

PRESS KIT
2016

VIÑA CONCHA Y TORO

VIÑA CONCHA Y TORO: EMPRESA LÍDER EN LA INDUSTRIA DEL VINO A NIVEL GLOBAL

Un exitoso modelo de negocio con foco en el mercado internacional, sumado al espíritu innovador y preocupación por un desarrollo sustentable, ha impulsado el crecimiento de Viña Concha y Toro con el paso de los años. Actualmente la compañía ha logrado posicionarse como una marca global, reconocida y admirada en todo el mundo.



Fundada en 1883, Viña Concha y Toro se ha convertido en la empresa vitivinícola más grande de América Latina; quinta compañía del mundo en volumen comercializado, y segunda, en superficie de viñas plantadas. Su espíritu exportador y su exitoso modelo de negocios, le ha permitido crecer y estar presente en 147 países, convirtiéndose en el principal exportador de vino chileno.

“World’s Most Powerful Wine Brand” 2014 y 2015, según el ranking de la consultora inglesa Intangible Business, y “International Best Drinks Company of the Year 2015”, según The Drinks Business Awards, son algunos de sus reconocimientos a nivel mundial que avalan su posición de liderazgo en la industria global de vinos.

La pasión de Concha y Toro por la calidad ha impulsado la búsqueda de nuevos terroirs y el desarrollo de viñedos propios, más allá de las fronteras de Chile. Actualmente, la compañía posee 10.800 hectáreas de viñedos en Chile, Argentina y Estados Unidos, lo que permite asegurar la producción de vinos de la más alta calidad y distintivos de su lugar de origen. Su portfolio de vinos incluye los íconos Don Melchor y Carmín de Peumo; la destacada consistencia y calidad de

Amelia, Terrunyo y Marques de Casa Concha, y en el segmento premium, Casillero del Diablo que se ha posicionado como el vino chileno de mayor reconocimiento y presencia internacional de su categoría.

Casillero del Diablo selló un histórico 2015 alcanzando las 5 millones de cajas comercializadas en 147 países. Además es la marca chilena de vino más admirada y la cuarta a nivel mundial, según el ranking de la revista Drinks International.

Otro pilar fundamental de Viña Concha y Toro es su compromiso con las personas, la sociedad y el medio ambiente. A través de su Estrategia de Sustentabilidad, inserto en su modelo de negocios, que le da una proyección de largo plazo, asegura los más altos estándares internacionales de calidad a lo largo de la cadena productiva. Este compromiso por un crecimiento sustentable fue reconocido en 2015 con la incorporación de Viña Concha y Toro al Dow Jones Sustainability Index Chile, versión local del prestigioso índice internacional al que solo doce empresas chilenas lograron acceder. Además, la viña renovó su certificación en el Código de Sustentabilidad de Vinos de Chile con un sobresaliente cumplimiento del 97%.

VIÑA CONCHA Y TORO EN UNA MIRADA

#1 en exportaciones de vino chileno (exporta el 32% del total).

#5 en volumen de venta global.

#2 compañía vitivinícola con mayor superficie plantada a nivel mundial (10.804 hectáreas).

“Marca de Vino más Poderosa del Mundo” 2014-2015.

“Mejor Compañía internacional de Vinos y Licores del Año” 2015 (The Drinks Business).

Presencia en 147 países.

12 filiales de distribución y 2 oficinas comerciales. Participa del 68% de la distribución de sus vinos en el mundo.



RESULTADOS 2015

Las ventas consolidadas totalizaron los US\$ 967 millones.

Las ventas consolidadas en pesos chilenos aumentaron un 9,1% sumando \$636.194 millones.

En términos de volumen las ventas alcanzaron las 34,3 millones de cajas durante 2015, registrando un aumento de 3,4% con respecto al año 2014.

El segmento de marcas premium y superiores creció un 8,7% en volumen.

Casillero del Diablo logró un crecimiento de 12,6% con ventas que alcanzaron las 5 millones de cajas durante 2015.



PILARES ESTRATÉGICOS

1.- FOCO EN LA CALIDAD

Concha y Toro trabaja con una filosofía productiva que apunta a la calidad, buscando satisfacer a un consumidor internacional cada vez más exigente. De este modo, la compañía ha logrado ofrecer una calidad sobresaliente en todas las categorías de productos, lo que ha sido avalado por la preferencia cada vez mayor de los consumidores y el reconocimiento de publicaciones especializadas.

Un pilar central de la estrategia de negocios de la compañía han sido las inversiones sostenidas en viñedos propios, tecnología, y capacidad productiva, enológica y técnica, lo que le ha permitido alcanzar calidades

crecientes, factor determinante para competir exitosamente en la categoría de vinos superiores.

La constante búsqueda de nuevos orígenes para sus vinos, ha llevado a la Viña a reunir más de 10.800 hectáreas de viñas en Chile, Argentina y Estados Unidos.

La compañía participa en todas las etapas: cultivo de sus viñedos, vitivinificación y comercialización de sus vinos. Esto le permite controlar y garantizar la calidad y excelencia en toda la cadena de producción, desde la uva en sus viñedos hasta la distribución de sus vinos.



2.- IMAGEN DE MARCA

A lo largo de los años, la Viña ha dado pasos que apuntan a hacer crecer su imagen y posicionamiento como productor de vinos de clase mundial. Destacan el lanzamiento de Don Melchor en 1989, el primer vino ultra premium de la industria; el joint venture con la viña francesa Baron Philippe de Rothschild en 1997, creando una nueva categoría de vinos en Chile; el relanzamiento de la marca súper premium Marques de Casa Concha en 1999, y el lanzamiento en 2005 del primer Carmenere ícono de Chile, Carmín de Peumo.

En 2011, a su vez, destaca la adquisición de la viña californiana Fetzer Vineyards en Estados Unidos, hacien-

do crecer la imagen de la vitivinicultura chilena en el mundo.

Concha y Toro se ha convertido en una marca global reconocida y admirada internacionalmente, la cual garantiza la mejor calidad y tradición del vino chileno, con un portfolio de reconocidos vinos para distintos segmentos.

Concha y Toro además ha llevado adelante una estrategia de marketing que contempla innovadoras y exitosas campañas de gran alcance, que han posicionado aún más sus marcas a nivel mundial. Un claro ejemplo de esto, es la alianza de Casillero del Diablo con el equipo de fútbol Manchester United.



3.- FOCO EN EL SEGMENTO PREMIUM

En línea con este énfasis en la calidad, se ha buscado un mayor crecimiento en los segmentos premium y superiores del portfolio, los que presentan un atractivo potencial y espacio para la construcción de marca. El volumen exportado de vinos premium y superiores se ha expandido a un ritmo del 12 por ciento anual promedio desde 2006.

Los resultados a nivel comercial están respaldados por el lanzamiento de innovadores proyectos enológicos y nuevos productos en las categorías superiores, tanto en Concha y Toro como en sus viñas filiales, lo que ha permitido ampliar la oferta, mostrar nuevos estilos de vinos y revelar el potencial de los diferentes terroirs para la producción de vinos de un nivel superior.



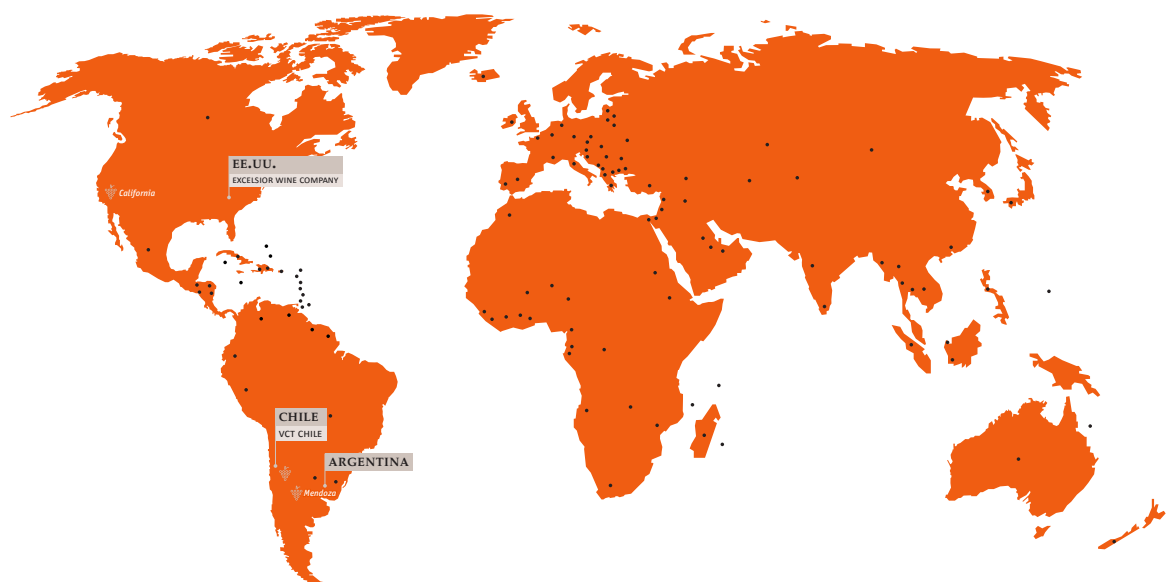
4.- CRECIMIENTO INTERNACIONAL

Un aspecto distintivo de la estrategia de Concha y Toro ha sido su orientación a la exportación. La compañía está abriendo constantemente nuevos mercados, tratando de entender los diferentes contextos, sus tendencias de consumos y canales de comercialización. Actualmente, los vinos Concha y Toro están presentes en 147 países en los cinco continentes.

Para tener este alcance, la empresa cuenta con una amplia red de distribución y una sólida relación de largo plazo con sus distribuidores, lo que ha permitido invertir en conjunto en la construcción de marca y

en el desarrollo de los distintos mercados.

En los últimos años la compañía ha creado oficinas de distribución en Chile, Argentina, Brasil, México, Reino Unido, los países nórdicos, Estados Unidos, Canadá, Singapur y Japón, y dos oficinas comerciales en China y Sudáfrica. Hoy en día, el holding participa en la distribución de más del 68% de su volumen comercializado en el mundo. Esto permite una estrategia de negocio alineada y flexible para atender las necesidades individuales de cada mercado, y cercanía con sus consumidores de todo el mundo.



5.- DESARROLLO SUSTENTABLE

Concha y Toro ha demostrado compromiso de largo plazo en esta materia, implementando en 2012 un Plan Estratégico de Sustentabilidad, que contempla iniciativas en seis áreas fundamentales: productos, cadena de abastecimiento, clientes, personas, sociedad y medio ambiente. Así se asegura un equilibrio entre el crecimiento sostenido, la creación de valor para sus grupos de interés y su compromiso de convertir a la Viña en un líder en prácticas medioambientales. Se trabaja en cada uno de estos pilares con objetivos claros otorgándole proyección a largo plazo a la estrategia.

En estos últimos años se han incorporado normas internacionales de buenas prácticas y diferentes métricas que nos permiten gestionar nuestros impactos. Destaca la medición y reducción de la huella de carbono, la medición de la huella hídrica, programas de conservación de la biodiversidad, iniciativas con proveedores de insumos, entre otros proyectos.

Un paso de gran proyección dio la empresa al in-

augurar en 2014 un nuevo Centro de Investigación e Innovación en la región del Maule, VII Región de Chile. Esta iniciativa pionera, que representó una inversión inicial en infraestructura de U.S. \$5 millones, fue concebida para hacer investigación aplicada y desarrollar nuevas tecnologías en las áreas de la viticultura y enología, buscando contribuir al desarrollo y competitividad de la industria del vino en Chile y el mundo, nutriendo de conocimientos y nuevos desarrollos que permitan enfrentar los futuros desafíos del sector.

Enmarcándose dentro de la política de Responsabilidad Social Empresarial de Concha y Toro, este Centro permitirá a la Viña realizar una contribución positiva a su entorno más cercano. A través de su Centro de Extensión y las diversas alternativas de capacitación que se generen, podrán difundirse los nuevos conocimientos y tecnologías que puedan ser incorporados a las prácticas vitivinícolas y enológicas, beneficiando a la industria nacional en su totalidad, y dando así un salto significativo en competitividad.



RECONOCIDO PORTAFOLIO DE VINOS

El portafolio de Concha y Toro da cuenta de su vocación por la excelencia y calidad, produciendo vinos de nivel superior que son reconocidos a nivel mundial y merecedores de importantes premios y distinciones.

DON MELCHOR



Don Melchor 2011

96 pts.
James Suckling
Entre los 10 mejores
vinos del año
FORBES

Don Melchor 2012

98 pts.
James Suckling.com
95 pts.
Top Wine / Collectible Wine
Wine Spectator
94 pts.
Jeannie Cho Lee

CARMÍN DE PEUMO



Carmín de Peumo 2011

95 pts.
Anthony Gismondi

Carmín de Peumo 2012

"Top Wine"
Wine Spectator

Carmín de Peumo 2013

95 pts.
Descorchados 2016
95 pts.
Robert Parker's Wine Advocate
93 pts / "Top Wine"
Wine Spectator

TERRUNYO



Carmenerre Lote N°1 2014
96 pts. / Mejor Carmenerre de
Chile
Descorchados 2016

Sauvignon Blanc 2015
91 pts.
Robert Parker's Wine Advocate

Carmenerre 2013
95 pts.
Descorchados 2016

Cabernet Sauvignon 2013
92 pts.
Robert Parker's Wine Advocate

MARQUES DE CASA CONCHA



**Cabernet Sauvignon
Edición Limitada 2013**
93 pts.
James Suckling

94 pts.
Descorchados 2016

Carmenerre 2013
94 pts.
Wine Spectator

CASILLERO DEL DIABLO



Casillero del Diablo Leyenda 2013

93 pts.
Descorchados 2016
91 pts.
Robert Parker's Wine
Advocate
"Top Wine"
Wine Spectator



Reserva Privada 2015
91 pts.
Wine Spectator

Reserva Privada 2014
90 pts.
Wine Spectator



Cabernet Sauvignon 2014
One of the best Chilean
Cabernet / Best Buy
Wine Spectator



ACERCA DE VIÑA CONCHA Y TORO

Viña Concha y Toro es la empresa vitivinícola más grande de Chile y América Latina, además, es la quinta compañía del mundo en volumen comercializado, y la segunda, en superficie de viñas plantadas. Su exitoso modelo de negocios, sumado a su persistencia en innovación y en desarrollo sustentable, le ha permitido crecer y estar presente en 147 países, convirtiéndose en una empresa global, reconocida y admirada en el mundo.

Viña Concha y Toro fue fundada en 1883 y actualmente posee más de 10.800 hectáreas de viñedos en Chile, Argentina y Estados Unidos. Su portfolio de vinos incluye los íconos Don Melchor y Almaviva y su marca emblemática Casillero del Diablo, además los vinos Trivento de Argentina y Fetzer y Bonterra de California. La Compañía tiene 3.450 empleados y sus oficinas principales se encuentran en Santiago, Chile.

* Este documento se ha concentrado en las marcas Concha y Toro. Si desea obtener mayor información sobre las viñas filiales y sus portfolios de vinos, puede acceder a la memoria corporativa del holding o al sitio web de cada una de ellas.