

Corriere Adriatico

Al Brand Festival
le strategie di Imt
con il Verdicchio
sempre più forte

L'INCONTRO

Un unicum nel panorama vitivinicolo nazionale, non solo per la capacità di fare squadra in vigna e sui mercati ma anche nella diffusione del proprio brand, con tecniche comunicative innovative per il settore. L'Istituto marchigiano di tutela vini - Imt, il mega consorzio che riunisce quasi 465 imprese vitivinicole e partner del Brand Festival di Jesi - sarà questa mattina sotto la lente degli esperti per passare ai "raggi x" l'approccio comunicativo di un'associazione che fa massa critica in nome di un brand sempre più riconosciuto in Italia e all'estero. Con il Verdicchio sempre di più protagonista assoluto: l'autoctono marchigiano negli anni è infatti cresciuto in modo esponenziale in qualità e in notorietà. Con lo straordinario risultato di non essere solo il vino bianco fermo più apprezzato dalle guide di settore ma anche - secondo un'indagine di Nomisma sui consumatori - il bianco autoctono maggiormente conosciuto in Italia. Il marketing mix, le azioni sui social, sulla stampa tradizionale e generalista, la presenza in occasione di grandi eventi sono i punti chiave dell'intervento (ore 11) di Aberto Mazzoni, direttore dell'Istituto: «Il lavoro fatto in questi anni in favore del brand è enorme - ha voluto ribadire l'enologo nonché direttore di Imt - e i risultati piano piano stanno arrivando. Devo dire che senza un prodotto di grandissima qualità qual è il Verdicchio e soprattutto senza la volontà di fare squadra dei suoi produttori oggi Imt non sarebbe certo qui come case history». E saranno proprio i prodotti bandiera dell'identità marchigiana i protagonisti degli appuntamenti per la stampa organizzati da Imt, itinerari di degustazione dedicati all'eccellenza come chiave di scoperta del territorio.