



BORDEAUX AFFIRME SON ADN

1

En s'appuyant sur une nouvelle **identité**, autour de l'humain et du collectif, pour gagner en désirabilité et étendre les occasions de boire les rouges, blancs, rosés, Crémant et Fine Bordeaux

En fédérant ses opérateurs sur des actions de promotion (majoritairement de **terrain**), qui dynamisent ses AOC ainsi que leurs marques ou châteaux

2

3 En participant activement au développement de **l'œnotourisme** (propriétés, évènements locaux, futur site Planète Bordeaux)



BORDEAUX RÉGULE SA PRODUCTION

4

Via la mise en place d'un **volume régulateur** interprofessionnel et des rendements viables pour les viticulteurs

5

En militant pour un programme temporaire d'**arrachage définitif primé** pour réduire les surfaces en AOC Bordeaux

6

En soutenant activement le dispositif multi-leviers qui élimine les **vignes en friche**

7

En accompagnant la **diversification** des viticulteurs afin de compléter leurs revenus



BORDEAUX ADAPTE SON OFFRE

8

En repensant la **segmentation** de ses AOC et ses différents profils organoleptiques pour faciliter la compréhension des consommateurs

En étudiant le potentiel de **nouveaux produits** pour mieux répondre aux attentes de demain

9

10

En accompagnant les opérateurs sur des leviers de **valorisation** ou maintien de leur compétitivité (cartographie/travail parcellaire, labels AB / HVE / RSE, etc.)