



I produttori di vino marchigiano a scuola di competitività

L'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) ha lanciato un progetto a Jesi destinato alle aziende vitivinicole per formare gli imprenditori e prepararli ad affrontare meglio il mercato



“Strategie e Strumenti per ripensare il settore del vino nelle Marche” è il piano formativo lanciato da IMT.

I **produttori di vino marchigiano** avranno strumenti in più per diventare competitivi e affrontare con maggiore competenza le sfide del mercato, soprattutto dal punto di vista manageriale e della comunicazione, dal momento che l’impegno sulla qualità del prodotto è già una prerogativa del loro lavoro.

Tutto questo grazie all’**Istituto marchigiano di tutela vini (Imt)** che ha dato la possibilità alle aziende socie di aderire al piano formativo **“Strategie e Strumenti per ripensare il settore del vino nelle Marche”**, promosso dallo stesso consorzio e organizzato da **Officine sviluppo e ricerca** con il contributo del **Fondo interprofessionale For.Agri**.

L’obiettivo è di accrescere le competenze e la competitività di un comparto chiave per l’export agroalimentare regionale, che si prepara alle nuove sfide di uno scenario globale in continua evoluzione. E infatti saranno tante le nozioni che si potranno acquisire in questo percorso didattico che va dall’**enomarketing** all’inglese settoriale, fino ad alcune tra le pratiche più importanti in viticoltura, come potatura e dendrochirurgia. Saranno coinvolti docenti qualificati e specializzati in tecniche di lavoro di ultima generazione.

“Elementi di Enomarketing”, il primo corso in partenza

Già da questo mese inizieranno i corsi per **14 aziende vitivinicole** per apprendere gli **Elementi di Enomarketing**

”, il primo corso in programma, che dopo un incontro introduttivo si svilupperà in tre lezioni (venerdì 24 gennaio, venerdì 7 e venerdì 14 febbraio) presso la sede di Imt a Jesi (aula didattica) a cura di **Gabriele Micozzi**, consulente e docente di Marketing all’Università politecnica delle Marche e alla Luiss di Roma.

Tra gli interventi anche i manager di alcune tra le più importanti realtà imprenditoriali a livello locale e nazionale come **Giacomo Marinelli**, responsabile marketing di Fileni, **Matilde Calandri**, premium brand manager del **Consorzio Prosciutto di Carpegna** e **Giordano Zinzani**, supervisore nuovi progetti della Cooperativa vitivinicola romagnola (Caviro).

«Formare e informare le aziende è uno degli obiettivi centrali dell’Imt – ha spiegato [Alberto Mazzoni](#), direttore del consorzio marchigiano -. Un impegno da portare avanti anche attraverso la sinergia tra imprese dello stesso settore, non solo per favorire il trasferimento di conoscenze, ma anche per costruire un’identità condivisa del valore della nostra terra e delle sue tipicità».

Le aziende aderenti: Accadia, Boccafosca, Brunori, Bucci, Ceci Enrico, Cantina Mezzanotte, Vignamato, Pilandro, Fratelli Politi, Murola, Zaccagnini, Fattoria Lucesole, Cantine Belisario, Vallerosa Bonci.

Pe ulteriori informazioni: www.imtdoc.it

Data di creazione

21/01/2020

Autore

redazione