


Tema: <b>Sector Vitivinícola</b>					Âmbito: <b>Regional</b>	
Título: <b>Lello – Um Douro marcante</b>					Temática: <b>Generalista</b>	
2006/10/22	<b>O PRIMEIRO DE JANEIRO – PRINCIPAL</b>	Pág.26	Imagem: 1/1		Periodicidade: <b>Diária</b>	Inv.: <b>n.a.</b>



## 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 5 anos* que permita, a partir dessa data, vender 1 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. O Lello é um audacioso projecto internacional de expansão e uma homenagem à família Lello que esteve na base do pioneirismo da Borges e foi determinante para a posição que a empresa ocupa actualmente no mercado. A Sociedade dos Vinhos Borges pretende que o novo Lello constitua, num futuro próximo, uma marca importante no Douro e uma marca âncora para o lançamento de futuros vinhos.