



Interreg
ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



STRADA DEI
VIGNETI
ALPINI

INSTITUT AGRICOLE RÉGIONAL



Piano di marketing

Marilisa Letey
IAR

IDEA DI PRODOTTO

Vino rosso di fascia alta che punta come obiettivo il *Segmento Premium* dei vini valdostani

Eccellenza

scelta varietale

terroir

storia

tradizione del luogo

recupero dell'area

MISSION

Obiettivi: *punto di partenza per orientare le scelte strategiche*

1. Rafforzare il legame con il territorio, con la sua storia e le sue tradizioni
2. Differenziare il prodotto dai concorrenti
3. Creare un'esperienza

ANALISI DI CONTESTO

Punti di Forza

- *Clos* “vigneto chiuso”
- Forte legame con la storia con le tradizioni del territorio
- *Savoir faire* dei viticoltori locali
- Presenza di *barmet*

Opportunità

- Posizionamento lungo percorsi enoturistici ed escursionistici
- Interesse e sensibilità da parte del consumatore verso i vini di nicchia

SWOT

Punti di Debolezza

- Superficie limitata
- Produzione ridotta
- Produzione di nicchia
- Necessità di entrare nel mercato preesistente con una concorrenza già affermata

Minacce

- Competitors, anche locali
- Frammentazione del territorio (possibilità di riordino?)



Grazie per l'attenzione

m.letey@iaraosta.it
Unità di Economia
www.iaraosta.it