



Αγορά

Η καπνιστική συνήθεια στην Ελλάδα παραμένει σταθερά υψηλή, σε σύγκριση με άλλες Ευρωπαϊκές χώρες όπου μειώνεται. Επίσημες έρευνες καταγράφουν διείσδυση στους ενήλικες της τάξεως του 33%, δηλαδή ένας στους τρεις ενήλικες Έλληνες καπνίζουν.

Σε τιμές λανικής, η αγορά των τσιγάρων στην Ελλάδα αγγίζει τα 3,5 δισ. Ευρώ. Ο ετήσιος όγκος της αγοράς είναι περίπου 33 δισ. τσιγάρα (μονάδα μέτρησης είναι το ένα τσιγάρο).

Η συγκεκριμένη αγορά είναι εξαιρετικά ανταγωνιστική. Κυκλοφορούν συνολικά περίπου 100 διαφορετικά εμπορικά σήματα με περισσότερες από 320 διαφορετικές συσκευασίες. Κάθε ένα από αυτά επιδιώκει να κερδίσει την εύνοια των περίπου τεσσάρων εκατομμυρίων καπνιστών και μια προεξέχουσα θέση στο κάθε σημείο πώλησης.

Τα τσιγάρα φτάνουν στον καταναλωτή μέσω του δικτύου διανομής των εταιρειών και των χονδρεμπόρων πρατηριούχων στα σημεία πώλησης, που είναι κυρίως τα περίπτερα και τα καταστήματα ψιλικών.

Μεγάλα διαφημιστικά κονδύλια απαιτούνται για την απόκτηση και διατήρηση της αναγνωρισιμότητας, την διατήρηση των μεριδίων αγοράς καθώς και για την προβολή και επικοινωνία νέων προϊόντων.

Επιτεύγματα

Το Silk Cut αποτελεί τη ναυαρχίδα των εμπορικών σημάτων της εταιρείας Gallaher Hellas, της εταιρείας που εισάγει και προωθεί τα Silk Cut στην Ελλάδα. Η Gallaher Hellas ανήκει στον όμιλο εταιρειών της Gallaher που εδρεύει στη Μεγάλη Βρετανία και είναι ένας από τους πιο σημαντικούς "παίκτες" του κλάδου, με 39% μερίδιο αγοράς. Στη Βρετανία το Silk Cut είναι το 5ο δημοφιλέστερο brand τσιγάρων, κατέχοντας συνολικό μερίδιο περίπου 6%.



Στο έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον της Ελλάδας το Silk Cut κατατάσσεται στην πρώτη δεκάδα μαρκών, έχοντας συνολικά μερίδιο της τάξεως του 4%, ενώ στην κατηγορία των Premium τσιγάρων και στην κατηγορία των τσιγάρων με χαμηλή περιεκτικότητα σε πίσσα και νικοτίνη το μερίδιό του είναι περίπου στο 8%.

Το Silk Cut κυκλοφορεί σε όλες σχεδόν τις

αγορές της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Πρόκειται για ένα υψηλής ποιότητας και εικόνας, διεθνώς καταξιωμένο εμπορικό σήμα. Κυκλοφορεί στην Ελληνική αγορά από το 1982 και είναι κυρίαρχος παίκτης στην κατηγορία των premium τσιγάρων. Στην κατηγορία του Img κατέχει εδώ και χρόνια την πρώτη θέση.

Σταθμός στην επιτυχία και το χτίσιμο της premium εικόνας του Silk Cut είναι οι γνωστές διαφημιστικές του καμπάνιες. Σε συνεργασία με την Adel Saatchi & Saatchi, η Gallaher Hellas δημιούργησε τρεις κύριες διαφημιστικές καμπάνιες με εκατοντάδες διαφορετικές εκτελέσεις. Όλες οι διαφημίσεις πετύχαιναν πάντα να εκπλήσσουν ευχάριστα το κοινό και να κρατάνε υψηλό το ενδιαφέρον για τη μάρκα.

Οι διαφημίσεις Silk Cut έχουν αποσπάσει μεγάλες διακρίσεις στα διεθνή φεστιβάλ διαφήμισης και στην Ελλάδα, κάνοντας το μωβ μετάξι χαρακτηριστικό στοιχείο του ίδιου του προϊόντος. Συνολικά, οι διαφημίσεις Silk Cut έχουν αποσπάσει 58 βραβεία δημιουργικότητας, με ύψιστη διάκριση το Gold Lion στο Cannes Festival. Επιπλέον το Silk Cut έχει διακριθεί σε πολλά φεστιβάλ για ενέργειες Customer Relationship Marketing, Direct Mail και Δημοσιών Σχέσεων, επιβεβαιώνοντας κάθε φορά την πρωτοτυπία και την εφευρετικότητα που χαρακτηρίζει τη μάρκα.

Σε επίπεδο advertising awareness το προϊόν παραμένει σταθερά στην τρίτη θέση, ανεξαρτήτως διαφημιστικής δαπάνης, τα τελευταία 5 χρόνια (Πηγή: GFK Market Analysis).



Ιστορία

Το Silk Cut υπήρχε στο portfolio της Gallaher στο Ηνωμένο Βασίλειο από τα τέλη του 1890.



Ουσιαστικά όμως το brand έγινε γνωστό το 1964, όταν λανσαρίστηκε στην Αγγλική αγορά ως το πρώτο τσιγάρο με χαμηλή περιεκτικότητα σε



πίσσα και νικοτίνη. Από τότε και σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα, η παρουσία του συνοδεύτηκε από σημαντικά υψηλές πωλήσεις. Το 1984 η βρετανική διαφημιστική Saatchi & Saatchi απέκτησε τον διαφημιστικό λογαριασμό της μάρκας και δημιούργησε την πρώτη καμπάνια "Cut Silk".

Στην Ελλάδα το Silk Cut λανσαρίστηκε το 1982 και έως το 1990 ολοκληρώθηκε μια σειρά από λανσαρίσματα διαφορετικών τύπων πίσσας-νικοτίνης, δημιουργώντας την πλήρη γκάμα Silk Cut. Το επιτυχημένο λανσάρισμα Silk Cut Μωβ, ακολούθησαν το Μπλε, Κίτρινο και το Λευκό που παραμένει πρώτο σε πωλήσεις - στο Img segment - μέχρι σήμερα. Το 1997 λανσαρίστηκε το πρώτο Silk Cut Slims. Στην Ελληνική αγορά κυκλοφορούν επίσης σε συσκευασία 100's το Μωβ και το Άσπρο.

Η διαφήμιση που υποστήριξε αρχικά το Silk Cut και στην Ελλάδα βασίστηκε στο concept





"Cut Silk" (Κομμένο Μετάξι), που αρχικά δημιουργήθηκε από τη Saatchi & Saatchi Αγγλίας και στη συνέχεια εξελίχθηκε με νέα θέματα που σχεδιάστηκαν αποκλειστικά για την Ελληνική αγορά από την Adel Saatchi & Saatchi.

Η σημαντική επιτυχία αυτής της εκστρατείας ώθησε στη συνεχή ανανέωση με νέες σειρές διαφημιστικών καμπανιών, εκ των οποίων σταθμό αποτελούν οι "Silky Cuts" και πρόσφατα, από το 2005, η καμπάνια "Must Have Silk", το concept της οποίας δημιουργήθηκε από μια βρετανική εταιρεία επικοινωνίας.

Προϊόν

Τα Silk Cut εισάγονται από το Ηνωμένο Βασίλειο. Έχουν υψηλής ποιότητας καπνά Virginia και απευθύνονται σε αυτούς που προτιμούν τη λεπτή και διακριτική γεύση. Η ποιότητα του καπνού παραμένει πάντα σταθερή και αναλλοίωτη και αυτό είναι ένας από τους σημαντικότερους λόγους για τους οποίους το κοινό των Silk Cut είναι πολύ πιστό στη μάρκα.

Η οικογένεια Silk Cut σήμερα απαρτίζεται συνολικά από 10 σήματα, Silk Cut Slims, Silk Cut 100's και Silk Cut Premium Cut. Η γκάμα των προϊόντων Silk Cut καλύπτει τις γευστικές απαιτήσεις όλων των καπνιστών, προσφέροντας διαφορετικά επίπεδα περιεκτικότητας σε πίσσα (από 7mg έως 1mg) και νικοτίνη (από 0,7mg έως 0,1mg).

Το προϊόν διανέμεται σε όλη την Ελλάδα και, όπως παραδοσιακά συμβαίνει στον κλάδο των καπνικών προϊόντων, ο μεγαλύτερος όγκος πωλήσεων γίνεται

μέσω των περιπτέρων, ενώ δεύτερο κανάλι διανομής αποτελούν τα καταστήματα ψιλικών. Ο συνολικός αριθμός των σημείων πώλησης φτάνει τα 35.000 σε όλη την Ελλάδα, ενώ υπάρχει ειδικό νομικό πλαίσιο για την παροχή άδειας πώλησης τσιγάρων.

Πρόσφατες εξελίξεις

Στα τελευταία 20 χρόνια παρουσίας του Silk Cut στην Ελληνική αγορά δεν εξελίχθηκε μόνο η διαφημιστική τους παρουσία. Η συσκευασία έχει εξελιχθεί σημαντικά έτσι ώστε πάντα να συμβαδίζει με τους κώδικες και την αισθητική των καιρών. Σταθμοί στην αισθητική των

πακέτων αποτέλεσαν οι συλλεκτικές συσκευασίες που σχεδιάστηκαν ειδικά από τον διάσημο σχεδιαστή Αϊδίνη και το ειδικό πακέτο που κυκλοφόρησε για την αλλαγή της χιλιετίας.

Το 2001 έγινε η πρώτη σημαντική αλλαγή στον σχεδιασμό του πακέτου, ενισχύοντας την εικόνα του προϊόντος ως μίας μοντέρνας πρότασης, διατηρώντας όμως ταυτόχρονα αναλλοίωτο το στυλ του. Το μοντέρνο λογότυπο και η αντικατάσταση των χρυσών στοιχείων με ασημένια ήταν μερικές από τις παρεμβάσεις που έδωσαν στο Silk Cut νέα εικόνα.

Η μεγαλύτερη διαφοροποίηση έγινε το 2003, όταν άλλαξε το σχήμα των πακέτων σε πολυγωνικό, με στρογγυλεμένες γωνίες, αναβαθμίζοντας ακόμη περισσότερο την αισθητική τους ποιότητα.

Επίσης το 2003, παρουσιάστηκε στην Ελληνική αγορά το νέο Silk Cut Premium Cut στο ξεχωριστό ασημί πακέτο, ως μια super premium πρόταση για αυτούς που θέλουν ακόμη πιο ξεχωριστή καπνιστική απόλαυση.

Ανάμεσα στις πρόσφατες εξελίξεις που επηρεάζουν την αγορά προϊόντων καπνού παγκοσμίως συγκαταλέγεται βεβαίως και η διεθνής τάση επιβολής σχετικών περιορισμών. Η καπνοβιομηχανία στην Ελλάδα εισέρχεται και αυτή σε ένα διαρκώς αυστηρότερο καθεστώς ρυθμίσεων και απαγορεύσεων. Κυρίαρχα θέματα είναι η επιβολή νέων μέτρων, τοπικής ή Ευρωπαϊκής προέλευσης, όπως είναι ο περιορισμός της διαφημιστικής επικοινωνίας, η αλλαγή στην εμφάνιση των πακέτων με τις μεγαλύτερες προειδοποιήσεις Υγείας, ακόμη και η απαγόρευση του καπνίσματος σε πολλούς "δημόσιους" χώρους.

Προώθηση

Για την προβολή των καπνικών προϊόντων στην Ελλάδα τα μέσα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν είναι συγκεκριμένα και προσδιορίζονται από το Νόμο. Για την προβολή των Silk Cut έχουν χρησιμοποιηθεί κατά καιρούς όλα τα νόμιμα μέσα, ανάλογα με τους στόχους κάθε επικοινωνίας.

Αυτό που χαρακτηρίζει τις προωθητικές ενέργειες του Silk Cut είναι ότι πρόκειται για integrated ενέργειες που εφαρμόζονται σε όλα τα παραδοσιακά και μη διαφημιστικά μέσα. Επί πλέον στοιχείο είναι η διαδραστικότητα των ενεργειών, μέσα από την οποία το κοινό μπορεί να συμμετέχει και παράλληλα να μετράται η ανταπόκρισή του.

Για την επικοινωνία της διαφημιστικής καμπάνιας των Silk Cut που απευθύνεται σε ένα ευρύτερο target-group χρησιμοποιείται κυρίως η υπαίθρια διαφήμιση. Για την επικοινωνία τακτικών ενεργειών, όπως διαγωνισμών, έχει χρησιμοποιηθεί πιο έντονα ο τύπος,



προωθητικές ενέργειες και εκδηλώσεις, το internet, το CRM, ακόμη και το ίδιο το πακέτο.

Για την προώθηση σε πιο ειδικά κοινά, όπως για παράδειγμα για την προώθηση των Silk Cut Slims που απευθύνονται κυρίως σε γυναίκες καπνίστριες, έχουν χρησιμοποιηθεί χορηγίες στον χώρο της μόδας, προβολή κυρίως σε γυναικείους τίτλους περιοδικών, CRM και ειδικές προωθητικές ενέργειες, ενώ στο παρελθόν έχουν γίνει ειδικές ενέργειες πάνω στις συσκευασίες των προϊόντων με τη μορφή συλλεκτικών πακέτων.

Στο παρελθόν σημαντική ήταν η σύνδεση των Silk Cut με τη μουσική Jazz. Για 10 χρόνια περίπου τα Silk Cut ήταν χορηγοί σε σημαντικές συναυλίες καλλιτεχνών στον ευρύτερο χώρο της Jazz μουσικής, όπως των Miles Davies, Wynton Marsalis, Blues Brothers και άλλων.

Αξίες

Το Silk Cut είναι ποιοτικό, μοντέρνο, απλό αλλά με χιούμορ, πρωτότυπο, δημιουργικό, αυθεντικό και με μοναδικό στυλ.

Απευθύνεται σε ανθρώπους κοινωνικούς, που βγαίνουν έξω, που ζουν στον παλμό της εποχής και, ως επί το πλείστον, διαμένουν στα αστικά κέντρα. Όλα αυτά που χαρακτηρίζουν το Silk Cut και το συνοδεύουν τα τελευταία 20 χρόνια συνοψίζονται στη φράση: "Mild Style with a witty smile".



www.gallaher-group.com

ΙΣΩΣ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΑΤΕ ΟΤΙ...

Silk Cut

- Το 2004 πουλήθηκαν περίπου 60 εκατομμύρια πακέτα Silk Cut από την Gallaher Hellas.
- Αποκλειστικά μόνο το πάνω μέρος του φυτού του καπνού επιλέγεται για την παραγωγή των Silk Cut.
- Το Χρυσό Λιοντάρι του Φεστιβάλ διαφήμισης στις Κάννες το 1992, για το θέμα Silk Cut "Κρεατομηχανή", είναι η υπέρτατη διάκριση που έχει πάρει ποτέ ελληνική διαφημιστική εταιρεία.
- Όλα τα ζώα που φωτογραφήθηκαν για τις καμπάνιες "Must have Silk" και "Silky Cuts" είναι ζωντανά και έτυχαν της καλύτερης αντιμετώπισης.
- Για την δημιουργία των θεμάτων, το Silk Cut έχει ταξιδέψει σε Αυστρία, Γερμανία, Αίγυπτο, Μαλδίβες, Αυστραλία, Μοζαμβίκη και Cape Town.