



n. 1002 - ore 17:00 - Mercoledì 28 Novembre 2012 - Tiratura: 29831 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino  
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

## La News



### 3 vini e 3 ricette in un box

3 vini e 3 ricette in una scatola. Detta così non sembra certo una grande novità, e invece con "3Wine" ([www.3wine.it](http://www.3wine.it)), c'è un modo diverso per scoprire sempre nuovi vini e nuove ricette. Funziona come uno di quei club del libro a cui chiunque si sarà iscritto almeno una volta nella vita: si paga una quota ed ogni mese, a casa o in ufficio, arriva un box (nella foto) con una selezione di 3 bottiglie scelte dai sommelier del sito, e 3 ricette create dagli chef di "3Wine", rigorosamente con prodotti di stagione, per esaltare al meglio le caratteristiche dei vini. Qualche esempio? La quiche Lorraine con il Verdicchio di Umani Ronchi, o l'anatra al melograno con il Morellino di Scansano ...

## Primo Piano

### I fondi per la promozione dell'Ocm: ecco a chi

WineNews l'ha più volte richiesta e finalmente è arrivata: il Ministero delle Politiche Agricole ha pubblicato la graduatoria nazionale dei progetti 2012/2013 (che si aggiungono a quelli regionali) finanziati con i fondi Ocm per la promozione del vino nei Paesi Terzi (8,9 milioni di euro, 30,6 con le annualità di progetti già avviati, ndr). Ai quali i privati, ricordiamolo, devono partecipare con una spesa di almeno il 50%. Abbiamo cercato di individuare quali aziende siano racchiuse nei vari soggetti, ma non per tutte è stato possibile. Per ordine di priorità, al n.1, con 250.000 euro, c'è il progetto dell'Ati "Italian Wine & Style Promotion" (Antiche Terre Venete srl, Azienda Agricola Le Colline di Sopra, Borgo Pagliantetto, Il Botolo Azienda Agricola, La Collina dei Ciliegi, Poggio Piglia, Società Agricola Villa Lucia, Società Vinicola Montemaggiore, Terre di Verona), a pari merito (587.919) con quello dell'Ati "Wine in Brus", con quello dell'Ati che vede per capofila Angelini (223.760 euro), e con il progetto multiregionale che lega tre Ati, guidate, rispettivamente, da Casa Vinicola Morando, Marchesato Vigneti e Cantine e Consorzio Russia Export, insieme al Consorzio Divinitalia (Borgo Maragliano, Costaripa, Gambinus, Marco Felluga, Morgante, Rocche Costamagna, Santa Sofia) e la Fratelli Gancia, finanziato con 1,129 milioni di euro. A seguire, in posizione n.2, i progetti di tre Ati: una guidata dal colosso chiantigiano Ruffino (792.811 euro), una da Cantine Sgarzi (1,291 milioni di euro), e una da Il Feudo (1,225 milioni di euro). Tanti "pari merito" anche al n.3, con Italia del Vino - Consorzio (Banfi, Ferrari, Sartori, Zonin, Gancia, Gruppo Italiano Vini, Marchesi di Barolo, Medici Ermete, Santa Margherita, Drei Donà, Cantine Lunae e Terredora), con 419.267 euro; Schenk Italia, finanziato con 1,06 milioni di euro; Consorzio Le Famiglie del Vino (Adami Spumanti, Badia a Coltibuono, Casanova di Neri, Agricola Inama, Agricola Poliziano, Agricola Saracco, Boroli, Braida, Col Veturaz, La Valentina, Selvapiana, Marchesi di Gresy, Marco Felluga, Tenuta Sant'Antonio) con 414.372 euro; Unavini, con 683.504 euro; quello dei Grandi Cru d'Italia, con 68.396 euro, e quello di Cavit, con 782.230 euro.



### Bene, ma non benissimo

Bene, ma non benissimo. Sulla trasparenza su chi riceve soldi pubblici, il Ministero delle Politiche Agricole, con la pubblicazione della graduatoria sui progetti per la promozione del vino nei Paesi Terzi, per la verità dopo diverse sollecitazioni, ha fatto dei passi avanti. È importante, perché sono soldi dei contribuenti che vanno, lecitamente, a supporto di soggetti privati. In questo caso, visti i risultati dell'export, usati bene, con ricadute importanti sull'economia del Paese. Ma si può fare di più: capire quali aziende od organizzazioni ci siano dietro ad Ati o consorzi creati ad hoc, non è sempre semplice, anzi, a volte è quasi impossibile. Un piccolo passo in più dal Ministero, che ha i dati, e ci siamo. Sarebbe un altro bell'esempio che l'agricoltura manda al "sistema Paese", dove la trasparenza è spesso un optional ...

## Focus

### In Usa, il gala del vino per tornare a volare

"L'Italia del vino deve ricordarsi del suo mercato di riferimento, gli Stati Uniti". Lucio Caputo, presidente dell'Italian Wine & Food Institute, a WineNews mette in guardia il mondo enoico dal pericolo di adagiarsi sugli allori, "puntando forte sul mercato cinese, ancora tutto da verificare, e perdendo terreno in Usa, dove nei primi 8 mesi del 2012 il vino italiano ha fatto segnare una flessione delle vendite dello 0,7%, in quantità, sul 2011. A fronte della crescita di tutti i nostri competitor, dalla Francia (+18,4%) alla Spagna (+21,7%), passando per Australia (+13,3%), Argentina (+70,1%), Cile (+92,8%), Sudafrica (+146,3%), anche se in valore il calo non risparmia nessuno". Per riprendersi la scena, c'è bisogno di "un impegno in prima persona da parte dei produttori, in modo da far ripartire le vendite delle grandi etichette e, a cascata, di tutto il comparto: se si vendono i vini più commerciali è perché l'Italia è conosciuta come patria di Barolo, Barbaresco, Brunello, Amarone". E l'occasione la offrirà, il 7 dicembre, il "Gala Italia, Special Edition", la kermesse newyorkese con i protagonisti del vino tricolore, da Biondi Santi ad Antinori, da Planeta a Ferrari, fino a Cavit e Zonin.



## Cronaca

### Usa: Chianti I love you. Ma...

Chianti, conosciutissimo in Usa. Bevuto? Un po' meno. Solo il 12% degli americani, infatti, ha incluso il rosso toscano tra i vini che desidera acquistare, lontano dal 46% di Merlot, 29% di Cabernet Sauvignon, 25% di Pinot Noir e così via. Lo dice la ricerca di Bernhard Company per il Consorzio del Vino Chianti. Per migliorare? "Riuscire ad associare ancora di più il Chianti alla provenienza dalla Toscana", spiega la giornalista Anna di Martino (Il Mondo) nell'incontro sul Chianti in Usa, di scena oggi a Milano.

## Wine & Food

### Primarie & politica, Città del Vino: "agricoltura e vino dimenticati"

Rottamazione, discontinuità, vecchi e giovani, antico e moderno: sono le parole più pronunciate dagli aspiranti premier del centrosinistra, in primis Bersani e Renzi. "Ma alcune parole chiave sono state quasi dimenticate: agricoltura, sostenibilità, ambiente, enogastronomia, difesa dalle contraffazioni delle denominazioni di origine e dei prodotti made in Italy, consumo di suolo, cultura del cibo e del vino, e potremmo continuare": la "denuncia" arriva dalle Città del Vino, in vista del duello tv tra i candidati, stasera su Rai Uno. Chissà che non si parli anche di vino e agricoltura, magari ...



### Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il segreto del successo dell'Amarone nel mondo? "La diversità, che lo rende unico: è frutto di varietà autoctone e di una lavorazione che danno a questo vino caratteristiche uniche, senza dimenticare la sua storia, il territorio in cui nasce e le aziende che lo hanno reso celebre". Parola di Raffaele Boscaini, direttore marketing Masi.

International Exhibition Management PRESENTA Simply Italian GREAT WINES