del totale e-commerce del comparto (25% se si aggiungono gli acquisti via tablet). L'enogastronomia, intesa come insieme di prodotti particolari e selezionati, cresce del 17% e, con un valore di poco superiore ai 240 milioni di euro, rappresenta ancora il 47% del valore dell'alimentare online, mentre la spesa "grocery" sui siti e-commerce dei supermercati tradizionali con consegna a domicilio cresce del 40% e vale 188 milioni di euro. Intanto, a proposito di vino & e-commerce dagli Usa, uno dei Paesi in cui questo mercato è più sviluppato, arriva una curiosità: non è la convenienza o la comodità di vedersi arrivare la bottiglia a casa quello che piace di più dell'acquisto on line, quanto la grande varietà di scelta. Emerge da un sondaggio della rivista americana "Wine Spectator": secondo il 48% degli appassionati, una selezione di etichette più grande del solito è la caratteristica che piace di più a chi compra vino via web.

## Focus

### Langhe, Bricco Bompè da Boroli a Colla

Continua il "risiko" di vigneti e cantine nella Langhe Patrimonio Unesco: Poderi Colla, nome storico del vino piemontese, ha acquistato la cantina interrata e 2 ettari di vigneto (a Barbera) di Cascina Bricco Bompè (Alba) da Boroli, griffe del Barolo. Un acquisto importante per Colla (che arriva a 28 ettari vitati complessivi) visto che i terreni e la cantina sono vicinissimi alla tenuta storica e sede operativa del gruppo del Bricco del Drago. Mentre Boroli mantiene la proprietà della Locanda del Pilone (Relais e ristorante con 1 stella Michelin), adiacente alla struttura di Cascina Bompè. "Siamo contenti, vivremo da buonissimi vicini anche supportandoci l'un l'altro - commenta a WineNews Achille Boroli - d'altra parte io dalla vendemmia 2012 ho scelto di concentrarmi solo sulla produzione di Barolo di altissima qualità (la produzione, dagli 11 ettari di proprietà, è quasi tutta di Cru, Brunella Cerequio, Villero e Serradenari)". Da parte loro Tino, Federica e Pietro Colla, commentano: "soddisfatti di avere la disponibilità di una cantina vicinissima alla nostra storica sede, che risponda alle nostre esigenze per dimensioni e funzionalità, con vista mozzafiato a 360 gradi sulle Langhe" (foto).



## Wine & Food

### Ristorazione, pizza, pasta, caffè: i consumi nel Belpaese

Sono 325.110 le imprese della ristorazione in Italia, che chiudono il 2016 con una crescita dei consumi fuori casa dello 0,2% ed una spesa complessiva di 76,4 miliardi. Bene il mondo della pizza: nel Belpaese se ne sfornano 5 milioni al giorno, ed il settore dà lavoro a 150.000 persone, mentre la pasta fa nuovi adepti in tutto il mondo, con l'export che cresce del 6%, a 3 miliardi di euro. Infine, il caffè, di cui l'Italia è il quinto importatore mondiale ma solo il decimo consumatore pro capite (5,6 chili): il panorama dei consumi dello Stivale nei numeri della fiera della ristorazione Tirreno C.T.

## WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"La libertà di viaggiare, le scoperte, contro il protezionismo e il chiudersi in sé, è ciò che vogliamo affermare a "Identità Golose" con la cucina che è frutto di migrazioni, ma anche con il

viaggio dei prodotti o di uno chef per migliorarsi". Così Paolo Marchi, su "La forza della libertà: il viaggio", tema di "Identità Golose 2017". "Viaggiare è più difficile che mai".

