

JOHNNIE WALKER.



## Αγορά

Το Johnnie Walker είναι το Νο 1 Σκωτσέζικο whisky σε όλο τον κόσμο, με παρουσία σε περισσότερες από 200 χώρες και πωλήσεις που ξεπερνούν τις 120 εκατ. φιάλες κάθε χρόνο. Η μάρκα ανήκει στην εταιρεία Diageo, την κορυφαία εταιρεία premium αλκοολούχων ποτών στον κόσμο.

Η Ελλάδα είναι η μεγαλύτερη αγορά του Johnnie Walker Red Label παγκοσμίως. Η μάρκα βρίσκεται στην πρώτη θέση σε πωλήσεις στη χώρα μας για περισσότερο από 10 χρόνια, και συνεχίζει να αυξάνει διαρκώς την παρουσία και το μερίδιό της σε όλες τις περιστάσεις κατανάλωσης. Κυριότεροι ανταγωνιστές του Johnnie Walker Red Label είναι τα brands Famous Grouse, Dewar's, Haig και Cutty Sark. Η συνολική κατηγορία των standard whiskies αντιπροσωπεύει πωλήσεις 2,5 εκατ. κιβωτίων και παραμένει σταθερή την τελευταία πενταετία.

Πολύ σημαντική επίσης είναι η δυναμική του Johnnie Walker Black Label, που βρίσκεται στην τρίτη θέση της αγοράς deluxe & malts whiskies, κατηγορία που παρουσιάζει ιδιαίτερα ανοδική τάση τα τελευταία χρόνια. Άλλοι σημαντικοί παίκτες σ' αυτή την κατηγορία είναι το Chivas Regal, το Dimple, το Dewar's 12 γ.ο. και το Cardhu.

Η οικογένεια Walker συμπληρώνεται από τις ετικέτες Johnnie Walker Blue Label, Johnnie Walker Gold Label και Johnnie Walker Green Label.

## Επιτεύγματα

Συνολικά πάνω από 80 βραβεία έχει αποσπάσει το Johnnie Walker σε όλο τον κόσμο από τα τέλη του προηγούμενου αιώνα. Ωστόσο, τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια, που οι διαγωνισμοί

ποιότητας έχουν πάρει πιο επίσημο χαρακτήρα, τόσο το Johnnie Walker Red Label όσο και τα Black Label, Green Label, Gold Label και Blue Label, βρίσκονται πάντα στις πρώτες θέσεις σε έγκριτους διαγωνισμούς όπως τα International Wine & Spirit Competition και Le Monde Selection. Ιδιαίτερη μνεία αξίζει η τιμητική διάκριση του "Best Distiller in the World" που έλαβε η οικογένεια Johnnie Walker από το International Wine & Spirit Competition το 1996.

## Ιστορία

Στη Σκωτία, η παραγωγή whisky ξεκινάει επίσημα στα τέλη του 15ου αιώνα. Παρά τη βαριά φορολογία που άρχισε να επιβάλλεται στις πωλήσεις στα μέσα του επόμενου αιώνα, πολλοί Σκωτσέζοι δεν εγκατέλειψαν τις προσπάθειες και

μετέφεραν παράνομα τα αποστακτήριά τους στα βουνά. Τον 19ο αιώνα, όταν άρχισε να ελαφρύνεται σταδιακά η φορολογία, οι παραγωγοί επανέφεραν στις πόλεις τις μικρές τους επιχειρήσεις.

Τότε κάνει την εμφάνισή του ο άνθρωπος που έμελλε να αλλάξει σε μεγάλο βαθμό την ιστορία του whisky. Το 1820, ο John Walker, ιδιοκτήτης παντοπωλείου από το Kilmarnock, μια μικρή πόλη δυτικά της Σκωτίας,

αποφάσισε να δοκιμάσει την τύχη του στην τέχνη του blending, αναμειγνύοντας ποικιλίες από malt και grain whiskies

στο πίσω μέρος του μαγαζιού του. Πολύ σύντομα, η φήμη του Old Highland Whisky (όπως ονομαζόταν τότε) φθάνει σε όλη τη Σκωτία, αλλά από τα μέσα του αιώνα και πλέον, όταν πια ανέλαβε την επιχείρηση ο γιος του, Alexander Walker, άρχισαν οι πρώτες εξαγωγές, ενώ σύντομα καθιερώθηκε και η τετράγωνη φιάλη με τη διαγώνια χρυσή και μαύρη ετικέτα (το σημερινό JWBL).

Στα τέλη του αιώνα, όταν πια ανέλαβαν την επιχείρηση οι εγγονοί του John Walker, George (το επιχειρηματικό μυαλό) και Alexander ο 2ος (το ταλέντο του blending), μπήκαν οριστικά τα θεμέλια για τη δημιουργία μιας μεγάλης επιχείρησης. Αρχικά εξαγόρασαν το αποστακτήριο Cardhu εξασφαλίζοντας επαρκή ποσότητα παραγωγής, ενώ το 1909 αποφασίστηκε η μετονομασία των δύο βασικών προϊόντων του οίκου. Έτσι, το Special Old Highland Whisky και το Extra Special Old Highland Whisky έγιναν τα γνωστά μας πλέον Johnnie Walker Red Label και Johnnie Walker Black Label αντίστοιχα. Το δεύτερο, που είχε ξεκινήσει να παράγεται από το 1867, δημιουργήθηκε με στόχο να αναγνωρισθεί ως ένα whisky "το οποίο κανένα άλλο δεν θα μπορούσε να το ξεπεράσει", όπως είχε πει ο Alexander Walker.

Εκτός των προαναφερθέντων whiskies (Red και Black), η επιχείρηση προχώρησε σταδιακά στη δημιουργία τριών ακόμα μελών της οικογένειας Walker, τα Johnnie Walker Blue Label, Gold Label και Green Label, όλα τους σπάνια και εκλεκτά whiskies, που απαντούν σε όλες τις γευστικές προκλήσεις.

## Προϊόν

Το Johnnie Walker Red Label θεωρείται εδώ και πάρα πολλά χρόνια ως το αυθεντικό Scotch whisky, που αναγνωρίζεται για την πλούσια γεύση του η οποία διατηρείται ακόμα και όταν αναμειγνύεται με αναψυκτικά ή χυμούς. Το μυστικό της γεύσης του βρίσκεται στο απόσταγμα

Cardhu malt. Χαρακτηριστικό του Red Label είναι το βαθύ χρυσοκόκκινο χρώμα του και το ελαφρώς καπνώδες άρωμά του. Τα δεκάδες βραβεία ποιότητας που έχει αποσπάσει σε όλο τον κόσμο είναι μια ακόμη ένδειξη της αναμφίβολης ποιότητάς του. Οι πιο πρόσφατες τάσεις στο "mixability" του Johnnie Walker είναι τα Johnnie με ginger ale, Johnnie με lemon lime soda (sprite), Johnnie με χυμό λεμονιού και φυσικά το κλασικό Johnnie με cola.

Το Johnnie Walker Black Label είναι το γνωστότερο deluxe whisky, με χιλιάδες φανατικούς λάτρεις σε όλο τον κόσμο.

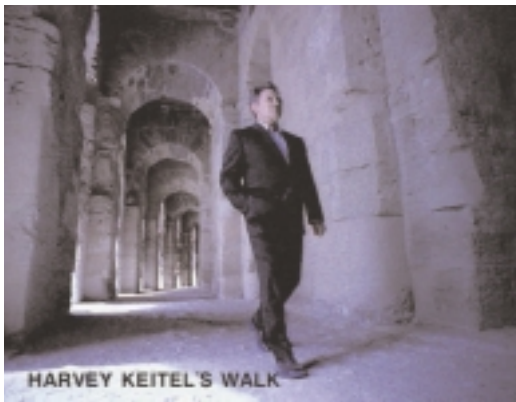
Δημιουργείται από την ανάμειξη 40 διαφορετικών κορυφαίων malt και grain whiskies,

το καθένα από τα οποία έχει αφιεθεί να ωριμάσει για πάνω από 12 χρόνια. Πρόκειται για ένα whisky με τόσο πολυσύνθετο blend, το οποίο έκανε τον διάσημο γευστή Jim Murray να το αποκαλέσει "το Έβερρεστ των deluxe whiskies". Αποτέλεσμα η βελούδινη γεύση του με έντονα καπνιστό χαρακτήρα.

Το Johnnie Walker Blue Label αποτελεί την απόλυτη έκφανση της ποιότητας του ονόματος Johnnie Walker. Ένα σπάνιο και πολύτιμο whisky, που δημιουργείται από την ανάμειξη μοναδικών whiskies - μερικά από τα οποία είναι παλαιωμένα μέχρι και 60 χρόνια - και κάθε φιάλη του οποίου συσκευάζεται, γυαλίζεται με το χέρι και είναι αριθμημένη, ως ένδειξη γνησιότητας. Πίνεται σκέτο σε ποτήρι brandy και κάθε γουλιά ιδανικά συνοδεύεται από λίγο παγωμένο νερό πριν, έτσι ώστε οι σταγόνες νερού στη στοματική κοιλότητα να αναδεικνύουν τη γεύση του.

Το Johnnie Walker Gold Label, ένα blend από 15 εκλεκτά malt και grain whiskies της Σκωτίας, παλαιωμένα για τουλάχιστον 18 χρόνια, ήταν το όραμα του Sir Alexander Walker (εγγονού του John Walker) για να εορταστούν με ιδανικό τρόπο τα 100 χρόνια από την ίδρυση του





Johnnie Walker. Δεν τα κατάφερε τότε όμως, γιατί δεν υπήρχε ο απαραίτητος αριθμός αποθεμάτων από ώριμα malt whiskies που απαιτούσε η συνταγή του. Η απαλή, πολυτελής γεύση του μεταξένιου αυτού whisky, αναδεικνύεται όταν πίνεται παγωμένο (στους -18°C διατηρούνται καλύτερα τα πλούσια χαρακτηριστικά του) σε παγωμένο ποτήρι σαμπάνιας και συνδυάζεται ιδανικά με bitter σοκολάτα και φράουλες.

Τέλος, το Johnnie Walker Green Label δημιουργείται από 15 αυστηρά επιλεγμένα island και sprints malt whiskies, που αφήνονται να ωριμάσουν για τουλάχιστον 15 χρόνια και την κατάλληλη στιγμή ενώνονται μεταξύ τους, χωρίς κανένα από αυτά να χάσει στο ελάχιστο την ιδιαιτερότητά του. Συνιστάται να πίνεται σε κρυστάλλινο ποτήρι με ένα κομμάτι πάγου, το οποίο καθώς λιώνει αναδεικνύει τα πλούσια αρώματα και τη γεύση του.

### Πρόσφατες εξελίξεις

Το 2005 το Johnnie Walker συνδέθηκε με την ομάδα της McLaren Mercedes στον σύγχρονο, δυναμικό και διεθνή κόσμο της Formula 1.

Ο περιπατητής αναγνωρίζεται διεθνώς ως σύμβολο προσωπικής προόδου και η χορηγία της ομάδας McLaren Mercedes συνδέει το Johnnie Walker με το μοναδικό άθλημα που απολαμβάνει ανάλογης παγκόσμιας αποδοχής. Το γεγονός ότι η Formula 1 είναι το σπορ με τη μεγαλύτερη τηλεθέαση παγκοσμίως δίνει στη μάρκα τεράστια δυναμική ανάπτυξης. Στρατηγικής σημασίας όμως είναι και η επιλογή της ομάδας. Οι αξίες που διέπουν τη φιλοσοφία της McLaren (καινοτομία, επιτυχία, πρωτοπορία) βρίσκονται πολύ κοντά στις αξίες του Johnnie Walker.

Επιπλέον έτσι γίνεται εμφανής η συμβολή της μάρκας στην προώθηση της ιδέας του "responsible drinking". Με το θέμα "Take the Lead, Drink Responsibly" το Johnnie Walker επικοινωνεί, σε ένα παγκόσμιο κοινό 2 δισεκατομμυρίων θεατών του αγώνισματος, την ανάγκη ελέγχου και ατομικής ευθύνης στην κατανάλωση αλκοόλ, μέσα στο περιβάλλον υψηλού επαγγελματισμού, απόλυτης ακρίβειας και καινοτομίας της Formula 1.

### Προώθηση

Μέχρι τα τέλη του 19ου αιώνα, οι διαφημίσεις του Johnnie Walker απευθύνονταν αποκλειστικά στους εμπόρους. Οι αδελφοί Walker πάντως δεν άργησαν να συνειδητοποιήσουν τη δύναμη της επικοινωνίας κι έτσι η πρώτη διαφήμιση για τους καταναλωτές εμφανίζεται το 1906, με αναφορές μόνο στην ποιότητα του προϊόντος, ενώ το 1909, ταυτόχρονα με τη μετονομασία του brand, κάνει την εμφάνισή της η διάσημη φιγούρα του Περιπατητή ("the Striding Man"), από το διάσημο σκιτσογράφο της εποχής, Tom Browne, καθώς και το πρώτο slogan "Born 1820, still going strong".

Ο Περιπατητής παραμένει μέχρι και σήμερα το σύμβολο του Johnnie Walker, μεταδίδοντας τις αξίες της μάρκας σε όλες τις γενιές. Συμβολίζει έναν κοσμοπολίτη άνδρα να προχωράει μπροστά, με συγκεκριμένο σκοπό και σιγουριά. Η κίνησή του εκφράζει την δυναμική επιχειρηματική φύση της οικογένειας Walker ενώ το ντύσιμό του αντιπροσωπεύει την εποχή που έζησε ο John Walker καθώς και τη Βρετανική προέλευση του προϊόντος.

Το Johnnie Walker συνέχισε να πρωτοπορεί στη διαφημιστική του επικοινωνία μέσα στις επόμενες δεκαετίες, με καμπάνιες που έμειναν στη μνήμη. Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια των δύο Παγκοσμίων Πολέμων, στήριξε τις προσπάθειες των Βρετανικών δυνάμεων, συνδέοντας τη μάρκα με τον κοινό αγώνα ολόκληρου του Βρετανικού λαού.

Το 1999, έχοντας ως βάση το σχέδιο του Browne, ο Michael Peters ανανέωσε το λογότυπο του Περιπατητή, η φιγούρα στο σήμα άλλαξε κατεύθυνση προχωρώντας πλέον προς τα δεξιά, για να συνάδει με το νέο slogan "Keep Walking" και τη νέα στρατηγική κατεύθυνση, που έχει ως βάση τις αξίες της προσωπικής προόδου και επιτυχίας. Ρήσεις επωνύμων και ανωνύμων προσώπων που εκφράζουν αποφασιστικότητα, επιμονή και πίστη στις δυνάμεις του καθενός για την κατάκτηση προσωπικών στόχων επιλέχθηκαν, ενώ οι τηλεοπτικές διαφημίσεις διηγήθηκαν τις ιστορίες προσώπων που νίκησαν φόβους και παλαιές αποτυχίες, κοιτώντας πάντα μπροστά (π.χ. Roberto Baggio, Harvey Keitel).

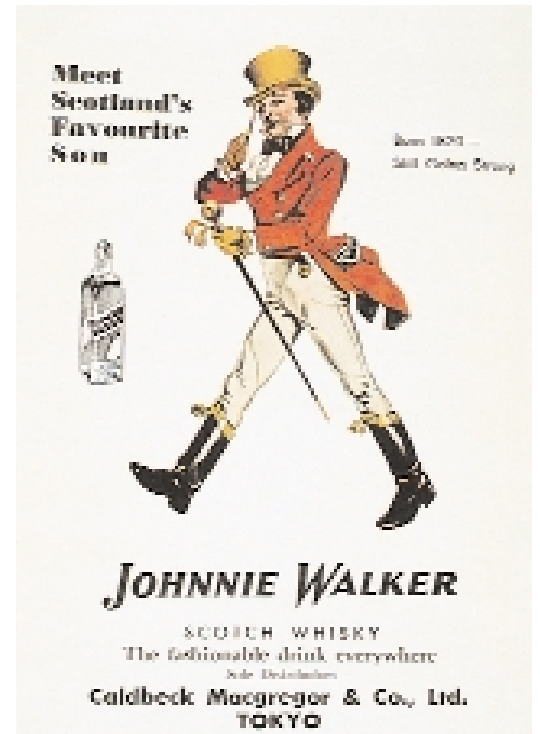
Αυτή η καμπάνια, που συνεχίστηκε με πολύ επιτυχημένες ταινίες, όπως η πρόσφατη με τους ανθρώπους-ψάρια, είναι η πρώτη επικοινωνία ποτού, που δεν περιλαμβάνει οπτική παρουσίαση προϊόντων στοιχείων, όπως η φιάλη ή σκηνές όπου ο πρωταγωνιστής φαίνεται να απολαμβάνει το ποτό του. Ο στόχος ήταν να προσδοθεί μοντέρνας χαρακτήρας στη μάρκα, να διατηρηθεί η ηγετική της θέση στην αγορά και να αναγνωρίζεται παγκοσμίως ως συνώνυμο της έννοιας της προσωπικής προόδου.

Συνεχίζοντας τις διαφημιστικές καινοτομίες, το Johnnie Walker εγκαινιάζει τη νέα του διαφημιστική καμπάνια με τον τίτλο "Painting". Το "Painting" είναι πραγματικά πρωτοποριακό σε περιεχόμενο και εκτέλεση. Για πρώτη φορά μερικοί από τους διασημότερους πίνακες ζωγραφικής ζωντανεύουν μέσω animation. Χρησιμοποιώντας πρωτοπόρες κινηματογραφικές τεχνικές, κάθε κομμάτι τέχνης συνδυάζεται με πράξη και οι περιπέτειες του παρελθόντος μεταφέρονται στο μέλλον. Το "Painting" παρουσιάζει μια ιστορία προσωπικής προόδου. Μια δραματοποιημένη εξιστόρηση του πως ένας άνθρωπος μπορεί να αλλάξει τον

κόσμο του ξεπερνώντας τα εμπόδια που εμφανίζονται στην πορεία του.

### Αξίες

Ο πυρήνας της φιλοσοφίας του Johnnie Walker είναι η πίστη στις αξίες της αρρενωπότητας, της αυθεντικότητας και της πρωτοπορίας, οι οποίες γίνονται εμφανείς όχι μόνο από το σύμβολο αλλά από όλα τα στοιχεία της εικόνας της μάρκας (αυστηρά σχηματοποιημένη φιάλη, μεγαλοπρεπής ετικέτα). Από το 1999 και έπειτα, με το λανσάρισμα της καμπάνιας "Keep Walking", ο στόχος είναι να κάνει τους καταναλωτές να νιώθουν ότι, επιλέγοντας Johnnie Walker, ταυτίζονται με τη μάρκα και εμπνέονται για την προσωπική πρόοδο και εξέλιξη.



[www.johnniewalker.com](http://www.johnniewalker.com)

ΙΣΩΣ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΑΤΕ ΟΤΙ...

### Johnnie Walker

- Κάθε χρόνο το Johnnie Walker πουλάει περίπου 11 εκατομμύρια κιβώτια σε όλο τον κόσμο ενώ το 2004 έκανε νέο ρεκόρ πωλήσεων φθάνοντας κοντά στα 12 εκατομμύρια κιβώτια.
- Περισσότερες από 4 φιάλες Johnnie Walker καταναλώνονται κάθε δευτερόλεπτο στον κόσμο.
- Από το 1933, το Johnnie Walker είναι ο επίσημος προμηθευτής της Βρετανικής βασιλικής οικογένειας, ενώ και ο Sir Winston Churchill απαιτούσε να πίνει μόνο Johnnie Walker Black Label.
- Αν τοποθετούσαμε στη σειρά τα κιβώτια JWRL που καταναλώνονται στην Ελλάδα σε ένα χρόνο, θα είχαν μήκος μεγαλύτερο από 250 χλμ!