



# ESTATES & WINES

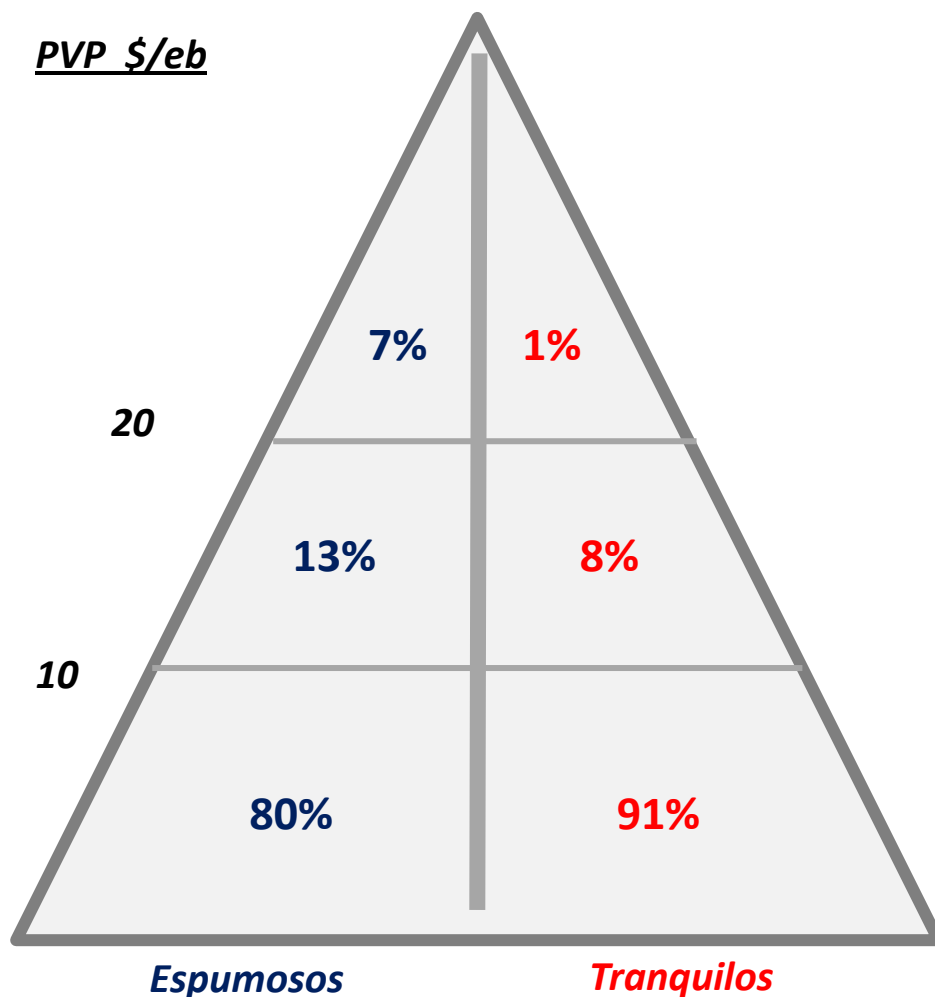
***Creación de valor en la industria vitivinícola***

***“Una experiencia de transformación estratégica”***

*Junio 2015*



**El consumo mundial de vino sigue creciendo, impulsado por los nuevos países y por el segmento de precios superior a los 10\$ de PVP**



**Espumosos 2011: 208 Mio cs**

Crecimiento estimado anual 2011-17:

- Champagne : **+1,2%**
- Otros espumosos: **+2,8%**

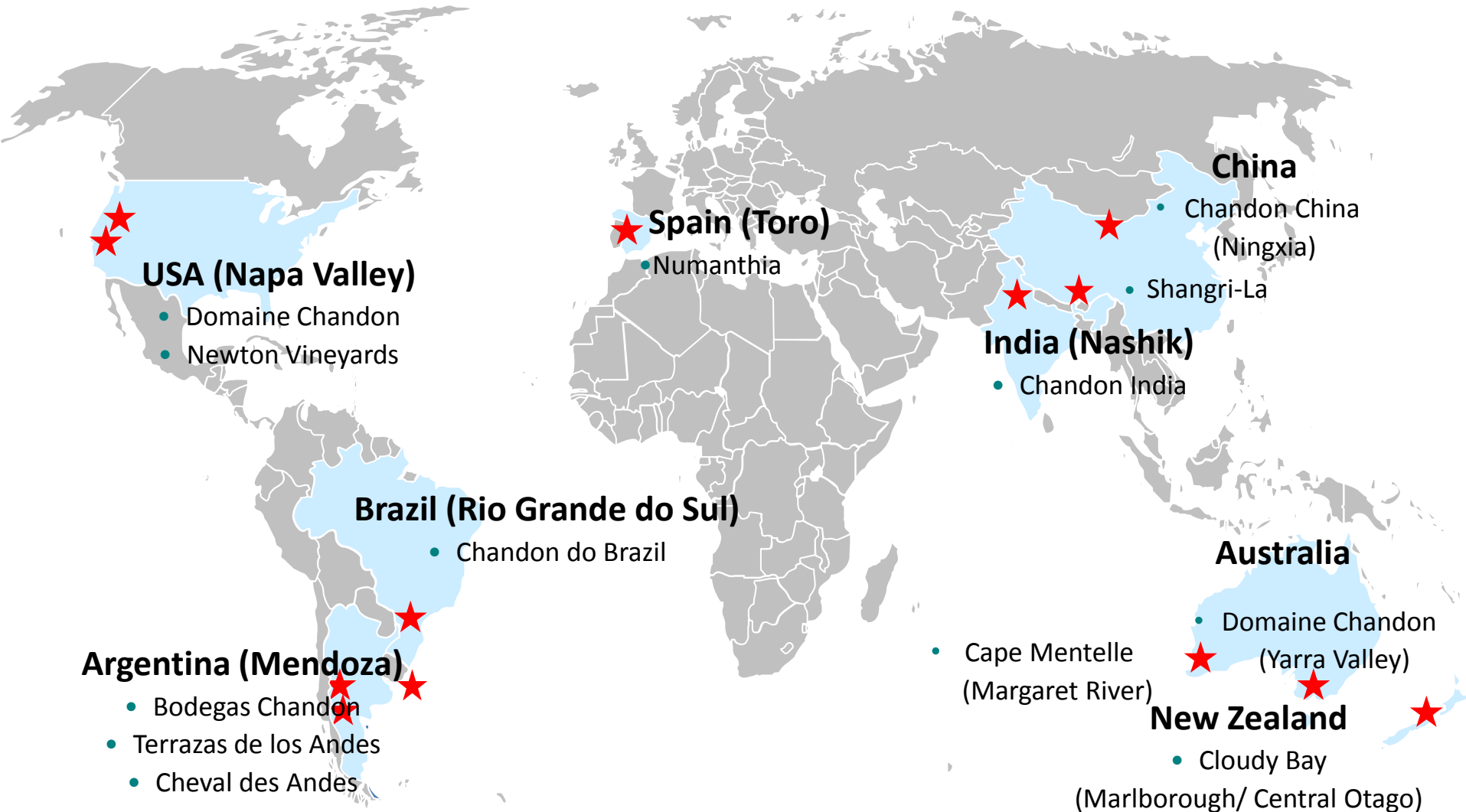
**Tranquilos 2011: 2.480 Mio cs**

Crecimiento est. anual 2011-17: **+1,2%**

- Segmento >10\$: **+5%**

Fuente: IWSR 2012/Vinexpo 2013

***Estates & Wines es una Compañía dedicada a la elaboración de vinos espumosos y tranquilos Premium, procedentes de algunas de las más prestigiosas regiones vitivinícolas del mundo***



***E&W es hoy un contribuyente estratégico de Moët-Hennessy (Grupo LVMH), y una de las compañías más rentables de la industria vitivinícola mundial***

***Espumosos***



*Sparkling*

***Tranquilos***



***La situación de E&W en el año 2001, estaba muy lejos de las expectativas del Grupo LVMH, creando serias dudas sobre su interés estratégico***

- ❖ **Crecimiento negativo y baja rentabilidad**
  
- ❖ **Falta de consistencia estratégica con el Grupo**
  - > *Marcas de ámbito local*
  - > *Posición de precios errática*
  
- ❖ **Fragmentación y complejidad de las operaciones**
  - > *Bodegas dirigidas independientemente*

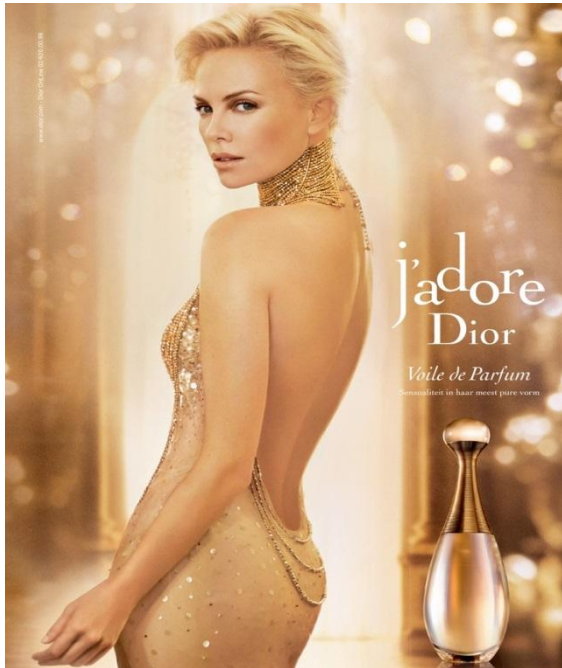
***Se desarrolló un ambicioso plan de crecimiento sostenible, destinado a consolidar E&W como un contribuyente clave a la estrategia y rentabilidad de Moët-Hennessy***

## BUSINESS GROWTH SCENARIO

## KEY DRIVERS

- Redefinir el marco competitivo: ***LVMH***
- Establecer un Plan Estratégico basado en:  
***Creación de valor;***  
***Construcción de marcas;***  
***Internacionalización***
- Implementación:  
***Change management***

**LVMH, líder incontestable del mercado mundial de productos de prestigio, se caracteriza por la extrema calidad, imagen y rentabilidad de sus marcas. E&W debía ganarse el derecho de pertenecer a LVMH**



➤ Un portafolio único de más de 60 marcas de prestigio

➤ Más de 2500 tiendas propias

➤ Resultados 2013:

> 29.149 Mio € de Ventas

> 6.021 Mio € de COP

> 20,7% COP / Ventas

# Chandon





**Mejorar la notoriedad y deseabilidad de la marca, mediante campañas publicitarias y eventos que se conviertan en experiencias de marca memorables**



***Aumentar la fidelidad del consumidor, mediante una mejora de la visibilidad de la marca, y de las activaciones en los momentos de consumo***



CELEBRATE VITRAUX



arteBA  
2011. EDICIÓN 20  
19 al 23 de mayo - La Rural

El Vitraux. La más elegante fusión de arte y ciencia, de conocimiento y armonía.  
El arte de dar vida a la luz. Veni a conocer su versión contemporánea en el Barrio Joven Chandon.

CHANDON

# Reclutar nuevos consumidores mediante programas altamente innovadores



FEEL FRESH, FEEL DÉLICE



***Posicionarse en mercados con fuerte potencial de crecimiento, creando nuevas Bodegas en China e India, destinadas exclusivamente al consumo doméstico***



# Vinos Tranquilos



# Reforzar la reputación de las marcas y la conexión con los líderes de opinión



96 p (WA)



96 p (WA)



92 p (WS)

# *Expresión de los valores de la marca, a través de eventos memorables en los Centros de Visita*



**Alimentar la notoriedad e imagen de marca, mediante la mejora de la visibilidad**





# *Aumentar la frecuencia de consumo y reclutar nuevos consumidores, a través de programas de activación creativos*



***Mejorar la notoriedad y deseabilidad de la marca, mediante eventos y activaciones, que se conviertan en experiencias de marca memorables***



## Desarrollo de programas especiales para reforzar la exclusividad de los Grandes Vinos



***La consecución de esta gran transformación estratégica, fue posible gracias al esfuerzo de un equipo, que siempre se mantuvo fiel a unos principios profesionales, y a unos ciertos valores personales***

## **Principios profesionales**

- ***Visión a largo plazo***
- ***Obsesión por la construcción de Marca***
- ***La Innovación como actitud : cuestionar los paradigmas del sector***
- ***Absoluta consistencia entre lo que se dice y lo que se hace***

## **Valores personales**

- ***La determinación absoluta para alcanzar el objetivo***
- ***El coraje para tomar las decisiones necesarias***
- ***Consideración de la dimensión ética del Management***

***Mantened la cabeza en las  
estrellas y los pies en el suelo***