



**TO.GRE.VAL**

TOMA DI GRESSONEY



**TO.GRE.VAL**

TOMA DI GRESSONEY

Bando 16.4.1 –  
Cooperazione di  
filiera per la  
creazione e  
sviluppo di filiere  
corte e dei mercati  
locali

# *Partner del progetto*

*Cooperativa La Vallaise*



*Azienda agricola Joly Attilia*



*La Ferme du Mont Rose*



*Azienda Agricola Edi Consol*



*Agriturismo "Il mulino"*





*Fontainemore*



*Gaby*



*Gressoney-La-Trinité*



*Gressoney-Saint-Jean*



*Issime*



*Lillianes*



*Perloz*



*Pont-Saint-Martin*

Il progetto TOGREVAL nasce dalla volontà dei produttori della valle del Lys di valorizzare la Toma di Gressoney e sponsorizzare il territorio in un'ottica di destination marketing

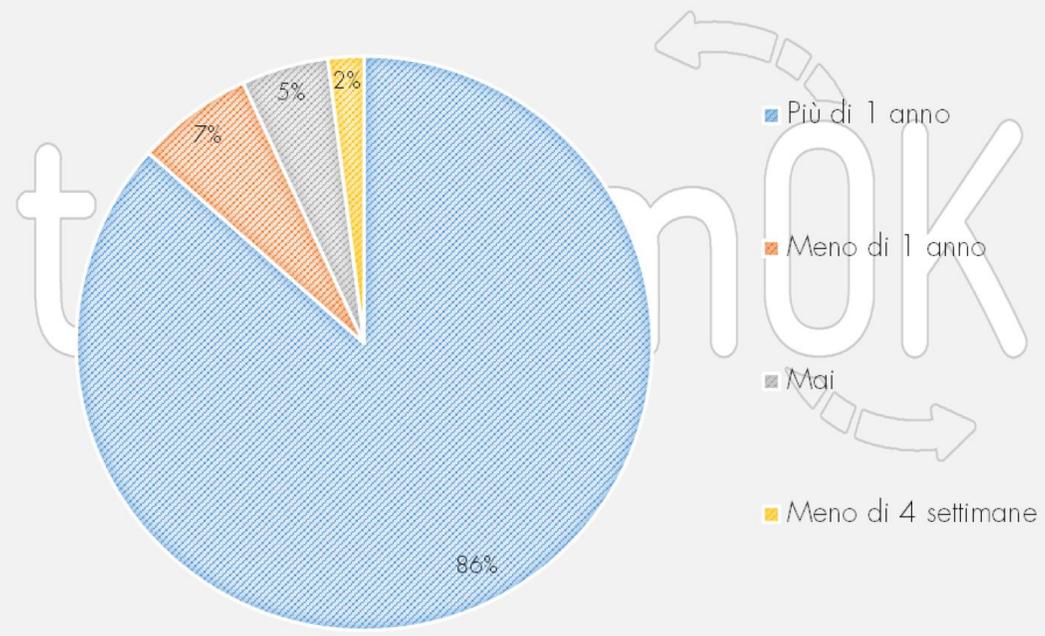
Consolidare la filiera corta e potenziare l'immagine del prodotto è fondamentale per il raggiungimento dei nostri obiettivi.

- 1) Effettuare un'analisi del mercato (capire posizionamento prodotto, segmentazione mercato, domanda e offerta, competitors);
- 2) Proporre 8 eventi formativi sul marketing e la strategia di marketing;
- 3) Elaborare una strategia di marketing.

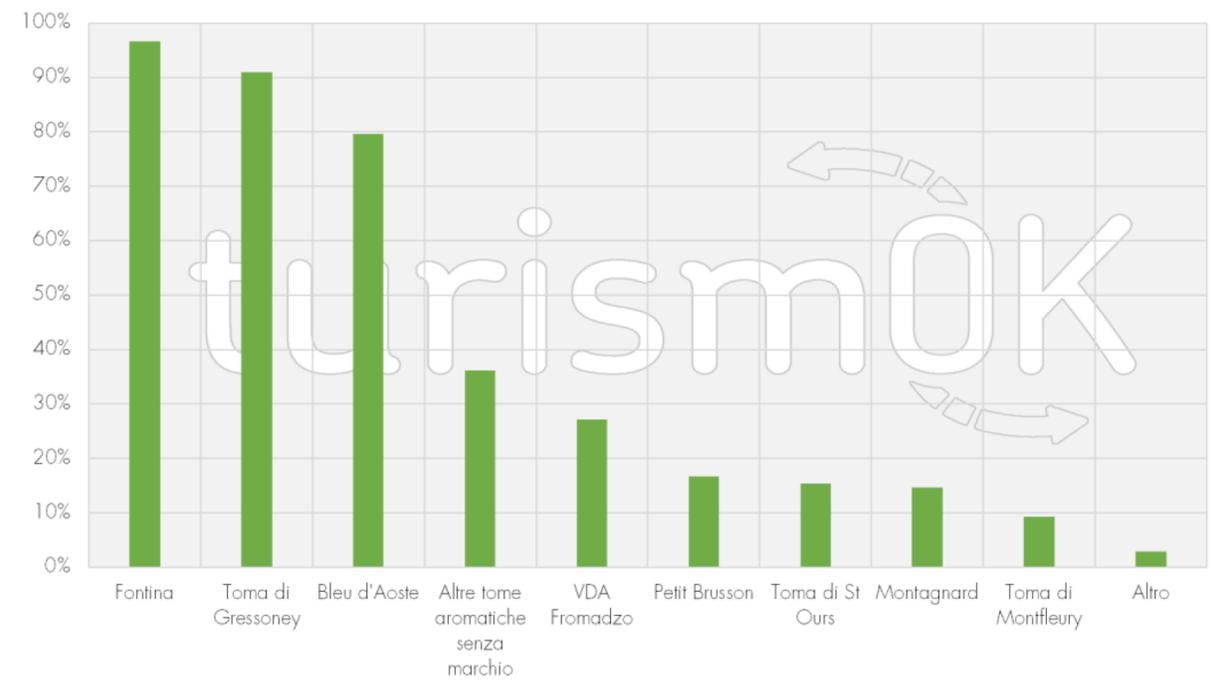
Risultati analisi di mercato: 594 questionari compilati con raccolta dati online e durante presenza sagre ed eventi

*(Fontainemore, Gaby, Pont-Saint-Martin,  
Gressoney-La Trinité, Gressoney-Saint-Jean,  
Moncalvo, Torino)*

## Primo incontro con la Toma di Gressoney

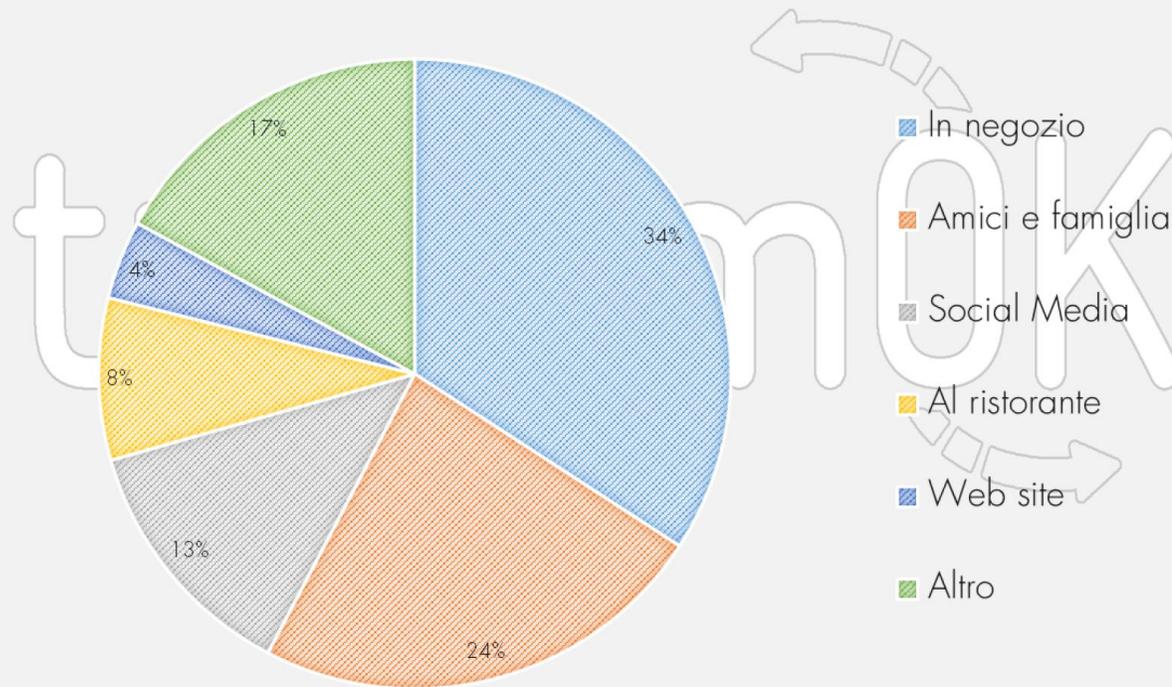


### Prodotti di maggiore conoscenza

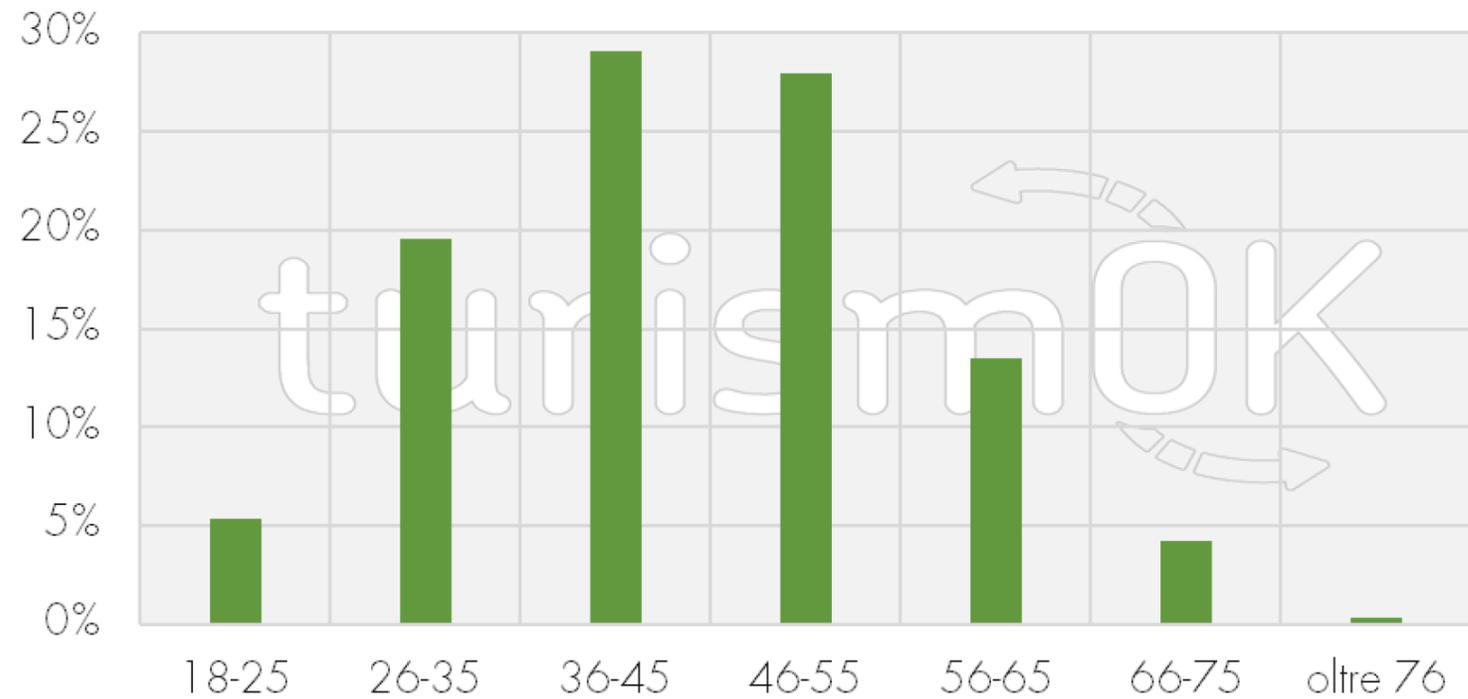


turismOK

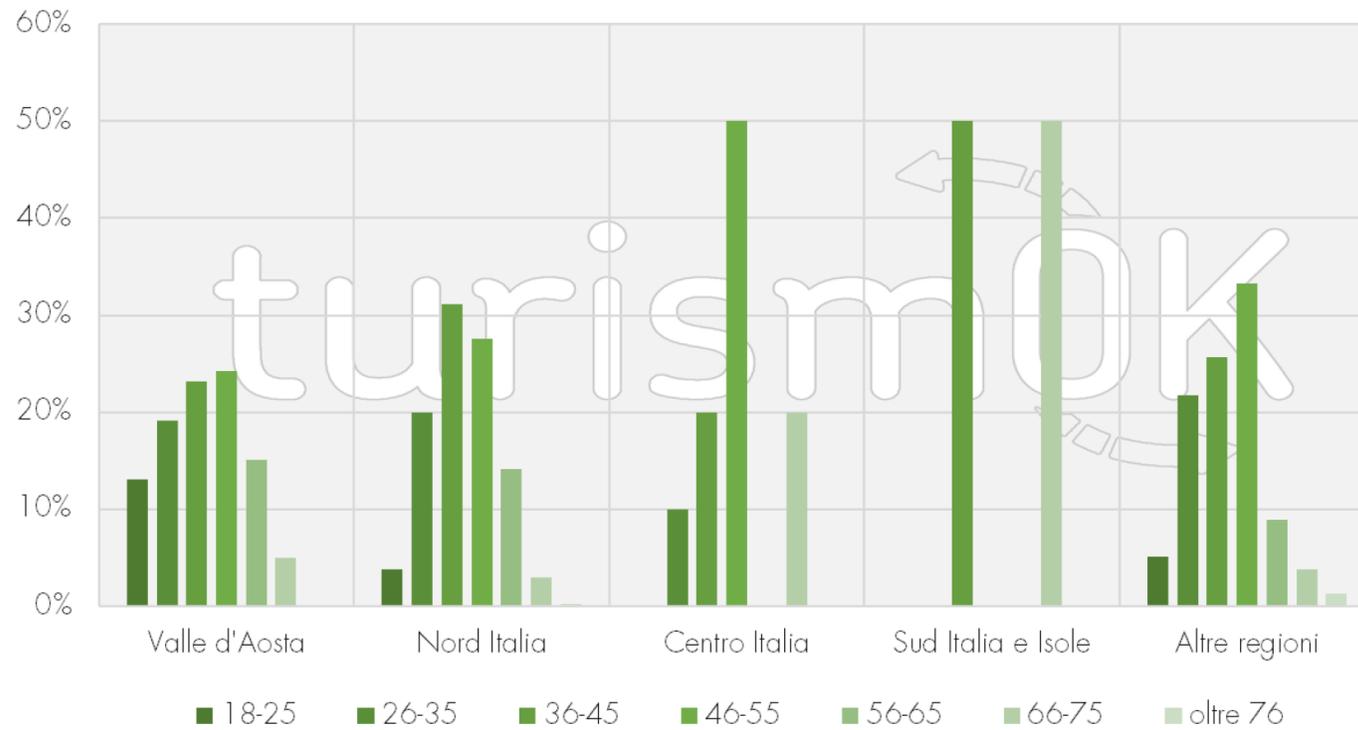
### Luogo di comunicazione del marchio Ultimi 3 mesi



Distribuzione per classi di età



### Età e provenienza dei clienti

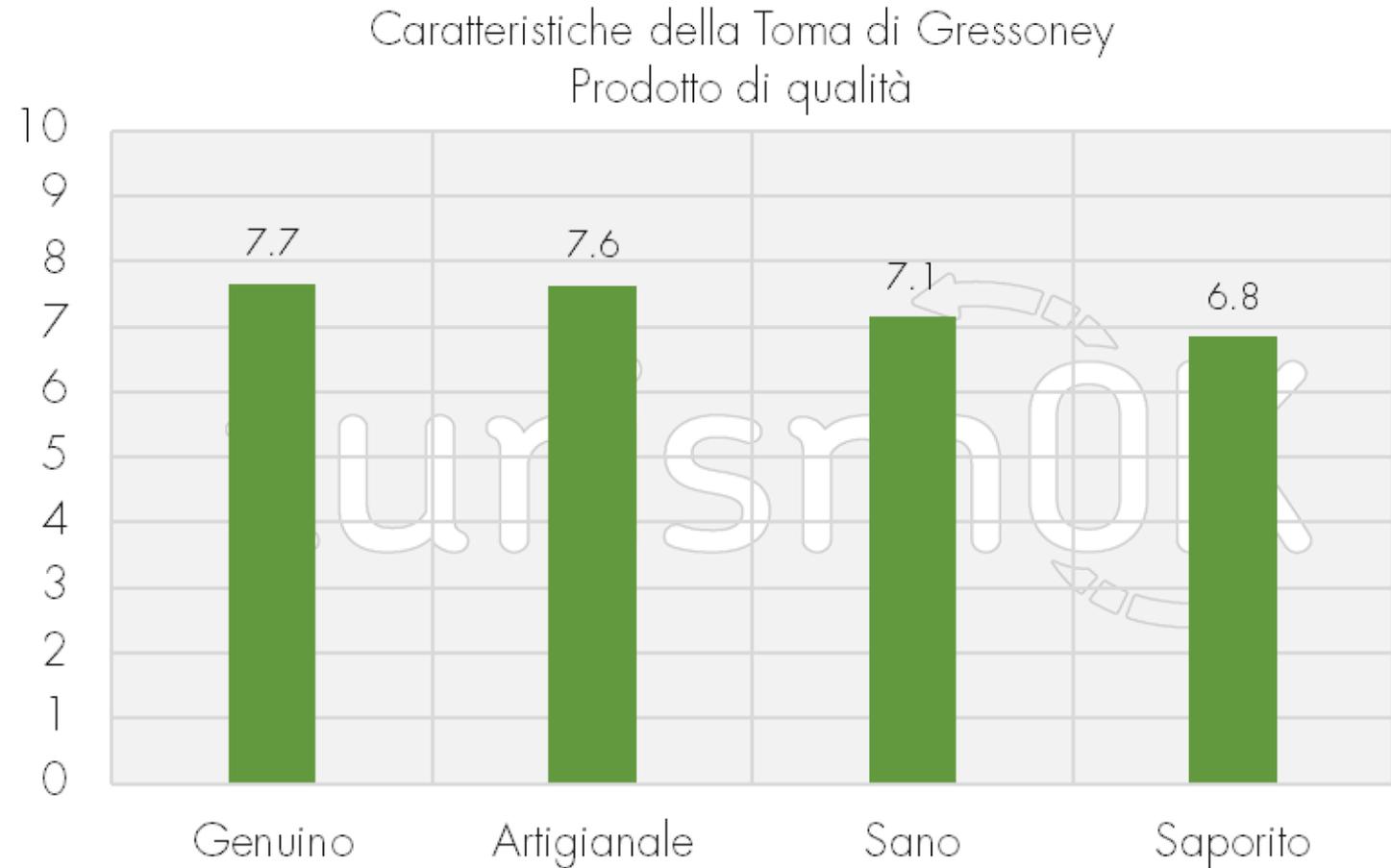


Aspetti negativi: immagine frammentata del prodotto, poca riconoscibilità e domanda superiore all'offerta (*produzione limitata*).  
Difficoltà collaborative tra i produttori della valle del Lys.



## Aspetti positivi:

Genuinità;  
Tradizione;  
Artigianalità.



To.Gre.Val.

Il percorso  
formativo

# Incontri formativi

*Massimo 100 partecipanti, saranno privilegiate le aziende agricole*

Sfoggia verso destra -->

**30.4.'21**

7.5.'21

14.5.'21

21.5.'21

28.5.'21

4.6.'21

11.6.'21

18.6.'21



*1- Il Marketing e la sua centralità nell'organizzazione delle aziende*

*Quali requisiti fondamentali per ottenere il massimo dal marketing?  
Cos'è il marketing mix e quali gli elementi del marketing? Come effettuare*



  
TO.GRE.VAL  
TOMA DI GRESSONEY

[Home](#) ["de chésch"](#) [Contatti & Eventi](#) [Comuni consorziati](#)



# To.Gre.Val

*TOMA di GRESSONEY, un  
marchio, una certezza:  
VALorizzazione della filiera.*



**IN-FORMA**  
MARKETING  
PERCORSO  
FORMATIVO  
SPECIFICO PER IL SETTORE  
AGROALIMENTARE!

8 incontri online di avvicinamento al marketing, adattati alla realtà valdostana e al periodo congiunturale che stiamo vivendo. Questa situazione epocale è destinata a modificare radicalmente i processi di acquisto.



## Dove siamo ora?

Definizione del prodotto:  
forma, dimensione, velina e  
qualità. *(Esiste un protocollo di  
produzione, ma non tutti lo  
applicano)*

Nonostante le difficoltà di  
coordinamento di tutti i  
produttori locali l'obiettivo è  
quello di fissare una workshop  
definitorio entro la fine  
dell'anno.



Grazie dell'attenzione

