



RASSEGNA STAMPA

# PROMOZIONE VINI MARCHE

AGENZIE

R ECO S43 QBKM

## **Vino: 70 aziende Marche alla conquista di 6 Paesi extra Ue 2,2 mln con misura Ocm. Usa,Cina,Canada,Giappone,Russia,Svizzera**

(ANSA) - JESI (ANCONA), 22 FEB - Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera. Sono i sei Paesi obiettivo dei vini marchigiani, secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Sui 6 Paesi extra Ue si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue - con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi due banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio Vini Piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo come compagine associativa, ma anche attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto - conclude Mazzoni - è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno". Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro: di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.(ANSA).

COM-ME/SA 22-FEB-18 11:55 NNN

## **Vino, al via nelle Marche campagna Ocm da 2,2 milioni di euro**

ZCZC PN\_20180222\_00204 4 cro gn00 gv11 rg11 sp33 px10 XFLA

### **Vino, al via nelle Marche campagna Ocm da 2,2 milioni di euro**

#### **I paesi target sono Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera**

Roma, 22 feb. (askanews) - Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue - con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: ""Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto - ha concluso Mazzoni - è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno"". Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro. Red

**Ait T&G > Vino**

## Vino

vai alla rubrica

### Vino: 70 aziende Marche alla conquista di 6 Paesi extra Ue

Vino



### Vino: percorso crescita per Sagrantino Montefalco

Vino



### Vino: Piemonte, nel 2017 calo 19,8%, eccellenze a 6 doc

Vino



### Garbole riscopre bagaglio varietale autoctoni veronesi

Vino



## Vino: 70 aziende Marche alla conquista di 6 Paesi extra Ue

2,2 mln con misura Ocm. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia, Svizzera



Redazione ANSA JESI (ANCONA) 22 febbraio 2018 11:55

Scrivi alla redazione Stampa



(ANSA) - JESI (ANCONA), 22 FEB - Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera. Sono i sei Paesi obiettivo dei vini marchigiani, secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Sui 6 Paesi extra Ue si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-

consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue - con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi due banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio Vini Piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo come compagine associativa, ma anche attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto - conclude Mazzoni - è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno". Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro: di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi.

Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.(ANSA).



**Terra & Gusto**

[> vai](#)

**☛ Vini Marche alla conquista di sei Paesi extra Ue**

2,2 mln con misura Ocm. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia, Svizzera





## Vini Marche verso 6 Paesi extra Ue

2,2 mln con misura Ocm. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia, Svizzera

Redazione ANSA

📍 JESI (ANCONA)


22 febbraio 2018

12:01

NEWS



© ANSA

CLICCA PER  
INGRANDIRE 

(ANSA) - JESI (ANCONA), 22 FEB - Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera. Sono i sei Paesi obiettivo dei vini marchigiani, secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Sui 6 Paesi extra Ue si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchetto del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue - con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi due banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio Vini Piceni, con

cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo come compagine associativa, ma anche attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto - conclude Mazzoni - è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno". Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro: di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi.

Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.(ANSA).

**ENOGASTRONOMIA** Giovedì 22 febbraio 2018 - 12:41

## Vino, al via nelle Marche campagna Ocm da 2,2 milioni di euro

I paesi target sono Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera



Roma, 22 feb. (askanews) – Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchetto del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore.

La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell’extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell’Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: “Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – ha concluso Mazzoni – è ancora più significativo se si considera che proprio quest’anno si celebrano le nozze d’oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno”.

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l’ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell’Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all’Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l’export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.





AGRICOLTURA

## VINO: PROMOZIONE OK NELLE MARCHE, AL VIA CAMPAGNA OCM DA 2,2 MLN DI EURO

Posted by Redazione × Pubblicato il 22/02/2018 at 10:49

Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue - con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto - ha concluso Mazzoni - è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

*Nato nel 1999 dalla volontà di 19 soci lungimiranti con 7 denominazioni tutelate, oggi l'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) rappresenta 465 aziende associate per 15 denominazioni di origine, di cui 4 Docg. IMT ([www.imtdoc.it](http://www.imtdoc.it)) è una realtà unica in Italia nel suo genere, che oggi esprime la maggior parte dell'export delle Marche e il 45% della superficie vitata regionale (oltre 8mila ettari tra le province di Ancona, Macerata, Pesaro-Urbino, Fermo). Prodotto trainante, il Verdicchio, nel 2017 - per il quarto anno consecutivo - è risultato il bianco fermo più premiato dalle guide italiane.*

QUOTIDIANI, PERIODICI E NEWSLETTER SPECIALIZZATE

**MARCHE**

## Vino, al decollo il piano promozione da 2,2 milioni

**S**ono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Al progetto regionale partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno) e potranno contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra cofinanziata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxiconsorzio marchigiano. La promozione si articolerà in azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno gli Stati Uniti – primo importatore extra-Ue di vino marchigiano – che assorbiranno il 38% del budget; a seguire il Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%).

«Le azioni all'estero - spiega il direttore dell'Isti-

tuto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni - saranno realizzate con la partnership del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione. Un modo per fare squadra sotto l'unico grande brand del vigneto Marche. Quest'anno inoltre - ha concluso Mazzoni - celebreremo i 50 anni delle due principali denominazioni regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno».

MA gli investimenti effettuati nel settore vino delle Marche non si limitano alla promozione. Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammmodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro. •

**G.d.O.**



**Settanta aziende delle Marche investono in 6 paesi extra-Ue come Stati Uniti, Canada e Cina  
Mazzoni: «Grande segno di identità del territorio»**



**Nel tondo a sinistra Alberto Mazzoni, direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini**

# Obiettivo export

**FUORI DAI CONFINI EUROPEI**  
Verdicchio, Rosso Conero, Lacrima di Morro, Bianchello fanno la parte del leone

**Davide Eusebi**  
■ ANCONA

**LE MARCHE** raddoppiano il numero di aziende che investono all'estero: da 35 a 70. Un dato clamoroso se si pensa al calo produttivo dell'ultima annata, ma eloquente perché «testimonia dell'eccezionale interesse che i vini di questa regione suscitano nei mercati internazionali. I nostri viticoltori guardano all'estero per lo sviluppo», spiega Alberto Mazzoni. Il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini premette: «Il grande lavoro di squadra fatto con la Regione e col consorzio dei vini Piceni ha permesso alle Marche di essere tra le primissime regioni italiane a varare l'operazione mercati esteri, frenata a livello nazionale dalle problematiche ministeriali di Agea (Agenzia per le erogazioni in agricoltura, ndr) che ha costretto l'Italia a partire con 6 mesi di ritardo rispetto agli altri Paesi europei».

Quindi Mazzoni snocciola i mercati nel mirino delle settanta aziende marchigiane: «Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera. Sono questi i sei Paesi obiettivo dei vini marchigiani, secondo il programma messo in campo grazie alla

misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi». Dove finiscono i vini marchigiani? Sui banchi delle enoteche specializzate, nei ristoranti, nei negozi specializzati e solo in minima parte nella grande distribuzione: «Un mercato di media e alta gamma – spiega Mazzoni – come alta è la qualità dei prodotti che esportiamo e notevole il rapporto qualità prezzo». Le carte vincenti? «Il vitigno e l'etichetta sono una garanzia e un grande segno di identità del territorio».

**IL PROGETTO** regionale potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Primi due test al Prowein di Düsseldorf (18-20 marzo) e il Vinality di Verona (15-18 aprile), poi si passerà ad azioni mirate anche fuori Europa, con il Verdicchio a fare ancora da locomotore. Ma non solo: «Occorre evidenziare – rimarca Mazzoni – la grande crescita degli altri vini. Nei 6 Paesi extra Ue si concentrerà la promozione non solo di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, ma anche di Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri e partecipazione a fiere di settore».

**LA PARTE DEL LEONE** la faranno gli Stati Uniti, che restano il primo importa-

tore di vino marchigiano nell'extra-Ue con il 38% del budget previsto. A seguire azioni importanti per mercati come Canada (27% del *plafond*), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Fondamentale, per Mazzoni, «la sinergia col consorzio vini Piceni, che consente di portare all'estero tante piccole imprese di altissima qualità che da sole non ce la farebbero, anche attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. Un aspetto ancora più significativo, se si considera che quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno». Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari hanno sfiorato i 10 milioni di euro. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha coinvolto 200 imprese in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Il calo produttivo non ha frenato i mercati: «Nei primi 9 mesi del 2017 – conclude Mazzoni – l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni».





# Una campagna da oltre due milioni per il vino marchigiano nel mondo

L'obiettivo sono sei Paesi extra Ue. Al progetto partecipano 70 aziende di Imt

Il vino marchigiano continua a correre. In attesa dei due grandi appuntamenti fieristici di primavera (Duesseldorf 18-20 marzo e il Vinality di Verona 15-18 aprile) si mettono ulteriori elementi di crescita del settore vitivinicolo delle Marche. Sono infatti sei i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino promozione Paesi terzi.

## Un progetto ambizioso

Il progetto regionale partito mercoledì, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue: Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchetto del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo importatore di vino marchigiano nell'extra Ue - con il 38% del budget previsto. A seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti,

## I numeri dell'Istituto marchigiano tutela vini (Imt)

DOCCIPUNTI

Anno di nascita consorzio 1999  
(19 soci fondatori)

Aziende associate 472

Denominazioni 15 Doc  
di cui 4 Docg

Export vino marche 2017 (gen-set)  
+4,7%

Totale investimenti 2017  
€ 10.000.000

Rappresentatività consorzio  
(su vino imbottigliato) 89%

### Vigneto Marche

14.190 aziende

4.500 ettari rinnovati in 10 anni

20 denominazioni di origine

1 Igt

oltre 140.000.000 euro di fatturato

Imprese Imt coinvolte  
in attività di promozione (2017)

200



Alberto Mazzone, direttore dell'Istituto marchigiano tutela vini

come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%).

### Mazzone guarda avanti

Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzone «Prowein di Dusseldorf e Vinality di Verona, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale

assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto - ha detto ancora

Mazzone - è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno».

### Gli altri investimenti

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

Andrea Fraboni

© RIPRODUZIONE RISERVATA





# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

## MARCHE. Via libera alla campagna Ocm Promozione: 2,2 mln di euro e sei mercati target



ph. Giò Martorana/Consorzio Vini Piceni

Nelle Marche al via la campagna Ocm promozione, con un investimento da 2,2 milioni di euro (cifra compartecipata al 50% da fondi Ue). Il progetto regionale vede l'adesione di 70 aziende socie dell'Istituto marchigiano di tutela vini (il doppio dello scorso anno). E proprio il maxi-consorzio ha indicato sei mercati target, in cui concentrare la promozione delle 15 denominazioni che rappresenta. La parte del leone la faranno, come di consueto, gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Non mancheranno, poi, nei piani promozionali, le grandi fiere internazionali - ProWein e Vinitaly - che, quest'anno saranno anche i banchi di prova per la collaborazione con il nuovo partner regionale, il Consorzio dei Vini Piceni.

**Nel 2017, il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) ha sfiorato quota 10 milioni di euro.** Di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi.





[Pubblicato il 22/02/2018 alle ore 11:05]

## Vini marchigiani, oltre 2,2 milioni per la promozione: missioni in Usa, Canada e Cina



Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi.

[Leggi tutto...](#)

PRINCIPALI USCITE ONLINE

## Obiettivo Export

*Settanta aziende delle Marche investono in 6 paesi extra-Ue come Stati Uniti, Canada e Cina. Mazzoni "grande segno di identità del territorio".*



*Publicato il 2 marzo 2018*

*Ultimo aggiornamento: 2 marzo 2018 ore 10:03*

*di DAVIDE EUSEBI*

ANCONA,

**LE MARCHE** raddoppiano il numero di aziende che investono all'estero: da 35 a 70. Un dato clamoroso se si pensa al calo produttivo dell'ultima annata, ma eloquente perché «testimonia dell'eccezionale interesse che i vini di questa regione suscitano nei mercati internazionali. I nostri viticoltori guardano all'estero per lo sviluppo», spiega Alberto Mazzoni. Il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini premette: «Il grande lavoro di squadra fatto con la Regione e col consorzio dei vini Piceni ha permesso alle Marche di essere tra le primissime regioni italiane a varare l'operazione mercati esteri, frenata a livello nazionale dalle problematiche ministeriali di Agea (Agenzia per le erogazioni in agricoltura, ndr) che ha costretto l'Italia a partire con 6 mesi di ritardo rispetto agli altri Paesi europei». Quindi Mazzoni snocciola i mercati nel mirino delle settanta aziende marchigiane: «Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera. Sono questi i sei Paesi obiettivo dei vini marchigiani, secondo il programma messo in campo grazie alla misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi». Dove finiscono i vini marchigiani? Sui banchi delle enoteche specializzate, nei ristoranti, nei negozi specializzati e solo in minima parte nella grande distribuzione: «Un mercato di media e alta gamma – spiega Mazzoni – come alta è la qualità dei prodotti che esportiamo e notevole il rapporto qualità prezzo». Le carte vincenti? «Il vitigno e l'etichetta sono una garanzia e un grande segno di identità del territorio».

**IL PROGETTO** regionale potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Primi due test al Prowein di Dusseldorf (18-20 marzo) e il Vinitaly di Verona (15-18 aprile), poi si passerà ad azioni mirate anche fuori Europa, con il Verdicchio a fare ancora da locomotore. Ma non solo: «Occorre evidenziare – rimarca Mazzoni – la grande crescita degli altri vini. Nei 6 Paesi extra Ue si concentrerà la promozione non solo di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, ma anche di Rosso Conero, Bianchetto del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri e partecipazione a fiere di settore».

**LA PARTE DEL LEONE** la faranno gli Stati Uniti, che restano il primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue con il 38% del budget previsto. A seguire azioni importanti per mercati come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Fondamentale, per Mazzoni, «la sinergia col consorzio vini Piceni, che consente di portare all'estero tante piccole imprese di altissima qualità che da sole non ce la farebbero, anche attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. Un aspetto ancora più significativo, se si considera che quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno». Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari hanno sfiorato i 10 milioni di euro. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha coinvolto 200 imprese in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Il calo produttivo non ha frenato i mercati: «Nei primi 9 mesi del 2017 – conclude Mazzoni – l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni».

di DAVIDE EUSEBI

*RIPRODUZIONE RISERVATA*



# PicenoSera



## Al via il progetto Marche per la promozione del vino in 6 Paesi

📅 1 marzo 2018 👤 Marco Nardi

Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i 6 Paesi target dell'Istituto Marchigiano di Tutela Vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue - con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto - ha concluso Mazzoni - è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165).

Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

2018

28

FEB

## Marche, dall'Usa alla Cina sei paesi nel mirino dell'Ocm vino

Al via le attività previste dall'organizzazione comune di mercato per la promozione nei paesi terzi: a disposizione 2,2 milioni di euro. Prime due tappe Prowein e Vinitaly

L'**Istituto marchigiano di tutela vini** mira a **sei paesi obiettivo** per promuovere le sue bottiglie con la misura comunitaria **Ocm vino** per la promozione sui paesi terzi. Al progetto regionale, che è partito in questi giorni, partecipano **70 aziende** socie Imt, il doppio dello scorso anno, e conta su un investimento di oltre **2,2 milioni di euro**, una cifra coperta per il 50% da fondi europei.

E saranno **Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera** i paesi su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano.

La parte del leone la faranno come gli **Stati Uniti**, con il **38% dello stanziamento** previsto, che rappresentano il primo importatore del vino marchigiano. A seguire i fondi saranno impiegati per il 27% per le azioni in Canada, per il 15% in Cina, per il 9% in Giappone e per oltre il 10% in Svizzera e Russia.

Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini **Alberto Mazzoni**, i primi due banchi di prova saranno **Prowein** a Dusseldorf e **Vinitaly** a

Verona, previsti tra marzo e aprile, a cui il consorzio parteciperà assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui è stato deciso di intraprendere un **percorso unitario regionale** di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità.

Un modo che, come ha spiegato Mazzoni, serve per **fare squadra** non solo tra aziende di una realtà associativa, ma anche e soprattutto attraverso un **unico grande marchio del vigneto Marche**. Un aspetto che è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebra il **cinquantenario** delle due denominazioni principali della regione: il **Verdicchio dei Castelli di Jesi** e il **Rosso Piceno**.

Le Marche così continuano a pieno ritmo la promozione dei loro vino. Nel solo **2017** infatti il totale degli **investimenti** messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi dell'Ocm vino e del Psr hanno sfiorato quota **10 milioni** di euro. Di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei paesi terzi, con oltre **200 aziende coinvolte**.

E i risultati iniziano a farsi vedere. Nei primi nove mesi del 2017 le **esportazioni** marchigiane hanno segnato una **crescita del 4,7%**, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

Fonte: **Istituto marchigiano di tutela vini**



Promozione vino. Le Marche iniziano la campagna 2018  
Fonte foto: © anaumenko - Fotolia

# Vino: promozione ok nelle Marche, al via la campagna OCM da 2,2 Milioni di euro

In I luoghi del bere 02/2018 redazione2 189 Views 0 comments



*Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria **Ocm** vino Promozione Paesi terzi.*



Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – ha concluso Mazzoni – è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

*Nato nel 1999 dalla volontà di 19 soci lungimiranti con 7 denominazioni tutelate, oggi l'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) rappresenta 465 aziende associate per 15 denominazioni di origine, di cui 4 Docg. IMT ([www.imtdoc.it](http://www.imtdoc.it)) è una realtà unica in Italia nel suo genere, che oggi esprime la maggior parte dell'export delle Marche e il 45% della superficie vitata regionale (oltre 8mila ettari tra le province di Ancona, Macerata, Pesaro-Urbino, Fermo). Prodotto trainante, il Verdicchio, nel 2017 – per il quarto anno consecutivo – è risultato il bianco fermo più premiato dalle guide italiane.*

# Corriere del **Vino**

**NEWS**

## **AL VIA IL PROGETTO MARCHE PER LA PROMOZIONE DEL VINO IN 6 PAESI**



Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i i Paesi target dell'Istituto Marchigiano di Tutela Vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm...

# Corriere del **Vino**

News

## AL VIA IL PROGETTO MARCHE PER LA PROMOZIONE DEL VINO IN 6 PAESI

Di redazione - 23 febbraio 2018

👁 1 🗨 0



Imt Marche

Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi target dell'Istituto Marchigiano di Tutela Vini (**Imt**) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi.

Il progetto regionale, a cui partecipano 70 aziende socie **Imt** (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue.

Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a



seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore.

La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell’extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%).

Per il direttore dell’Istituto marchigiano di tutela vini, **Alberto Mazzoni**: *"Provein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – ha concluso Mazzoni – è ancora più significativo se si considera che proprio quest’anno si celebrano le nozze d’oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".*

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie **Imt** con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l’ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell’Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all’Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165).

Nei primi 9 mesi del 2017 l’export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

## **EXPORT: AL VIA PROGETTO DA 2,2 MILIONI DI EURO PER PROMUOVERE IL VINO DI 70 AZIENDE MARCHIGIANE**

22 FEBBRAIO 2018 RASSEGNA STAMPA, WINECONOMY

### **70 aziende delle Marche alla conquista di 6 Paesi extra Ue**

**2,2 mln con misura Ocm. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia, Svizzera**

JESI (ANCONA), 22 FEB – Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera. Sono i sei Paesi obiettivo dei vini marchigiani, secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Sui 6 Paesi extra Ue si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore.

La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi due banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio Vini Piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo come compagine associativa, ma anche attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – conclude Mazzoni – è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro: di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi.

Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro. (ANSA)

**Fonte ANSA Autore: Redazione**



**22**Febbraio  
2018

Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera. Sono i sei Paesi obiettivo dei vini marchigiani, secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (IMT) attraverso la Misura comunitaria OCM vino Promozione Paesi terzi.

Il progetto regionale appena partito e a cui partecipano 70 aziende socie IMT, ha un budget di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi UE. Sui 6 Paesi identificati si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchetto del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su **attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore.**

La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue - con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%).

Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi due banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio Vini Piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo come compagine associativa, ma anche attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto - conclude Mazzoni - è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie IMT con i contributi comunitari (OCM e PSR) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro: di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'UE e nei Paesi terzi.

Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

22  
FEB

## Vini marchigiani, oltre 2,2 milioni per la promozione: missioni in Usa, Canada e Cina

Publicato in [Scenari](#)



Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi.

[Aggiungi commento](#)



22  
FEB

## Vini marchigiani, oltre 2,2 milioni per la promozione: missioni in Usa, Canada e Cina

on 22 Febbraio 2018. Pubblicato in Archivio articoli dal 05/04/2011 - Scenari



Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi.

Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi dell'Unione europea. Stati Uniti, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Unione europea su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchetto del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Unione europea – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%).

Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova



che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – ha concluso Mazzoni – è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno”.

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

**C.d.G.**



## MARCHE, AL VIA CAMPAGNA PROMOZIONALE DA 2.2 ML DI EURO

### USA, CINA, CANADA, GIAPPONE, RUSSIA E SVIZZERA I PAESI TARGET DELL'IMT

([www.enopress.it](http://www.enopress.it)). Obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue.



Jesi (An) - Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di **Verdicchio dei Castelli di Jesi** e quello di **Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba** e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore.

La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%).

Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, **Alberto Mazzoni**: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – ha concluso Mazzoni – è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

Nato nel 1999 dalla volontà di 19 soci lungimiranti con 7 denominazioni tutelate, oggi l'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) rappresenta 465 aziende associate per 15 denominazioni di origine, di cui 4 Docg. IMT ([www.imtdoc.it](http://www.imtdoc.it)) è una realtà unica in Italia nel suo genere, che oggi esprime la maggior parte dell'export delle Marche e il 45% della superficie vitata regionale (oltre 8mila ettari tra le province di Ancona, Macerata, Pesaro-Urbino, Fermo). Prodotto trainante, il Verdicchio, nel 2017 - per il quarto anno consecutivo - è risultato il bianco fermo più premiato dalle guide italiane.

- **Press:** Ufficio Stampa IMTvini - IMT: Ispropress Simone Velasco, 327.9131676 - [simovela@ispropress.it](mailto:simovela@ispropress.it) Marta De Carli, 393.4554270 - [press@ispropress.it](mailto:press@ispropress.it) Eugenia Torelli, 328.6617921 - [ufficiostampa@ispropress.it](mailto:ufficiostampa@ispropress.it)

## Vino, al via nelle Marche campagna Ocm da 2,2 milioni di euro

askanews Red

Askanews 22 febbraio 2018



Roma, 22 feb. (askanews) - Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore.

La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue - con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità.

Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto - ha concluso Mazzoni - è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.





## L'Istituto marchigiano di tutela vini alla conquista dei Paesi extra Ue

ENOLOGIA - Oltre 2,2 milioni di investimento per il maxi consorzio regionale per promuovere le sue doc all'estero. la parte del leone la faranno gli Stati Uniti

giovedì 22 febbraio 2018 - Ore 11:35



Foto d'archivio

**Sono sei i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale, partito ieri (21 febbraio), a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello**

**scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%).**

Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: «Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – ha concluso Mazzoni – è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno».

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro, di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammmodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

Nato nel 1999 dalla volontà di 19 soci lungimiranti con 7 denominazioni tutelate, oggi l'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) rappresenta 465 aziende associate per 15 denominazioni di origine, di cui 4 Docg. Imt ([www.imtdoc.it](http://www.imtdoc.it)) è una realtà unica in Italia nel suo genere, che oggi esprime la maggior parte dell'export delle Marche e il 45% della superficie vitata regionale (oltre 8mila ettari tra le province di Ancona, Macerata, Pesaro-Urbino, Fermo). Prodotto trainante, il Verdicchio, nel 2017 – per il quarto anno consecutivo – è risultato il bianco fermo più premiato dalle guide italiane.



Il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni

## ANCONATODAY



SPORT

### **Atletica, Campionati Italiani Master: 1500 atleti per il tricolore**

Da venerdì 23 a domenica 25 febbraio, 3150 atleti-gara e 1506 iscritti ai Campionati italiani "over 35" indoor, abbinati a quelli invernali di lanci. Attesi 166 marchigiani



POLITICA

### **Aeroporto, Ciccio (Fdi): «Giunta regionale un disastro, merita il Tapiro d'oro»**

«La Regione è stata bocciata dal Tribunale e dalla Corte dei Conti, altro che concordato preventivo. E' ora di aprire un procedimento su tutti gli amministratori di AerDorica»



CRONACA

### **Promozione vino nelle Marche, al via la campagna Ocm da 2,2 milioni di euro**

La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue - con il 38% del budget previsto



CRONACA

### **Università, vaccini ed assistenza sanitaria: presentato il nuovo corso di laurea**

Presentato il nuovo corso di laurea professionalizzante in "Assistenza Sanitaria" all'Università Politecnica delle Marche a conclusione di un incontro con le scuole dal titolo "Vaccini: una scelta consapevole".



CRONACA

### **Paura in strada, l'albero si stacca e distrugge un palo della luce**

Intervenuti i vigili del fuoco con l'intervento che è durato per tutta la notte. Per fortuna nessun automobilista è rimasto coinvolto



Cronaca / Jesi

## Promozione vino nelle Marche, al via la campagna Ocm da 2,2 milioni di euro

La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue – con il 38% del budget previsto



Redazione  
22 FEBBRAIO 2018 11:52

13

Condivisioni



Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchetto del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore.



La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue - con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto - ha concluso Mazzoni - è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

**Argomenti:** enogastronomia



Aree Adriatico Marche

## 2.2 milioni di euro per la campagna Vino 2018

22 febbraio 2018

27



### **USA, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera i Paesi target di IMT**

Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore.



Alberto Mazzoni

La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e

Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – ha concluso Mazzoni – è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

Nato nel 1999 dalla volontà di 19 soci lungimiranti con 7 denominazioni tutelate, oggi l'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) rappresenta 465 aziende associate per 15 denominazioni di origine, di cui 4 Docg. IMT ([www.imtdoc.it](http://www.imtdoc.it)) è una realtà unica in Italia nel suo genere, che oggi esprime la maggior parte dell'export delle Marche e il 45% della superficie vitata regionale (oltre 8mila ettari tra le province di Ancona, Macerata, Pesaro-Urbino, Fermo). Prodotto trainante, il Verdicchio, nel 2017 – per il quarto anno consecutivo – è risultato il bianco fermo più premiato dalle guide italiane.



## Jesi – Campagna promozionale del vino marchigiano nel Mondo

*A disposizione di Imt un plafond di 2,2 milioni di euro per far conoscere Verdicchio, Rosso Conero, Lacrima, Bianchello & c. in Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera,*

**Jesi** – Sono sei i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi.



Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano settanta aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre **2,2 milioni di euro**, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore.



La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%).



Alberto Mazzone

Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, **Alberto Mazzone**: «*Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi due banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche*».

Un aspetto significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno.

### L'istituto

*Nato nel 1999 dalla volontà di 19 soci lungimiranti con 7 denominazioni tutelate, oggi l'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) rappresenta 465 aziende associate per 15 denominazioni di origine, di cui 4 Docg. IMT ([www.imtdoc.it](http://www.imtdoc.it)) è una realtà unica in Italia nel suo genere, che oggi esprime la maggior parte dell'export delle Marche e il 45% della superficie vitata regionale (oltre ottomila ettari tra le province di Ancona, Macerata, Pesaro-Urbino, Fermo). Prodotto trainante, il Verdicchio, nel 2017 – per il quarto anno consecutivo – è risultato il bianco fermo più premiato dalle guide italiane.*



## Marche, vino: al via la campagna Ocm da 2.2 milioni di euro

Da **Redazione** - 22 febbraio 2018

JESI (AN) – Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchetto del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore.

La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni:

*"Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – ha*

*concluso Mazzoni – è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno”.*

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi.

Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

SOCIETÀ

0

## Vino: promozione ok nelle Marche, al via campagna Ocm da oltre 2 milioni di euro

DI REDAZIONE — 22 FEBBRAIO 2018 @ 10:49

STAMPA ARTICOLO

Facebook 2

Twitter

Il progetto regionale al via dal 21 febbraio, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento importante



Bottiglie di vino



**ASCOLI PICENO – Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi.**

Il progetto regionale al via dal 21 febbraio, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di **Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano**, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%).

Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – **ha concluso Mazzoni** – è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. **Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.**

Nato nel 1999 dalla volontà di 19 soci lungimiranti con 7 denominazioni tutelate, **oggi l'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) rappresenta 465 aziende associate per 15 denominazioni di origine**, di cui 4 Docg. IMT ([www.imtdoc.it](http://www.imtdoc.it)) è una realtà unica in Italia nel suo genere, che oggi esprime la maggior parte dell'export delle Marche e il 45% della superficie vitata regionale (oltre 8mila ettari tra le province di Ancona, Macerata, Pesaro-Urbino, Fermo). Prodotto trainante, il Verdicchio, nel 2017 – per il quarto anno consecutivo – è risultato il bianco fermo più premiato dalle guide italiane.

*Copyright © 2018 Riviera Oggi, riproduzione riservata.  
(Letto 15 volte, 15 oggi)*

IN EVIDENZA

## VINO. PROMOZIONE OK NELLE MARCHE

*Prende il via la campagna OCM da 2,2 Mln di Euro*

22 febbraio 2018  49

Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi.

**Il progetto regionale** al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore.

**La parte del leone** la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue - con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%).



**Per il direttore** dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità.

**Un modo per fare squadra** non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – ha concluso Mazzoni – è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

**Nel solo 2017 il totale degli investimenti** messi in campo dalle aziende socie lmt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammmodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi.

**Sempre lo scorso anno il Consorzio** ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

**Nato nel 1999 dalla volontà di 19 soci** lungimiranti con 7 denominazioni tutelate, oggi l'Istituto marchigiano di tutela vini (lmt) rappresenta 465 aziende associate per 15 denominazioni di origine, di cui 4 Docg. IMT ([www.imtdoc.it](http://www.imtdoc.it)) è una realtà unica in Italia nel suo genere, che oggi esprime la maggior parte dell'export delle Marche e il 45% della superficie vitata regionale (oltre 8mila ettari tra le province di Ancona, Macerata, Pesaro-Urbino, Fermo).

**Prodotto trainante**, il Verdicchio, nel 2017 – per il quarto anno consecutivo – è risultato il bianco fermo più premiato dalle guide italiane.

**Redazione – la Scansione.net**



## Vino: promozione OK nelle Marche, al via campagna OCM da 2,2 ml di euro

Dettagli


 Categoria: **Altre notizie**

Pubblicato: Giovedì 22 Febbraio 2018 - 10:52

Visite: 36

ANCONA - Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di



Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchetto del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo

importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue - con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto - ha concluso Mazzoni - è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammmodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

Nato nel 1999 dalla volontà di 19 soci lungimiranti con 7 denominazioni tutelate, oggi l'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) rappresenta 465 aziende associate per 15 denominazioni di origine, di cui 4 Docg. IMT ([www.imtdoc.it](http://www.imtdoc.it)) è una realtà unica in Italia nel suo genere, che oggi esprime la maggior parte dell'export delle Marche e il 45% della superficie vitata regionale (oltre 8mila ettari tra le province di Ancona, Macerata, Pesaro-Urbino, Fermo). Prodotto trainante, il Verdicchio, nel 2017 - per il quarto anno consecutivo - è risultato il bianco fermo più premiato dalle guide italiane.



## Vini marchigiani nel mondo, 2,2 milioni di euro per la promozione: pubblicizzato anche il Verdicchio di Matelica



Ascolta questo articolo



22/02/2018 - Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi.

Il progetto regionale al via da mercoledì, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue.

Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore.

La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%).

Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – ha concluso Mazzoni – è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

da Istituto Marchigiano di Tutela Vini

Spingi su ↑

# GIORNALE DI SICILIA

## Vino: 70 aziende Marche alla conquista di 6 Paesi extra Ue

22 Febbraio 2018



(ANSA) - JESI (ANCONA), 22 FEB - Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera. Sono i sei Paesi obiettivo dei vini marchigiani, secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Sui 6 Paesi extra Ue si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchetto del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti - primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue - con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi due banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio Vini Piceni, con cui condividiamo percorsi di

internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo come compagine associativa, ma anche attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto - conclude Mazzoni - è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno\*. Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie lmt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro: di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi.

Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.(ANSA).

# ITALIA FOOTBALL CLUB



[Marche](#)
[News](#)
[Vini](#)

## La grande promozione dei vini delle Marche vale 2,2 mln di euro

redazione
 0 Commenti
 Istituto marchigiano di tutela vini, vini marchigiani

Sono 6 i Paesi obiettivo dei **vini marchigiani** secondo il programma 2018 messo in campo dall'**Istituto marchigiano di tutela vini** (Imt, rappresenta 465 aziende associate per 15 denominazioni di origine) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Al progetto regionale partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno). L'investimento supera i 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue.

La promozione dei vini dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano si concentrerà anche in Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera e riguarderà fra gli altri il Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchello del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e altre denominazioni, quindici in tutto. Sono previste azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore.

La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, **Alberto Mazzoni**: *"Prowein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – ha concluso Mazzoni – è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno"*.

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammmodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.





## VINO: PROMOZIONE OK NELLE MARCHE, AL VIA CAMPAGNA OCM DA 2,2 MLN DI EURO

### USA, CINA, CANADA, GIAPPONE, RUSSIA E SVIZZERA I PAESI TARGET DI IMT

(Jesi – AN, 22 febbraio 2018). Sono 6 i Paesi obiettivo dei vini marchigiani secondo il programma 2018 messo in campo dall'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) attraverso la Misura comunitaria Ocm vino Promozione Paesi terzi. Il progetto regionale al via da ieri, a cui partecipano 70 aziende socie Imt (il doppio dello scorso anno), potrà contare su un investimento di oltre 2,2 milioni di euro, cifra compartecipata al 50% da fondi Ue. Usa, Cina, Canada, Giappone, Russia e Svizzera sono i Paesi extra-Ue su cui si concentrerà la promozione di Verdicchio dei Castelli di Jesi e quello di Matelica, Rosso Conero, Bianchetto del Metauro, Lacrima di Morro d'Alba e delle altre denominazioni (sono 15 in tutto) dell'area di competenza del maxi-consorzio marchigiano, attraverso azioni mirate a seconda dei target e concentrate su attività di informazione, pubblicità, studi, incontri con il trade e partecipazione a fiere di settore. La parte del leone la faranno come di consueto gli Stati Uniti – primo importatore di vino marchigiano nell'extra-Ue – con il 38% del budget previsto; a seguire azioni importanti per mercati altrettanto rilevanti, come Canada (27% del plafond), Giappone (9%), Svizzera (5,2%) o per le piazze emergenti di Cina (15,4%) e Russia (5,5%). Per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini, Alberto Mazzoni: "Provein di Dusseldorf e Vinitaly di Verona, previsti tra marzo e aprile, saranno i primi 2 banchi di prova che affronteremo a livello regionale assieme ai partner del Consorzio vini piceni, con cui condividiamo percorsi di internazionalizzazione per la gran parte in favore di piccole e piccolissime imprese con produzioni di alta qualità. Un modo per fare squadra non solo tra aziende afferenti a una sola compagine associativa ma attraverso un unico grande brand del vigneto Marche. E questo aspetto – ha concluso Mazzoni – è ancora più significativo se si considera che proprio quest'anno si celebrano le nozze d'oro dei due principali prodotti regionali: il Verdicchio dei Castelli di Jesi e il Rosso Piceno".

Nel solo 2017 il totale degli investimenti messi in campo dalle aziende socie Imt con i contributi comunitari (Ocm e Psr) hanno sfiorato quota 10 milioni di euro; di questi, 6,7 milioni hanno riguardato le tecnologie in cantina e l'ammodernamento dei vigneti, mentre 3,2 milioni di euro sono stati investiti per la promozione nell'Ue e nei Paesi terzi. Sempre lo scorso anno il Consorzio ha inoltre coinvolto circa 200 imprese del vino in progetti promozionali legati all'Ocm (34) e ai Piani di sviluppo rurale (165). Nei primi 9 mesi del 2017 l'export marchigiano ha segnato una crescita del 4,7%, per un trend che nei 12 mesi supererà quota 50 milioni di euro.

*Nato nel 1999 dalla volontà di 19 soci lungimiranti con 7 denominazioni tutelate, oggi l'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) rappresenta 465 aziende associate per 15 denominazioni di origine, di cui 4 Docg. IMT ([www.imtdoc.it](http://www.imtdoc.it)) è una realtà unica in Italia nel suo genere, che oggi esprime la maggior parte dell'export delle Marche e il 45% della superficie vitata regionale (oltre 8mila ettari tra le province di Ancona, Macerata, Pesaro-Urbino, Fermo). Prodotto trainante, il Verdicchio, nel 2017 – per il quarto anno consecutivo – è risultato il bianco fermo più premiato dalle guide italiane.*

**Ufficio stampa Istituto marchigiano di tutela vini – IMT: Ispropress**

Simone Velasco, 327.9131676 – [simovela@ispropress.it](mailto:simovela@ispropress.it)

Marta De Carli, 393.4554270 – [press@ispropress.it](mailto:press@ispropress.it)

Eugenia Torelli, 328.6617921 – [ufficiostampa@ispropress.it](mailto:ufficiostampa@ispropress.it)