



MERCADO

El pisco ha sido por más de seis décadas el trago nacional de Chile por excelencia. La consolidación de la economía chilena ha permitido que los consumidores puedan acceder cada vez más a productos más elaborados y de una calidad superior, impulsando con ello el crecimiento de categorías de mayor valor agregado. En el caso de las bebidas alcohólicas, durante los últimos tres años se han activado categorías como el vodka, el ron y el segmento premium de los piscos, con tasas de crecimiento cercanas al 30 por ciento anual. A la luz de los hechos, el consumidor chileno ha demostrado tener gustos más refinados y un paladar más sofisticado y entrenado para reconocer sabores de elite. En este entorno, la categoría de piscos premium representa un 28 por ciento del total de piscos medido en valor. Alto del Carmen se ha consolidado a su vez como la marca líder de este segmento. En 2004, con el lanzamiento de "Cremitte" de Alto del Carmen, se crea una nueva subcategoría, como extensión de la línea de los piscos premium: las cremas de pisco.

LOGROS

Desde su lanzamiento en 1990, Alto del Carmen ha ocupado el primer lugar dentro del segmento de piscos premium. Actualmente, es el líder de este segmento con cerca del 62 por ciento de

participación en valor y es la segunda marca después de Capel, considerando el mercado total de piscos, con un 18 por ciento de participación medida en valor. Según estudios de consumidores, Alto del Carmen es la marca mejor posicionada de toda la categoría piscos, es referente del pisco premium y una de las marcas mejor evaluadas en el mercado de bebidas alcohólicas en general. Los productos de Alto del Carmen han ganado importantes premios a la calidad en concursos de cata en todo el mundo.

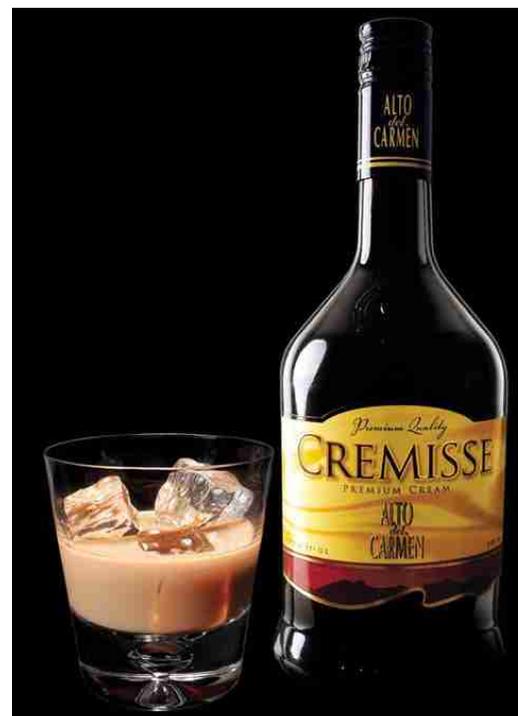
HISTORIA

La marca Alto del Carmen nace en el año 1990, con el objetivo de crear y desarrollar un segmento premium en piscos. La Cooperativa Agrícola Pisquera Elqui Limitada decide lanzar al mercado un pisco de excelencia, en base a los mejores alcoholes disponibles, utilizados en el pasado sólo para enriquecer en sabor y aroma a los mejores piscos.

A partir de su lanzamiento, Alto del Carmen se consolidó como "El pisco premium de Chile", con una presentación sofisticada para la época, con un estuche de lujo para proteger la botella y potenciar su imagen de alta calidad. Durante la década del 90, centró su promoción y publicidad en su alta calidad y en el producto. A partir de 2004 inicia una nueva etapa en comunicación, con un lenguaje más moderno y con foco en el adulto joven. Junto con esto, Alto del Carmen lidera el proceso de innovación y desarrollo de nuevos productos en la categoría premium, destacando una edición limitada de pisco envejecido, la primera crema de pisco del mercado, y posteriormente su versión light en 2005. Durante 2006, Alto del Carmen renueva la imagen de su línea completa de piscos, con un look simple y moderno.

PRODUCTO

Los productos Alto del Carmen provienen cien por ciento de uvas pisqueras moscatel y son envejecidos en barricas de roble americano. De esta forma, se logra obtener un pisco notoriamente superior, de color ámbar intenso y brillante, con aroma frutal de marcado carácter moscatel y notas de madera fina, a la boca un buen equilibrio fruta y madera, redondo y de buena persistencia. La línea de piscos de Alto del Carmen la forman el Pisco Especial de 35° y el Pisco Reservado de 40°, ideales todos para consumir solos, con hielo o con bebidas de fantasía. La línea top de Alto del Carmen la conforman el Pisco Envejecido de 40° de edición limitada, y Cremitte, una crema de pisco premium, en sus versiones regular de 17° y light de 14°.



DESARROLLOS RECIENTES

Los últimos dos años han estado marcados por la innovación. A fines de 2004, la marca lanza Alto del Carmen Envejecido, el más premium de los piscos, fabricado con uvas moscatel Rosado y moscatel de Alejandría, con doble proceso de destilación y una prolongada guarda en barricas de roble Americano. Este exclusivo producto viene en estuche y con una presentación de lujo. Su producción es limitada y cada botella es numerada, convirtiendo a cada producto en una adquisición única. Ideal para consumir solo o con hielo es uno de los más nobles destilados del mundo.

También a fines de 2004, con el objetivo de competir directamente con las cremas de whisky, Alto del Carmen lanza la primera crema de pisco del mercado: Cremitte de Alto del Carmen. Este sofisticado cóctel de 17° es fabricado con los más puros alcoholes de Alto del Carmen, con suave licor de crema holandesa y sabores naturales, obteniéndose un licor premium de calidad superior, ideal para consumir sólo o con hielo. La presentación de este producto es en botella de 700ml y en estuche, y está orientado principalmente a cautivar al más exigente público femenino. Recientemente, Alto del Carmen renueva su imagen con un look mucho más moderno y premium, incorporando la silueta de un cóndor como símbolo de marca.

PROMOCIÓN

La comunicación de Alto del Carmen siempre ha sido dirigida a un segmento de consumidores que



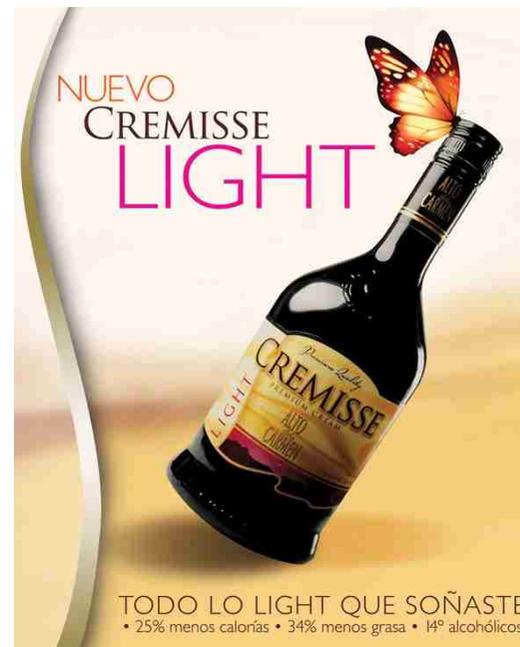
buscan alta calidad. En un inicio, principalmente centrada en atributos racionales de producto y con el claim “El pisco superior”, Alto del Carmen marcó un hito con la pieza audiovisual protagonizada por el destacado actor chileno Héctor Noguera, donde interpretó a un mendigo que se transformaba en magnate al degustar las últimas gotas de una botella de Alto del Carmen encontrada en un basurero.

En 2004, Alto del Carmen busca despegar de los piscos para instalarse a competir contra el resto de los espirituosos de elite, como el vodka o el ron premium de igual a igual. Para ello, inicia una nueva etapa en su comunicación, eliminando la palabra pisco de su claim de campaña se transforma en “Simplemente superior”. Con una nueva forma de hablar, menos centrada en el producto y con el objetivo de generar un nexo más emocional con su principal grupo objetivo, el adulto joven de los segmentos medios y altos, la campaña “Más que antes” es un reflejo de los cambios que vive este target. Recientemente, para comunicar la nueva imagen y utilizando el claim “Sólo por vanidad”, Alto del Carmen sorprendió al mercado con una pieza audiovisual de factura internacional, con un look y estilo a la altura de las más glamorosas y sofisticadas marcas de espirituosos del mundo.



VALORES DE MARCA

Desde el punto de vista de su posicionamiento, Alto del Carmen tiene ganada una reconocida imagen de calidad superior y ha logrado diferenciarse claramente de su competencia. Alto del Carmen es una marca premium y de excelencia, orientada exclusivamente a consumidores exigentes y conocedores, que no están dispuestos a transar la calidad por precio y que aprecian las



bondades del más premium de los piscos. Principalmente hombres y mujeres mayores de 25 años y de los estratos medio y alto de la población. Alto del Carmen es sinónimo de modernidad, estilo, distinción y buen gusto. El ícono del cóndor representa y grafica los valores y el ámbito de la marca: las alturas, la grandeza, la majestuosidad y lo chileno.

LO QUE USTED NO SABÍA SOBRE ALTO DE CARMEN

- Alto del Carmen es la marca premium de la Cooperativa Agrícola Pisquera Elqui Limitada (CAPEL), que también comercializa las marcas Capel y Artesanos del Cochiguaz.
- Alto del Carmen debe su nombre a una localidad que se encuentra al interior del valle del Huasco, en la III Región de Chile.
- Para producir Alto del Carmen Envejecido se utilizó como base el mismo alcohol con que se elaboraba el Pisco Monte Fraile, hasta ese entonces el pisco más premium del mercado.

