



# Baron B.

## Mercado

El mundo del *champagne* es sinónimo de prestigio y elegancia.

En la Argentina, las marcas de sparkling wines asimilaron estos atributos y en todos los segmentos fueron utilizadas por los líderes para definir sus posicionamientos.

Este mercado se encuentra dividido en tres segmentos: el Super Premium (compuesto por todos aquellos productos de más de \$20), el Premium (productos de entre \$15 y \$20) y el Standard & Low (que involucra productos de menos de \$15). Este último es el de mayor volumen: 69%.

El segmento Super Premium, donde compiten los sparkling wines y champagnes (de origen francés), representa apenas el 1,5% del total del mercado, siendo el precio y la presentación del producto indicadores claves de la calidad e imagen. Son la máxima referencia de lujo, fineza y prestigio dentro de la categoría.

Baron B., Chandon Cuvée Réserve, Rosell Boher, Bohème - Luigi Bosca, Rutini, Dom Pérignon, Moët & Chandon, Krug y Veuve Clicquot son algunas de las marcas que participan en este segmento.

El consumidor del segmento Super Premium es adulto (mayor de 45 años), NSE ABC1, con un hábito de consumo desarrollado.

Además del consumo personal, los productos del segmento son ideales para regalar o para prestigiar ocasiones especiales. El comprador busca excelencia y exclusividad desde el producto y desde la imagen del packaging.

Dentro del segmento Super Premium, Baron B. es el referente por excelencia en sparkling wine nacional. Asimismo, es líder absoluto de este segmento, con un market share del 78% y un precio que oscila, según la variedad, entre los \$33 y los \$130.

Durante los últimos años la categoría de sparkling wine se fue contrayendo paulatinamente. En el año 2000 se registró una caída en el volumen total de mercado del 9% respecto del año inmediato anterior. En 2001 la contracción fue del 11% y en 2002 la caída fue del 10%. En 2003 cayó 11% y en 2004 un 14% más.

A pesar de ello, en el segmento Super Premium se han incorporado nuevos jugadores, posicionándose con un precio superior al de Baron B.



Este segmento cerró el 2004 con una caída del 3% en volumen frente al 2003, en tanto que la participación en volumen de Baron B. fue del 87%.

## Logros

Bodegas Chandon siempre ha interpretado el paladar argentino, de ahí su variada gama de vinos y sparkling wines elaborados según esta filosofía rectora: calidad, innovación, creatividad y búsqueda de la excelencia.

De esta manera, en 1997 se presentó el Baron B. Rosé, primera variedad de la marca. Para ello se realizó una imponente gala donde los invitados pudieron disfrutar de todo el talento de Julio Bocca.

Luego, en 1998, se lanzó el Baron B. Brut Nature, primer "millesimé" de la Argentina.

La satisfacción de las necesidades de los consumidores explica la constante evolución de los vinos

tanto en sus diseños como en sus características enológicas y el lanzamiento de nuevos productos.

Así, en el año 2002 nació el Baron B. Unique, ultra premium de la línea Baron B.

## Historia

Con el objetivo de elaborar sparkling wines de características similares a los grandes champagnes de Francia, se creó en 1959 Bodegas Chandon Argentina, primera filial de Moët & Chandon fuera de Francia, con el Baron Bertrand de Ladouette como Presidente.

Ya eran reconocidos por su calidad los sparkling wines Chandon, cuando el Baron Bertrand preguntó a su chef de cave si se podía producir un sparkling wine especial, superior a lo que hasta entonces existía en el mercado. Sólo era posible seleccionando las mejores "cuvées" para el momento del "assemblage".

El Baron Bertrand conocía bien el "métier" del vino, pues era dueño de una excelente bodega en Pouilly, en el valle del Loire. Gracias a sus conocimientos y, sobre todo, a su pasión, creó y llevó adelante una empresa hoy líder en el país.

En 1970 se lanzó su hijo dilecto, el Baron B., un sparkling wine de altísima calidad, el más exclusivo de la Argentina. Su nombre rinde homenaje al Baron Bertrand de Ladouette.

El Baron de Ladouette trabajó siempre con un equipo de personas que lo valoraron y respetaron por su visión de pionero, su bondad y su sensibilidad. "Era una persona muy amable conmigo, con las otras personas que lo acompañaban y también tenía una enorme sensibilidad social respecto del personal", cuenta Paul Caraguel, enólogo de Bodegas Chandon entre 1960 y 1997.

## Producto

La gran calidad de la uva asociada a una elaboración cuidada en todos los detalles, convierten a Baron B. en un vino de gran fineza y elegancia.

Las uvas seleccionadas provienen del Valle de Uco, a más de 1.100 metros sobre el nivel del mar. Este "assemblage" de Chardonnay y Pinot Noir



de las zonas altas y frías de Mendoza se destaca por su fineza y elegante aroma y sabor.

Para lograr cada Baron B, las uvas de los diferentes viñedos son vinificadas por separado, lo que garantiza la expresión magnífica de cada temuño.

Luego, 17 meses de contacto con levaduras bajo el método tradicional y cinco meses de placentero reposo en botella, confluyen en un producto elegante y complejo que se ha convertido en ícono de las burbujas argentinas de alta calidad.

Las distintas variedades producidas por Baron B. son:

#### Extra Brut

De color amarillo dorado suave, con burbujas finas, se destaca por su aroma delicado a damasco y frutos cítricos bien presentes, combinados de forma elegante con notas de pan tostado, toques de levadura y frutos secos, especialmente almendra.

Su sabor es fresco, frutado, redondo y muy suave. Se distingue por la fineza y la perfecta mezcla entre frutos y aromas a levaduras, con un final de boca amplio y nítido.

#### Brut Rosé

De color rosado salmón, brillante, sobresale su aroma frutado, con notas intensas y refinadas de frutos rojos (frambuesa, cassis y frutilla) provenientes del Pinot Noir y del Malbec, asociadas a las notas de frutos cítricos y durazno que aporta el Chardonnay. El conjunto es complejo y refinado.

Su sabor es fresco, frutado, redondo y equilibra-

do. De gran suavidad y final largo en boca.

#### Brut Nature

De color amarillo dorado suave, brillante. Por la perfecta combinación de Pinot Noir y Chardonnay, logra un complejo y elegante aroma a miel, "fruit confit" y cerezas, combinados con notas de "brioche" y almendras.

Su sabor es de gran elegancia.

Destacable armonía entre la redondez del Chardonnay y la estructura del Pinot Noir. Suave, cremoso y redondo, brinda una experiencia única en boca.



#### Desarrollos recientes

Todo producto necesita renovarse, cambiar su imagen, sin perder su esencia y calidad.

Con el objetivo de actualizar la marca, Baron B. presentó en 2004 su nueva imagen: etiquetas modernas que respetan su esencia y estilo, fiel reflejo de un producto de alta calidad.

Las nuevas etiquetas señalan su evolución manteniendo su estilo refinado, clásico, atemporal, perspicaz.

Tradición y consistencia a partir de la calidad constante sumadas a un packaging renovado, permiten a Baron B. sostener una relación de fidelidad mutua con el consumidor, sobre la que se ha generado la solidez de la marca.

El arte del "assemblage" está reflejado en las nuevas etiquetas que mantienen el característico rombo, el color negro y el oro para el Extra Brut, el ocre para el Rosé y el plata para el Brut Nature.

El diseño armónico y distinguido representa los atributos de la marca: prestigio, elegancia, calidad, modernidad y dinamismo.

Sus toques de elegancia han estado presentes en reuniones y fiestas, acompañando los mejores momentos de muchos argentinos.

Esa elegancia que le aporta el Chardonnay sumada a la intensidad y cuerpo proveniente del Pinot Noir, hacen de Baron B. un clásico contemporáneo.

A fin de que Baron B. continúe siendo el referente de la categoría no sólo en el aspecto enológico, sino también desde la imagen, se lanzó en noviembre de 2002 una partida especial de 4.950 botellas de un producto muy exclusivo: Baron B. Unique - Brut Nature Cosecha 1997. Luego, en otra partida limitada, se lanzó la cosecha 1999.



#### Promoción

Los atributos de la marca que se transmiten de boca en boca entre sus fieles consumidores son la principal promoción de Baron B.

Los conocedores y amantes del champagne y del vino le reconocen a Baron B. un prestigio inigualable en el mercado argentino.

Las principales acciones de la marca han hecho foco en eventos de primer nivel, ferias, comidas privadas y reuniones. De esta forma se ha ganado su lugar, dando a conocer las bondades del producto y su estilo.

#### Valores de la marca

La visión de Baron B. es ser el sparkling wine de mayor prestigio de la Argentina, para un target de gente clásica y distinguida, que desea pasar un momento exclusivo.

El consumidor de Baron B. es amante del buen vivir, busca constantemente momentos placenteros. Es conservador, poco proclive a los cambios y de gustos refinados y sobrios. Es una persona madura, con experiencia de vida y bienestar. Asimismo, mantiene una vida social activa y se identifica con la marca por ser un producto para pocos y de alto prestigio.

Los atributos que más aprecia o valora de la marca son: (i) prestigio, (ii) distinción, (iii) excelencia, (iv) exclusividad, (v) equilibrio y (vi) sobriedad.

[www.baron-b.com.ar](http://www.baron-b.com.ar)

#### Lo que usted no sabía sobre Baron B.

- Baron B. lleva este nombre en honor al primer presidente de la bodega en la Argentina, el Baron Bertrand de Ladoucette.
- Baron B. pertenece al Grupo LVMH (Moët Hennessy - Louis Vuitton), el grupo de productos de lujo más grande del mundo.
- El formato de la botella fue diseñado en Francia y es único en el mercado, atributo que lo diferencia del resto y que es muy valorado por sus consumidores.

