



# Thinking “out of the bottle”



## Saga dos vinhos de Bordéus: Passado e futuro

Para compreender a saga dos vinhos de Bordéus é necessário conhecer a história, a geografia e a sociologia.

Partir da Idade Média, atravessar o século XVIII até chegar aos dias de hoje.

É necessário também compreender a organização da fileira, as suas forças e fraquezas para projetarmos o futuro.

Uma nova segmentação do mercado de vinhos de Bordéus foi proposta pelo “Conseil Interprofessionnel des Vins de Bordeaux” assim como um plano estratégico: “Bordeaux demain”. O desenvolvimento proposto por Nicolas Guichard, descrito no seu livro “O Marketing do Gosto”, apoia-se igualmente numa segmentação dos vinhos pelo seu estilo.

A sua nova abordagem técnica baseia-se em: uma nova classificação das práticas enológicas, uma segmentação qualitativa da uva e uma classificação dos vinhos pelo seu estilo.

O gosto está no coração desta iniciativa, com o objetivo de responder às necessidades do mercado, respeitando a natureza e origem da uva.

apoio institucional:



media partners:

