



Strong Women make Big Bordeaux Bottles

**Bordeaux
By the Glass**

NYC 1 - 8 mars 2020

Concept

Pour célébrer la Journée internationale de la femme, Bordeaux célébrera les femmes de la filière en mars 2020, en prenant appui sur des duos de bordelaises et sommelières américaines.

Afin d'être plus percutants, **les restaurants serviront pendant une semaine des grands formats** (de Châteaux ou de marques) conçus ou représentés par des femmes du vignoble bordelais (vigneresses, commerciales, maitres de chais, chefs de culture,...).

Des grands formats (3L minimum) devront être spécialement conçus à cette occasion et seront expédiés par la voie des importateurs aux 25 restaurants participants.



Objectifs

- Utiliser de grands formats pour attirer l'attention des consommateurs; prescripteurs et les influenceurs.
- Réhumaniser la marque Bordeaux en mettant un visage chaleureux derrière ses vins.
- Illustrer la manière dont les femmes du vignoble bordelais rayonnent dans le monde entier.
- Favoriser l'expérience, tout en renforçant le lien émotionnel des consommateurs avec la marque Bordeaux.



Critères de sélection

- Seuls les vins des AOCs du vignoble de Bordeaux peuvent être soumis. Toutes les couleurs et les styles de Bordeaux sont les bienvenus: Rouge, blanc sec, doux, rosé et crémants; Le CIVB veillera à assurer la représentativité de la sélection.
- Les vins présentés doivent être déjà importés aux Etats-Unis et disponibles sur le marché New-Yorkais;
- Avoir un importateur sur New-York
- Être une femme du vignoble bordelais (vignerottes, commerciales, maitres de chais, chefs de culture,...). Son rôle, devenir ambassadrice et raconter l'histoire de son vin.

➔ Attention, le nombre de places pour cette première édition reste limité

Timing de l'opération



Oct: envoi de l'information aux professionnels et diffusion de l'information à leurs importateurs locaux.

Vous avez jusqu'au 15 octobre pour contacter votre importateur



Nov: présentation du projet aux différents restaurants, mise en relation avec les distributeurs.



Dec: préparation du communiqué de presse et sélection des bloggeurs participants à l'opération



Dec / Février: Photo-shoot à Bordeaux des viticultrices, négociantes



Février: Lancement de la campagne digitale et livraison des bouteilles aux restaurateurs New-Yorkais



Mars (1er-8): Lancement de l'opération