

Centro Agroalimentare



ALBERTO MAZZONI

«La pandemia ci ha cambiato profondamente» spiega il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela, il consorzio che conta 652 aziende vinicole

IL SETTORE

Le cantine associate all'Imt hanno al loro attivo 20 denominazioni di origine e nel 2020 hanno prodotto circa 900mila ettolitri di vino

Degustazioni on line e più Doc i vini marchigiani battono la crisi

Nuove strategie. Le mosse del consorzio di tutela dopo la pandemia: un hub digitale per la promozione sui mercati esteri, modalità di confezionamento innovative e modifiche ai disciplinari di produzione

Giorgio dell'Orefice

Un'innovativa strategia di comunicazione e un pacchetto di modifiche alle regole produttive per adeguare l'offerta alle richieste dei mercati. È il piano che in questo difficile anno di pandemia hanno messo in campo all'Istituto marchigiano di tutela, il consorzio che conta 652 aziende associate per una rappresentanza dell'89% del vino prodotto e imbottigliato nelle Marche e la larga maggioranza delle bottiglie esportate.

Un settore rilevante nella regione con 17mila ettari di vigneto, 20 denominazioni d'origine (tra cui 5 Docg), una produzione 2020 di circa 900mila ettolitri (al decimo posto tra le regioni italiane) e un giro d'affari di 160 milioni di euro. «La pandemia ci ha cambiato profondamente – spiega il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela, Alberto Mazzoni -. Alcune cose di certo non torneranno come prima ma – va sottolineato – ci sono anche alcune novità positive. Abbiamo ad esempio riscoperto il valore della terra, i cibi locali, i consumi di stagione e di prossimità. Certo le nostre cantine che vivevano di ristorazione hanno sofferto. Su oltre 600 soci appena 27 hanno rapporti stabili con la grande distribuzione, gli altri hanno dovuto cercare altre soluzioni. E poi c'è il capitolo export che non è vero che sia andato male. Anzi ci sono paesi che nella lotta al virus sono più avanti di noi e questo mi rende fiducioso».

Tra le novità salutate come positive c'è il boom dei webinar e delle degustazioni on line, soprattutto dedicate ai mercati esteri realizzate invitando un pubblico selezionato di buyer ed opinion leader ai quali vengono spediti i vini da degustare in collegamento con gli esperti del Consorzio. «Con il sostegno della regione Marche – aggiunge Mazzo-

ni – abbiamo creato un hub digitale, un vero e proprio studio televisivo nel quale concentrare gli incontri promozionali dedicati ai mercati esteri. In ogni incontro colleghiamo 6 produttori con circa 30 tra giornalisti e buyer dei vari paesi. E stiamo per lanciare incontri anche dedicati ai consumatori finali. Immaginiamo degustazioni anche con 100-150 partecipanti. Magari dovremmo ripartire dal mercato nazionale che forse negli ultimi anni abbiamo un po' trascurato. L'al-

160 milioni

IL GIRO D'AFFARI

Quello delle aziende vinicole associate all'Istituto marchigiano di tutela



Vini Doc e Docg

Sopra la sala streaming dell'hub digitale dell'Imt. I vigneti del consorzio si sviluppano su 17mila ettari con una produzione di bottiglie che colloca le Marche al decimo posto tra le regioni italiane

tra novità legata al lancio dell'hub digitale è che alla regione Marche abbiamo provveduto a rimodulare in corso d'opera nella modalità digital tutte le iniziative promozionali che prevedevano la partecipazione in presenza a fiere ed eventi in giro per il mondo».

Ma la strategia dell'Istituto marchigiano di tutela non prevede solo promozione e comunicazione ma anche un pacchetto di proposte centrate sul prodotto vino.

«Abbiamo avanzato – aggiunge il direttore dell'Imt, Mazzoni – un pacchetto di modifiche ai disciplinari di produzione (le norme che regolano la produzione di un vino Doc, ndr). A breve contiamo che venga dato il via libera all'utilizzo della Bag in box e del tappo Stelvin (ovvero il tappo a vite) per Verdicchio Castelli di Jesi, il Verdicchio di Matelica e il Rosso Conero. Si tratta di due modalità di confezionamento molto richieste da alcuni mercati internazionali. In particolare il tap-

po Stelvin sarà presto inserito anche per la Lacrima di Morro d'Alba mentre le altre denominazioni già lo prevedono. Ma oltre a queste abbiamo altre cinque proposte di modifica soprattutto per semplificare il ventaglio di tipologie del nostro prodotto chiave: il Verdicchio Castelli di Jesi. La tipologia Superiore che attualmente è nel Classico Doc passerà nella Docg. In questo modo prevediamo di rafforzare il valore delle bottiglie. Altre novità saranno l'introduzione nella Doc Colli Maceratesi della Ribona, un vino bianco da invecchiamento da spumante o da Riserva. E poi infine interverremo sulla Doc Rosso Conero con l'introduzione della tipologia Rosato (da uve 85% Montepulciano e 15% Sangiovese). Sarà prodotto sia il Rosato fermo che uno spumante rosé che speriamo possa godere sui mercati del grande impatto che sta avendo il Prosecco rosé lanciato appena pochi mesi fa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

