

tutti quanti pour



cuisine



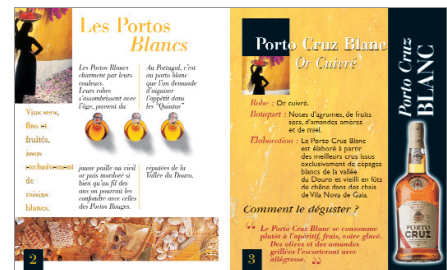
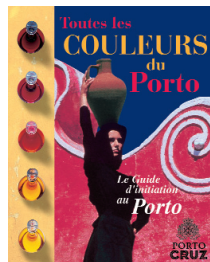
Les Ingrédients

Porto Cruz incarne son marché. Ce leadership incontesté repose sur une excellente image, une gamme de portos de grande amplitude et une campagne publicitaire de référence ("Pays où le noir est couleur"). Les objectifs de la Marque : sur un marché globalement stable, soutenir les ventes du produit phare - le Tawny - et développer celles des portos haut de gamme.



Aux fourneaux !

La stratégie recommandée : faire jouer à la Marque son rôle de leader et l'emmener vers une démarche ambitieuse d'initiation, exploitant ainsi une attente des consommateurs français pour une meilleure connaissance du porto.



Le tour de main

Une approche poly-sensorielle et un ensemble d'actions construites autour d'un thème fédérateur "Toutes les couleurs du Porto" :

- création, en collaboration avec Jean Lenoir, l'auteur du célèbre "Nez du Vin", d'un coffret d'initiation, véritable jeu des sens pour découvrir les robes, arômes et saveurs des portos.
- un site internet : www.portocruz.net
- des guides pédagogiques, une "Carte des Portos"...
- mise en oeuvre d'actions promotionnelles et de trade marketing favorisant la découverte de la gamme.

A la clé : une forte progression des volumes (sur l'ensemble des portos Cruz) et des référencements des portos haut de gamme.

