


Tema: <b>Sector Vitivinícola</b>					Âmbito: <b>Nacional</b>	Tiragem: <b>33700</b>
Título: <b>Vinho lello um douro marcante</b>					Temática: <b>Generalista</b>	GRP: <b>1.3</b>
2006/12/06	<b>FOCUS – PRINCIPAL</b>		Pág.36		Imagem: 1/1	Periodicidade: <b>Semanal</b>

## VINHO LELLO **Um Douro marcante**

Com uma estratégia de promoção forte, a Sociedade dos Vinhos Borges (SVB) apresentou a nova imagem do Lello. Nos próximos cinco anos, a SVB pretende promover este vinho do Douro no Brasil e nos PALOP, considerados mercados prioritários para o grupo. Com um investimento de *marketing* na ordem do milhão

de euros, o propósito é iniciar uma estratégia de cinco anos que permita, a partir dessa data, vender um milhão de garrafas anualmente. O objectivo é conquistar um novo tipo de consumidor – mais exigente, mais jovem e mais feminino. Esta renovação do Lello constitui a aposta mais marcante da Borges em 2006.

