



L'ambizione dei vini marchigiani: investiti 3 milioni di euro per la promozione

Con l'impegno finanziario relativo al biennio 2020-2021, l'Istituto marchigiano di tutela vini (IMT) punta a posizionarsi anche all'estero, in particolare sui mercati statunitense e canadese ma anche in Cina, Regno Unito e Corea del Sud. Le parole del direttore Alberto Mazzoni



Alberto Mazzoni, direttore di Imt – Istituto marchigiano di tutela vini.

L'**Istituto marchigiano di tutela vini (IMT)** conferma la sua spiccata dinamicità con l'impegno a consolidare la presenza dei vini marchigiani sul mercato nazionale e su quelli mondiali. Per il **biennio 2020-2021**, infatti, oltre ha **investito oltre 3 milioni di euro su un piano di rilancio** puntando, inoltre, su una **campagna di promozione multicanale a forte impatto digitale**. Tra i mercati più ambii ci sono Stati Uniti e Canada (che insieme assorbono quasi la metà del budget), poi Cina, Giappone, Svizzera e Russia, con l'esordio di Regno Unito e Corea del Sud.

Saranno molte le iniziative a beneficio delle **oltre 150 aziende del territorio** che potranno partecipare con le loro etichette, sempre più apprezzate per qualità e territorialità, a importanti eventi enologici internazionali come **Vinitaly** e **Prowein**, forieri di una forte visibilità al di fuori dei confini italiani.

Saranno costanti anche le **azioni di marketing integrate sul web e sui canali tradizionali** a cui si aggiungeranno eventi a tema, tra degustazioni e workshop riservati a operatori ed esperti, sia in modalità virtuale che in presenza.

«Se consideriamo la forte crescita nei ranking della stampa specializzata internazionale, i nostri vini di punta hanno ancora ampi margini di espansione sulle piazze estere. – ha dichiarato [Alberto Mazzoni](#), direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) – Per questo, con il sostegno della Regione, oggi più che mai serve accelerare sull'export nei mercati di sbocco e in particolare nei Paesi terzi dove le

potenzialità sono notevoli sulla fascia premium. Per esempio in Cina, con l'alta gamma data in crescita nei prossimi anni, abbiamo aumentato il plafond di quasi il 30% rispetto al budget dello scorso anno. Un'occasione di rilancio dopo un anno nero, vista anche la morfologia delle aziende, piccole e fortemente orientate alla qualità e che quindi hanno sofferto le chiusure dell'horeca in Italia e all'estero».

Ambasciatore d'eccellenza di questa ambiziosa campagna di posizionamento mondiale è il **Verdicchio**, nelle Dop **Castelli di Jesi** e **Matelica**, la cui produzione – che si concentra soprattutto nella zona di Ancona – nel 2019 ha superato i 20,7 milioni di bottiglie. Una provincia in cui, secondo Istat, anche nei primi 6 mesi del 2020 l'export ha continuato ad aumentare, crescendo di quasi il 30% rispetto al pari periodo di 3 anni fa.

Sono in tutto **16 su 20 le Dop regionali tutelate da Imt**, il maxiconsorzio di Jesi (An) che mette insieme 652 aziende associate per una rappresentanza dell'89% sull'imbottigliato della zona di riferimento, che copre la maggioranza delle esportazioni di vino marchigiane.

Per restare aggiornati sulle iniziative dell' **Imt – Istituto marchigiano di tutela vini**: www.imtdoc.it

Data di creazione

03/12/2020

Autore

redazione