



Interreg
ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



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*

Punti di Debolezza

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

SWOT

Opportunità

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

Minacce

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

The background of the slide is a complex, abstract pattern. It features several overlapping, wavy, concentric lines that resemble ripples or topographical contours. These lines are drawn in a dark, textured grey color. Overlaid on these wavy lines is a faint, light grey grid pattern, creating a layered and textured visual effect.

Grazie per l'attenzione

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