

RURAL 2021 camp



CANTINA LUNGAROTTI

La cultura di un popolo nel Bicchiere

INTRODUZIONE E OBIETTIVI DEL LAVORO

L'azienda vitivinicola Lungarotti, nata nel 1962, è oggi simbolo dell'eccellenza umbra in Italia e nel mondo.

Con i suoi 250ha vitati tra le cantine di Torgiano e Montefalco, conta 28 etichette e oltre 2 milioni di bottiglie all'anno esportate in 50 Paesi.

Pioniera in campo turistico-culturale con la Fondazione Lungarotti, Musei del Vino e dell'Olio riconosciuti a livello internazionale, l'agriturismo Poggio alle Vigne, propone visite in cantina, dai vigneti alle fasi di vinificazione, dalle botti e le barrique, al caveau delle vecchie annate, fino alla grotta di affinamento e alla spumantizzazione con metodo classico.

L'obiettivo dello studio si concentra nell'osservazione dell'azienda in un'ottica di innovazione e sostenibilità.

DESCRIZIONE

Lo studio è stato realizzato raccogliendo informazioni mediante il supporto di una video intervista e visita in azienda, che ci hanno consentito lo sviluppo di un dettagliato report aziendale.

Successivamente l'elaborazione di tali dati ha condotto alla realizzazione di una analisi SWOT e di un Business Canvas Model.



- Elisa Schippa**
Università di Perugia
- Alessandra D'Alessio**
Università di Bologna
- Anna Menotto**
Università di Udine
- Matteo Falchetti**
Università di Perugia
- Alice Rinaldi**
Università di Torino
- Alessia Alberti**
Università di Torino
- Pierluigi Vurchio**
Università di Perugia
- Tommaso Marvulli**
Università di Bari
- Andrea Magarelli**
Università di Bari

RISULTATI

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
Dimensione aziendale Forte legami con il territorio Conoscenza consolidata nel settore Produzione d'energia da sottoprodotti Multifunzionalità	E-commerce Percezione al consumatore del posizionamento sul mercato
OPPORTUNITÀ	MINACCE
Turismo enogastronomico PSR Università Crescente domanda di prodotti di qualità	Covid-19 Cambiamento climatico

CONCLUSIONI

L'azienda si presenta ad oggi come una realtà ben strutturata. Ulteriori miglioramenti potrebbero derivare dall'adozione di certificazioni ambientali innovative (carbon foot print) e di qualità (block chain). La differenziazione del brand potrebbe favorire il posizionamento sul mercato in quanto a percezione del consumatore, unitamente ad un eventuale sviluppo del canale e-commerce.



250 ha vitati



2 Mln di bottiglie annue



Export in 50 Paesi