



Diageo quiere más calidad

apuesta por la entrada en el mercado gourmet

Tras su retirada en la puja por Absolut, Diageo ha decidido apostar por el mercado de alta calidad y concentrar sus esfuerzos en España, donde prevé alcanzar el 25% de las ventas a través de las marcas de lujo en 2011

La filial española, que facturó el pasado año 488 millones de euros, espera crecer un 1,5%, apostando por la calidad entrando en el mercado gourmet.

Diageo Iberia, firma propietaria de J&B, Baileys, Johnnie Walker, Smirnoff, Tanqueray, Cardhu, o José Cuervo, prevé incrementar los precios de sus marcas al ofrecer más calidad en sus bebidas espirituosas asociada a un mejor servicio tanto en establecimientos hosteleros como en la distribución comercial.

Según fuentes de la compañía: "No queremos vender más sino mayor calidad, no vamos a volumen sino a mayor valor de marca, y eso implica mayor precio", que precisaron que Diageo va a incrementar los precios "pero no de cualquier forma, sino porque vamos a intentar dar mayor calidad en la mezcla, ofreciendo un producto de mejor mediante herramientas en las que venderemos de forma diferente".

Elo implicará negociar con el cliente distribuidor--hosteleros y cadenas de distribución-- para "encontrar fórmulas de formación para los camareros, mejor posicionamiento en los lineales comerciales, asociando nuestros productos y marcas a la línea gourmet para que el consumidor aprecie nuestros productos".

"Debemos reinventarnos e innovar, potenciando el cambio de hábitos, queremos que el cliente venda nuestro producto, incluso en la zona 'gourmet', insistieron las fuentes, que apuntaron al hecho de que "ya que la gente bebe menos, debe beber mejor".

Ron Brugal y la fotografía

concurso con National Geographic

Ron Brugal ha puesto en marcha la 8ª edición del prestigioso concurso de fotografía en colaboración con la National Geographic Society.

En esta ocasión, y con motivo de la celebración de su 120 aniversario, Brugal propone a los participantes el reto de captar la esencia y los valores de la cuna del ron dominicano, bajo el lema "Compartiendo Santo Domingo". Las imágenes que capten los protagonistas serán expuestas en Madrid, Sevilla y Valencia, como parte de un roadshow.

Pernod Ricard no teme a la crisis

"la compra de Absolut es una garantía de éxito"

Patrick Ricard, máximo responsable del gigante de las bebidas Pernod Ricard, declaró recientemente no estar preocupado por la situación de crisis mundial, ya que la fortaleza de sus marcas y su eficaz cadena de distribución son una garantía. "En una situación global más complicada, la fortaleza de nuestro portafolio y de nuestra red comercial debería permitirnos un fuerte crecimiento de ventas y beneficios", declaró.

Ricard hablaba de su grupo, que recientemente ha completado la adquisición de la marca de vodka Absolut, anteriormente en propiedad del estado sueco.

Gigante de los destilados

Beam Global y Edrington se unen

La compra del propietario del vodka Absolut, Vin and Sprit's (V&S), por Pernod Ricard ha tenido unas consecuencias muy importantes en la estructura de Maxxium, que distribuía todo el portafolio de V&S en la mayoría de los mercados fuera de Estados Unidos.

Tras la compra de V&S en marzo, Pernod Ricard tuvo que negociar con Maxxium y sus accionistas Beam Global, el Grupo Edrington y Rémy-Cointreau, para poner fin al acuerdo de distribución de Absolut, uno de los superventas de la firma.

Coincidiendo con estas negociaciones, Rémy-Cointreau anunció que saldría del grupo en marzo de 2009, momento en el que Beam Global y Edrington pasarán a controlar 10 mercados, entre los que están España, Rusia, el Reino Unido y China.

Esta alianza permitirá que Beam Global y Edrington continúen comercializando las marcas Jim Beam, Maker's Mark, The Famous Grouse, Canadian Club y Sauza tequila, cuyas ventas representarán el 90% de los ingresos de la nueva Maxxium.

Aunque en un principio se barajaba la posibilidad de que como compensación Maxxium continuase distribuyendo las marcas de V&S durante dos años, los accionistas rechazaron esta opción y aceptaron un pago de 59 millones de euros como compensación. Este dinero irá para comprar el 25% de la compañía que estaba en manos de V&S.

