

AMSTEL

Αγορά

Η μπίρα στην Ελλάδα αποτελεί ιδανικό σύντροφο, τόσο σε στιγμές χαλάρωσης όσο και σε στιγμές διασκέδασης, καθώς το 65% της κατανάλωσης πραγματοποιείται στην "κρύα" αγορά (bars, cafe, εστιατόρια), ενώ το υπόλοιπο 35% διατίθεται μέσω της "ζεστής" αγοράς (supermarkets, mini markets, κάβες). Βέβαια, η ζήτηση της μπίρας στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται και από εποχικότητα, αφού συνδέεται άμεσα με τη θερμοκρασία και το κλίμα, καθώς και με την εξέλιξη της τουριστικής δραστηριότητας, δεδομένου ότι το 70% της ετήσιας ζητούμενης ποσότητας καταναλώνεται από Απρίλιο έως Σεπτέμβριο.

Η Amstel, μπίρα lager με ξεχωριστή γεύση, δραστηριοποιείται στον ίδιο κλάδο με γνωστά brands, τόσο εγχώρια (Heineken, Fischer, Άλφα, Mythos, Buckler, Henninger, Lowenbrau, Kaiser, Stella Artois), όσο και εισαγόμενα (McFarland, Erdinger, Carib, Duvel, Murphy's, Chimay, Bud). Σε έναν κλάδο όπου συνυπάρχει πλήθος προϊόντων, η Amstel κατορθώνει να έχει την πρώτη θέση στην προτίμηση των καταναλωτών.

Η Amstel παράγεται και διακινείται στην Ελλάδα από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε., τη μεγαλύτερη εταιρεία παραγωγής μπίρας στην Ελλάδα, η οποία παράγει επίσης τις μπίρες Heineken, ΑΛΦΑ και Fischer, ενώ εμπορεύεται και τις γνωστότερες εισαγόμενες μπίρες. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. απασχολεί συνολικά 1.200 άτομα, ενώ διαθέτει εργοστάσια στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και την Πάτρα. Αξίζει να σημειωθεί ότι το εργοστάσιο της Πάτρας αποτελεί ένα από τα πιο σύγχρονα ζυθοποιεία στη Νότια Ευρώπη.

Επιτεύγματα

Η υψηλή θέση της Amstel στον κλάδο μπίρας επιβεβαιώνεται από τη μεγάλη αποδοχή που απολαμβάνει μεταξύ των καταναλωτών. Με συνολική αναγνωρισιμότητα 97% σε όλα τα ενήλικα ηλικιακά groups και την υψηλότερη top of mind αναφορά μέσα στον κλάδο, η Amstel πρωταγωνιστεί στην αγορά μπίρας στην Ελλάδα.

Στην επιτυχημένη πορεία της Amstel έχουν συμβάλει ουσιαστικά και οι πρωτότυπες διαφημιστικές της καμπάνιες, αρκετές από τις οποίες έχουν διακριθεί σε διεθνές επίπεδο. Από το 1986 έως το 2004 διαφημιστικά spot της Amstel απέσπασαν πολλά βραβεία σε μεγάλους διεθνείς διαγωνισμούς, όπως το "New York Festival" και ο θεσμός "Advertising Age". Αξίζει επίσης να αναφερθεί το πρόσφατο επίτευγμα της Amstel, η διάκρισή της στα Ermis Awards 2005, όπου η διαφημιστική καμπάνια της Amstel αναδείχθηκε ως μία από τις καλύτερες σειρές διαφημιστικών ταινιών της χρονιάς. Συγκεκριμένα, οι τρεις ταινίες "Εργένηδες", "Χιονάνθρωπος" και "Ταινία" απέσπασαν το Ermis Silver στην κατηγορία "Σειρά 3 έργων" της ενότητας "Διαφημιστικές Ταινίες".

Ιστορία

Στις 11 Ιουλίου 1870 ο δίδυμος Ernest de Pester, γιος του ιδρυτή της Amstel, Baron C.A. de Pester, έβαλε την πρώτη πέτρα της ζυθοποιίας της Amstel στο Άμστερνταμ. Πνευματικό παιδί δύο επιχειρηματιών, του de Pester και του J.H. van Marwijk Kooy, η Amstel κατόρθωσε να

καθιερωθεί σε μια χώρα όπου υπήρχαν ήδη 559 ζυθοποιίες.

Η ιδέα του να ζυμωθεί μπίρα lager στην Ολλανδία ήταν τολμηρή: για να παραχθεί μια καλή μπίρα lager χρειάζεται πάγος. Τα κανάλια του Άμστερνταμ πρόσφεραν την τέλεια λύση. Θρυμματισμένος πάγος από τα παγωμένα κανάλια στη διάρκεια του χειμώνα αποθηκευόταν σε ειδικά κελάρια με διπλούς τοίχους. Μέχρι το 1872 το ζυθοποιείο της Amstel παρήγαγε 10.000 εκατόλιτρα lager το χρόνο.

Το όνομα Amstel προέρχεται από το ποτάμι που διασχίζει την πόλη του Άμστερνταμ. Το κόκκινο και το άσπρο χρώμα είναι μέρος της κληρονομιάς της Amstel. Η επίσημη ιστορία λέει ότι το κόκκινο επελέγη επειδή ήταν το χρώμα της πόλης του Άμστερνταμ, αλλά η ανεπίσημη εκδοχή είναι ότι οι de Pester και van Marwijk Kooy ήταν φανατικοί του μπιλιάρδου. Για του λόγου το αληθές, έχει σωθεί ένας παλιός πίνακας στον οποίο δύο κύριοι απολαμβάνουν μια Amstel παίζοντας μπιλιάρδο. Στον πίνακα φαίνονται ξεκάθαρα μια κόκκινη και μια άσπρη μπάλα.

Η Amstel διατίθεται στην Ελληνική αγορά από το 1963, ενώ η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε., μέλος του ομίλου Heineken N.V., παράγει μπίρα Amstel από το 1965, οπότε τέθηκε σε λειτουργία το πρώτο της εργοστάσιο στην Αθήνα. Η χρονιά 1993 αποτέλεσε ορόσημο στην ιστορία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε., καθώς ξεκίνησε η παραγωγή του φυσικού μεταλλικού νερού Ιόλη σε καινούργιες εγκαταστάσεις στη Λαμία. Σήμερα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. εξάγει τα προϊόντα της σε 30 χώρες στην Ευρώπη, την Αφρική και την Αμερική.

Προϊόν

Μπίρα lager με περιεκτικότητα σε αλκοόλ 5%, η Amstel έχει γεμάτη γεύση και άρωμα λυκίσκου και μαγιάς. Τα αγνά υλικά - νερό, βύνη κριθαριού, λυκίσκος, μαγιά - δημιουργούν τη γνωστή μπίρα με το ξανθό χρώμα και τον πλούσιο αφρό που διακρίνουν την Amstel.

Παράλληλα, την γκάμα των προϊόντων της Amstel συμπληρώνουν η Amstel Light, μπίρα με 3,5% αλκοόλ και

ελαφρύ, ευχάριστο άρωμα, ιδανική για όσους θέλουν να απολαύσουν μια ελαφριά μπίρα με 100% γεύση, αλλά λιγότερες θερμίδες, καθώς και η Amstel Bock, δυνατή σκουρόχρωμη μπίρα με πικρίζουσα, γεμάτη γεύση και αλκοόλ 7%, η οποία ζυμώνεται με καβουρντισμένη βύνη και φινό αρωματικό λυκίσκο.

Προκειμένου να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της ζεστής (π.χ. Supermarkets, mini markets, κάβες) και της κρύας αγοράς (π.χ. bars, cafe, εστιατόρια), η Amstel διαθέτει συσκευασίες που καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες των καταναλωτών και των καναλιών διανομής. Η γκάμα των συσκευασιών περιλαμβάνει φιάλες των 33cl και των 50cl, κουτιά των 33cl, των 50cl και των 5L, πολυσυσκευασίες, καθώς και βαρέλι για μπίρα draft. Επίσης, στο πλαίσιο της προσπάθειάς της να ανανεώνει συνεχώς την εικόνα της, η Amstel έχει κυκλοφορήσει στην αγορά μοναδικές συλλεκτικές συσκευασίες. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν τόσο η σειρά τριών κουτιών που δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της χορηγίας του UEFA Champions League με εικαστικό εμπνευσμένο από ποδοσφαιρικές φανέλες, όσο και η φιάλη του 1,5lt με φελλό αντί για καπάκι εμπνευσμένη επίσης από την ευρωπαϊκή διασυλλογική διοργάνωση ποδοσφαίρου.





Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι η ποιότητα των προϊόντων της Amstel επιβεβαιώνεται από τις Πιστοποιήσεις Συστημάτων Διαχείρισης Ολικής Ποιότητας που έχει στο ενεργητικό της η Αθηναική Ζυθοποιία Α.Ε. Κατέχοντας Πιστοποιήσεις του Συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας ISO 9001-2000, αλλά και του Συστήματος για την Ασφάλεια των Τροφίμων HACCP DS 3027-2002, η Αθηναική Ζυθοποιία Α.Ε. διακρίνεται για την αξιοπιστία των προϊόντων της.

Πρόσφατες εξελίξεις

Μετά από 11 χρόνια επιτυχημένης πορείας στο χώρο του ποδοσφαίρου ως χορηγός του UEFA Champions League, από το 2005 η Amstel "παίζει μπάλα" ως Κύριος Χορηγός του Ελληνικού Πρωταθλήματος. Η νέα χορηγία, μεταξύ άλλων, δίνει στην Amstel την ευκαιρία έντονης τηλεοπτικής και ραδιοφωνικής παρουσίας όλο το χρόνο, καθώς και σηματοποίησης 32 γηπέδων. Επίσης, η νέα χορηγική πλατφόρμα φέρνει πιο κοντά τη μάρκα με τους Έλληνες καταναλωτές της, δίνοντας τη δυνατότητα ανάπτυξης ενεργειών σε σημεία πώλησης ζεστής και κρύας αγοράς, με έμφαση στις 14 πόλεις που διεξάγεται το πρωτάθλημα.

Μία ακόμη σημαντική στιγμή για την Amstel είναι η ανάληψη της Χορηγίας του διαγωνισμού της Eurovision που θα πραγματοποιηθεί για πρώτη φορά στη χώρα μας το Μάιο του 2006. Η Amstel θα είναι διεθνής χορηγός του διαγωνισμού, έχοντας έτσι τη δυνατότητα να συνεισφέρει ενεργά σε ένα θεσμό ιδιαίτερα δημοφιλή στη χώρα μας, αλλά και σε όλη την Ευρώπη, καθώς αναδεικνύει το ταλέντο, την πρωτοτυπία, την ομαδική προσπάθεια, τη γιορτή του τραγουδιού. Η μεγάλη εμπειρία της Amstel σε χορηγίες μεγάλων διοργανώσεων εξασφαλίζει ότι η συμβολή της θα είναι καθοριστική για την επιτυχία του 51ου διαγωνισμού της Eurovision.

Πρώθηση

Η διαφημιστική επικοινωνία της Amstel πραγματοποιείται με ποικίλα μέσα, τα οποία



επιλέγονται σε κάθε περίπτωση ανάλογα με το περιεχόμενο και τον στόχο της εκάστοτε διαφημιστικής καμπάνιας. Στο πλαίσιο αυτό, η επικοινωνία της Amstel περιλαμβάνει διαφημιστικές καμπάνιες που προβάλλονται σε όλα τα Μέσα (τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπα μέσα, υπαίθρια διαφήμιση, internet), καθώς και ενέργειες στα σημεία πώλησης.

Στο πλαίσιο αυτό, την τελευταία 10ετία η Amstel έχει στηρίξει την επικοινωνία της σε

τρία πρωτότυπα διαφημιστικά concept. Οι καμπάνιες "Flash back", "Τρεις φίλοι" και "Ας απολαύσουμε μια Amstel", έχουν αναδείξει τη δημιουργικότητα της Amstel και έχουν κερδίσει την αγάπη του κοινού. Ειδικότερα, η πιο πρόσφατη καμπάνια "Ας απολαύσουμε μια Amstel", η οποία αποτελείται από 4 ταινίες, αποτέλεσε μια έκπληξη για το κοινό, καθώς οι πρωταγωνιστές της, φρέσκα πρόσωπα σε στιγμές της καθημερινότητάς τους, επιλέγουν την απόλαυση μιας Amstel ως ιδανική λύση για κάθε μικρό ή μεγάλο, σημαντικό ή ασήμαντο ζήτημα. Διάσταση απόψεων, έλλειψη επιχειρημάτων, έλλειψη πρωτοτυπίας, αμηχανία... Όλα λύνονται με μια Amstel. Η πρωτοτυπία και η μεγάλη απήχηση της καμπάνιας επιβραβεύτηκε στα Ermis Awards 2005, καθώς οι ταινίες "Εργένηδες", "Χιονάνθρωπος" και "Ταινία" απέσπασαν το Ermis Silver στην κατηγορία "Σειρά 3 έργων" της ενότητας "Διαφημιστικές Ταινίες".

Πολύ θετικά σχόλια απέσπασε και η outdoor καμπάνια της Amstel με τίτλο "Χειμώνας είναι αν έτσι αισθάνεστε", η οποία βγήκε στον αέρα τον Δεκέμβριο του 2004, με στόχο τη μείωση της εποχικότητας στην κατανάλωση μπίρας. Μέσα από την ανατροπή του κατεστημένου κώδικα, "μπίρα=καλοκαίρι", που συνδυάζεται εικαστικά από τη συνύπαρξη και δραστηριότητα, ενώ ταυτόχρονα ζουν και περιβάλλονται από το "απόλυτο" χιόνι, η Amstel επικοινωνήσε το μήνυμα ότι η απόλαυση μιας μπίρας δεν έχει εποχές.

Τέλος, στο πλαίσιο επικοινωνίας της χορηγίας του Ελληνικού Πρωταθλήματος Ποδοσφαίρου, το Νοέμβριο του 2005 βγήκε στον αέρα η νέα διαφημιστική καμπάνια της Amstel με slogan: "Μπάλα χωρίς Amstel; Ούτε λεπτό!". Το νέο διαφημιστικό spot επεκτείνει τη σύνδεση της Amstel με το ποδόσφαιρο και επικοινωνεί στο κοινό ότι η απόλαυση μιας Amstel ταιριάζει απόλυτα στις μοναδικές ποδοσφαιρικές στιγμές που προσφέρει το πρωτάθλημα.

Αξίες

Η Amstel διακρίνεται για την επιθυμία της να ανανεώνεται συνεχώς και να πρωτοτυπεί. Ωστόσο, στο σύνολο της επικοινωνίας της, στη διαμόρφωση των προϊόντων και στη σχέση της με τον καταναλωτή εφαρμόζει σταθερές αξίες που τη χαρακτηρίζουν.

Έτσι, η Amstel επιδιώκει να αναδεικνύει το φιλικό, κοινωνικό της χαρακτήρα. Μια μπίρα Amstel είναι ο ιδανικός σύντροφος στην παρέα, στις στιγμές που μοιράζεται κανείς με τους φίλους και τους κοντινούς του ανθρώπους. Η απόλαυση μιας Amstel σε ωθεί να διασκεδάσεις, να χαρείς, να αξιοποιήσεις όμορφα και δημιουργικά κάθε στιγμή της ημέρας.

Αν και είναι μια μπίρα σύγχρονη που εναρμονίζεται πλήρως με την εποχή της, η Amstel διατηρεί την παράδοση και αυθεντικότητά της που την κάνει τόσο αγαπητή στο κοινό. Η Amstel σε εμπνέει να είσαι απλά ο εαυτός σου.

Παράλληλα, η Amstel διακρίνεται για την προσπάθειά της να δημιουργεί μοναδικές



εμπειρίες για το κοινό. Στο πλαίσιο αυτό, οι χορηγίες του Πρωταθλήματος Ποδοσφαίρου και της Eurovision αποτελούν για την Amstel μοναδικές ευκαιρίες να αναδείξει τόσο τον αθλητισμό όσο και τη μουσική και να προτρέψει τους φίλους

της να ζήσουν αξέχαστες στιγμές στο πλαίσιο δύο μεγάλων θεσμών.

www.amstel.gr

ΙΣΩΣ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΑΤΕ ΟΤΙ...

Amstel

- Η Amstel παρέχει πλήρη ενημέρωση γύρω από τις εξελίξεις, τους αγώνες και τους πρωταγωνιστές του ελληνικού πρωταθλήματος ποδοσφαίρου μέσα από το site της www.amstel.gr.
- Το όνομα Amstel προέρχεται από το ποτάμι Amstel που διασχίζει την πόλη του Άμστερνταμ.
- Το κόκκινο και το άσπρο χρώμα του λογοτύπου της Amstel προέρχονται, κατά μεν την επίσημη εκδοχή, από το "επίσημο" χρώμα της πόλης του Άμστερνταμ, κατά δε την ανεπίσημη εκδοχή, από το μπυλιάρδο: οι de Pester και van Marwijk Κοογ, ιδρυτές του πρώτου ζυθοποιείου Amstel, ήταν φανατικοί του μπυλιάρδου και σε παλιό πίνακα, που έχει διασωθεί, απεικονίζονται δύο κύριοι να απολαμβάνουν μια Amstel παίζοντας μπυλιάρδο. Στο τραπέζι του μπυλιάρδου διακρίνονται καθαρά μια κόκκινη και μια άσπρη μπάλα.