

# CHANDON

## Mercado

Desde su lanzamiento en el año 1960, Chandon se convirtió en líder indiscutido del segmento Premium en la categoría Sparkling Wine de la Argentina.

Actualmente, ofrece un portafolio que incluye las variedades Extra Brut, Demi Sec, Brut Rose y Brut Nature, así como una amplia propuesta de formatos y presentaciones especiales, destacándose entre ellas Chandon 187, que por su pequeña botella y su formato novedoso permite inaugurar nuevos momentos para tomar Chandon.

En los últimos cinco años, Chandon continuó renovándose permanentemente y amplió su portafolio de propuestas con los lanzamientos del Chandon Cuvee Reserve y del Chandon Eternum.

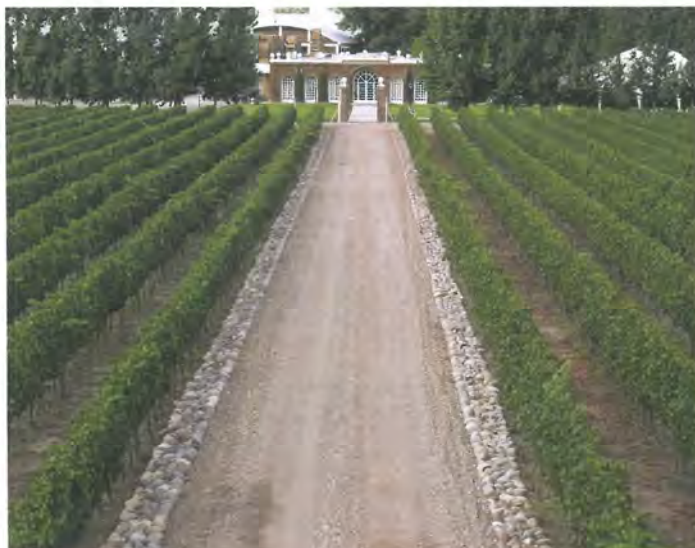
La marca Chandon se elabora en la Argentina, Brasil, los Estados Unidos y Australia, y desde esas filiales se distribuyen las distintas presentaciones a una gran cantidad de países alrededor del mundo.

## Logros

En la Argentina, Chandon es sinónimo de Champagne. Desde sus inicios ha contado con el asesoramiento técnico de su casa matriz, Moët & Chandon, que cuenta con más de 200 años de experiencia.

Estos orígenes explican la perfecta combinación entre tradición y modernidad que desde siempre han caracterizado a los Sparkling Wine Chandon, así como la constante preocupación por la calidad y la permanente búsqueda de la excelencia.

Chandon siempre ha sabido interpretar el paladar de los consumidores argentinos y extranjeros, de ahí la variada gama de Spark-



cesarias para lograr los sabores que la marca, por entonces centenaria, estaba buscando.

Así, en 1959, dos meses después de la cosecha, Robert Jean de Vogüé, presidente de Moët & Chandon, decidió crear Bodegas Chandon, primera filial de Moët & Chandon fuera de Francia.

El excelente conocimiento enológico de la empresa y su formidable capacidad de comercialización, colocaron rápidamente a Chandon en el tope de las ventas y formaron e impulsieron el "gusto argentino", provocando un cambio evidente en la costumbre de la gente.

Este éxito impulsó a muchas bodegas a elaborar sus propios vinos espumosos. El mercado se amplió aún más y frente a esa tendencia, Chandon respondió siempre con

innovación y creatividad, conceptos que forman parte de la filosofía de la empresa y que convirtieron a la marca en sinónimo de excelencia.

ling Wine que ofrece siguiendo siempre una filosofía rectora que se basa en la calidad, la creatividad y la búsqueda de la excelencia, para satisfacer a un público altamente demandante y exigente en sus gustos.

## Producto

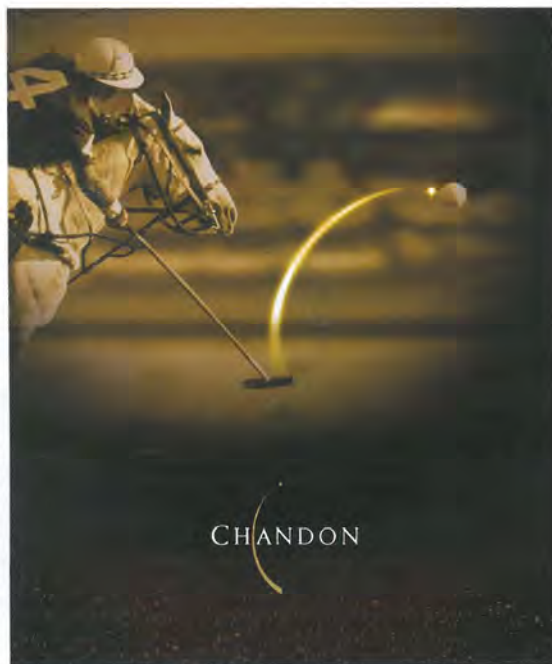
La base de la calidad de los Sparkling Wine de la marca se encuentra en el cuidado del viñe-

## Historia

Al promediar los años 50, la casa más famosa de champagne francés Moët & Chandon (actualmente parte del Grupo LVMH, Moët Hennessy - Louis Vuitton), percibió que América tenía un enorme potencial de desarrollo vitivinícola. Por esa razón es que envió a estas tierras a su asesor técnico, el enólogo Renaud Poirier, con la misión de estudiar las posibilidades y ubicación para establecerse.

Poirier realizó ensayos en los vecinos países de Uruguay, Chile, Brasil y diversas regiones de la Argentina, y comprobó que era la provincia de Mendoza, específicamente la zona de Luján de Cuyo, el mejor terruño para obtener vinos de gran calidad, a la altura de las exigencias de la casa matriz.

Los terrenos pedregosos, el clima diurno soleado, las noches frescas y la gran amplitud térmica brindaban las condiciones ideales para obtener uvas de gran concentración aromática, cuerpo y sabor, ne-



do y en las prácticas enológicas aplicadas cuidadosamente a lo largo de todo el proceso de elaboración.

El secreto radica, en parte, en que los viñedos de Chandon se encuentran ubicados en lugares privilegiados por suelo y clima, en la zona alta de la provincia de Mendoza, al pie de la Cordillera de los Andes y en el Valle de Uco.

Además, para lograr la máxima calidad en sus bodegas se realiza un manejo diferencial en el viñedo, en la búsqueda permanente de la pureza, la sanidad, la homogeneidad y el equilibrio.

Ese trabajo se complementa con un clima ambiental de gran amplitud térmica, con noches frescas y días soleados que le permite alcanzar a los frutos un grado de maduración y acidez ideal.

En la elaboración de las Sparkling Wine Chandon se utilizan las técnicas y tecnologías más avanzadas que hay en el mundo, respaldadas por la gran experiencia de sus profesionales, obtenida durante más de 40 años en la Argentina, y por el traspaso de conocimientos desde su casa matriz en París, Francia, país cuna del champagne.

Las variedades utilizadas para la elaboración de sus Sparkling Wine son Chardonnay, Pinot Noir y Semillón en distintas proporciones, según las características de la cosecha y el equilibrio buscado en cada estilo.

Cada una de estas variantes ofrece particularidades que le son propias e inimitables. Así, por ejemplo, el Chardonnay aporta elegancia, cremosidad y aromas a durazno, cítricos y miel. Por su parte, el Pinot Noir ofrece fuerza, cuerpo y aromas a frutos rojos. Por último, el Semillón le da un toque de frescura, redondez y aromas a frutos cítricos, destacándose entre ellos la mandarina.

### Desarrollos recientes

A fines de 2003 se lanzó Chandon Eternum, un Sparkling Wine destinado a convertirse en ícono de la historia de Chandon por su perfecta armonía entre estructura y elegancia, y por su elaboración a partir de los mejores frutos del terruño y del mosto de gota del primer escurrido.

Un año después, Chandon presentó el Eternum ZD, la versión Brut Sauvage de Eternum. Se trata del mismo corte Pinot Noir y Chardonnay cosecha 1999, en la misma botella, pero sin "dosage", esto es: sin el agregado de licor de expedición, para domar sus ímpetus.

Esta variante incorpora, además, en su nuevo y vanguardista Eternum ZD, la tapa corona.

### Promoción

Chandon tiene una presencia activa durante todo el año en los más variados medios de comunicación, así como en los distintos canales y puntos de venta.

Chandon también tiene una gran presencia en los distintos eventos culturales, sociales y deportivos que se desarrollan en todo el país e intenta apoyar, fomentar y desarrollar la sana competencia, el encuentro y la celebración, valores que forman parte de la esencia de la marca.

Dentro de la política de marketing y publicidad de Chandon, al menos una vez por año se desarrolla una campaña publicitaria integral para comunicar los atributos diferenciales que presentan las distintas propuestas de su portfolio.

La presencia de la marca y sus productos se extiende además durante las temporadas de invierno y verano, con una destacada exposición en los principales centros de ski y playa, donde concentra la atención de todos los paseantes.

### Valores de la marca

Chandon es una marca social, clásica y moderna, con prestigio.

Sus productos son calificados como elegantemente europeos y su personalidad se transmite a través de un estilo de comunicación cosmopolita, altamente visual, glamoroso, flexible, seductor y audaz.

Chandon es el referente de una "aristocracia del buen gusto", que se solaza con las nuevas



tendencias de la moda, el diseño, el arte, la vida urbana, inquieta, pero nunca frenética, y la conexión con el cosmopolitismo.

En síntesis, es el disfrute pleno del que ya vivió otras experiencias, sabe y elige con cual quedarse.

[www.chandon.com.ar](http://www.chandon.com.ar)

### Lo que usted no sabía sobre Chandon

- Chandon pertenece al grupo de marcas de lujo más importantes del mundo, LVMH, Moët Hennessy - Louis Vuitton.
- Hace 45 años que la casa más famosa de champagne francés Moët & Chandon creaba la marca Chandon en la Argentina, siendo ésta su primera experiencia fuera de Francia.
- La marca Chandon se elabora en la Argentina, Brasil, los Estados Unidos y Australia, y desde esos países se distribuyen las distintas presentaciones de la marca alrededor del mundo.
- En el año 2004, Chandon presentó el Eternum ZD, la versión Brut Sauvage de Eternum. El mismo corte Pinot Noir y Chardonnay, pero sin "dosage", es decir: sin agregado de licor de expedición para domar sus ímpetus.

