

# KEEP WALKING™

JOHNNIE WALKER®



## Αγορά

Το Johnnie Walker είναι το No 1 σκοτσέζικο whisky σε όλο τον κόσμο, με παρουσία περίπου σε 200 χώρες και πωλήσεις που ξεπερνούν τις 184 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 περισσότερα από 10 χρόνια και συνεχίζει να διευρύνει 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 στη δεύτερη θέση της αγοράς deluxe & malt 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 y.o. και το Cardhu.

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

## Επιτεύγματα

Συνολικά, το Johnnie Walker έχει αποσπάσει περισσότερα από 80 βραβεία 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 "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 ξεκινά επίσημα στα τέλη του 15ου αιώνα. Παρά τη βαριά φορολογία που άρχισε να επιβάλλεται στις πωλήσεις στα μέσα του επόμενου αιώνα, πολλοί

Σκοτσέζοι δεν εγκατέλειψαν τις προσπάθειες και μετέφεραν παράνομα τα αποστακτήριά τους στα βουνά. Τον 19ο αιώνα, όταν άρχισε να μειώνεται 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 στα 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) εξαπλώθηκε σε όλη τη Σκωτία, αλλά από τα μέσα του αιώνα, όταν την επιχείρηση ανέλαβε ο γιος του, Alexander Walker, άρχισαν και οι πρώτες εξαγωγές, ενώ σύντομα καθιερώθηκε και η τετράγωνη φιάλη με τη διαγώνια χρυσή και μαύρη ετικέτα (το σημερινό Johnnie Walker Black Label).

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 αναγνωριστεί ως ένα whisky, «το οποίο κανένα άλλο δεν θα μπορέσει 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 Green Label, Gold Label και Blue Label, όλα τους σπάνια και εκλεκτά whiskies, που απαντούν σε όλες τις γευστηγολογικές 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 επίσης 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 αναμ-

φίβολης ποιότητάς του.

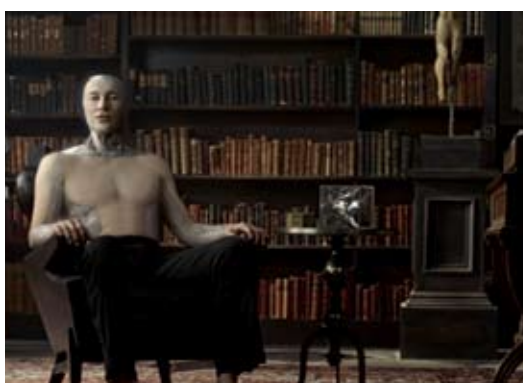
Το Johnnie Walker Black Label είναι το γνωστότερο deluxe whisky, με χιλιάδες φανατικούς λάτρεις σε όλο τον κόσμο. Δημιουργείται από την ανάμειξη 40 διαφορετικών κορυφαίων malt και grain whiskies, το καθένα από τα οποία έχει αφεθεί να ωριμάσει για πάνω από 12 χρόνια. Πρόκειται για ένα whisky με τόσο πολυσύνθετο blend, το οποίο έκανε το διάσημο γευστηγολογικό Jim Murray να το αποκαλέσει «το Έβερест των deluxe whiskies». Αποτέλεσμα: η βαθιά, πολύπλοκη και ισορροπημένη γεύση του.

Το Johnnie Walker Green Label δημιουργείται από αυστηρά επιλεγμένα malt whiskies, εκ των οποίων 4 είναι επώνυμα (Talisker, Linkwood, Cragganmore, Caol Ila). Τα αποστάγματα αφήνονται να ωριμάσουν για τουλάχιστον 15 χρόνια και την κατάλληλη στιγμή συνδυάζονται μεταξύ τους, χωρίς κανένα από αυτά να χάσει την ιδιαιτερότητά του. Συνιστάται να πίνεται σε κλασικό ποτήρι whisky με ένα κομμάτι πάγο που, καθώς λιώνει, αναδεικνύει τα πλούσια αρώματα και τη γεύση του.

Το Johnnie Walker Gold Label, ένα blend από εκλεκτά αποστάγματα, παλαιωμένα για τουλάχιστον 18 χρόνια, αποτελεί το όραμα του Sir Alexander Walker (εγγονού του John Walker) να δημιουργήσει το «Blend της Εκατονταετίας» με αφορμή τον εορτασμό των 100 χρόνων από την ίδρυση του οίκου Walker. Το όραμα έγινε πραγματικότητα πολύ αργότερα, μια και τότε 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, σε παγωμένο ποτήρι σαμπάνιας και συνδυάζεται ιδανικά με bitter σοκολάτα ή φράουλες.

Το Johnnie Walker Blue Label αποτελεί την απόλυτη έκφανση της ποιότητας του ονόματος Johnnie Walker. Ένα whisky πολύτιμο, που δημιουργείται από την ανάμειξη μοναδικών και σπάνιων αποσταγμάτων, μερικά από τα οποία είναι παλαιωμένα έως και 60 χρόνια. Κάποια από τα αποστακτήρια, που έχουν





δημιουργήσει αυτά τα αποστάγματα, δεν υπάρχουν πια και αυτό τα καθιστά πραγματικά αναντικατάστατα. Κάθε φιάλη συσκευάζεται, γυαλίζεται με το χέρι και είναι αριθμημένη, πιστοποιώντας την αυθεντικότητά του. Πίνεται σκέτο, σε ποτήρι brandy.

### Πρόσφατες εξελίξεις

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

Ο Περιπατητής αναγνωρίζεται διεθνώς ως σύμβολο προσωπικής προόδου και η χορηγία της ομάδας Vodafone 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 σηματοδοτεί μια τεράστια δυναμική ανάπτυξης για τη μάρκα. Επιπλέον έτσι γίνεται εμφανής η συμβολή της μάρκας στην προώθηση της ιδέας της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ.

Με το μήνυμα "Take the Lead, Drink Responsibly"

το Johnnie Walker επικοινωνεί, σε ένα παγκόσμιο κοινό 2 δισεκατομμυρίων θεατών του αγωνίσματος, την ανάγκη ελέγχου και ατομικής ευθύνης στην κατανάλωση αλκοόλ, μέσα στο περιβάλλον υψηλού επαγγελματισμού, απόλυτης ακρίβειας και καινοτομίας της Formula 1.

### Πρωώθηση

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 εμφανίστηκε το 1906, με αναφορές μόνο στην ποιότητα του προϊόντος, ενώ το 1908, κάνει την εμφάνισή της η διάσημη φιγούρα του Περιπατητή (the Striding Man), από το διάσημο σκιτσογράφο της εποχής, Tom Browne, καθώς και το πρώτο σλόγκαν "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 που προχωρά μπροστά, με συγκεκριμένο σκοπό και σιγουριά. Η κίνησή του εκφράζει τη 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 χαραγμένες στη μνήμη του κοινού. 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. Επιλέχθηκαν ρήσεις επωνύμων αλλά και ανωνύμων, που εκφράζουν αποφασιστικότητα, επιμονή και πίστη στις δυνάμεις του καθενός για την κατάκτηση προσωπικών στόχων, ενώ οι τηλεοπτικές διαφημίσεις αφηγήθηκαν τις ιστορίες προσώπων που νίκησαν φόβους και παλιές αποτυχίες, κοιτώντας πάντα μπροστά (π.χ. Roberto Baggio, Harvey Keitel).

Αυτή η καμπάνια, που συνεχίστηκε με πολύ επιτυχημένες διαφημιστικές ταινίες, όπως με τους ανθρώπους-ψάρια και τους πινάκες, 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 μοντέρνος χαρακτήρας στη μάρκα, να διατηρηθεί η ηγετική της θέση στην αγορά και να αναγνωρίζεται παγκοσμίως ως σύζυγος της έννοιας της προσωπικής προόδου.

Συνεχίζοντας τις διαφημιστικές καινοτομίες, το Johnnie Walker παρουσίασε τη νέα διαφημιστική του καμπάνια με τον τίτλο "Human". Η ταινία "Human", χρησιμοποιώντας πρωτοπόρες κινηματογραφικές τεχνικές και τελευταία μέσα τεχνολογίας, επικεντρωνόταν στο συλλογισμό ενός νοήμονος και δυνατού ανδρείδους και στην επιθυμία του να αποκτήσει δυνατότητες όπως η δημιουργικότητα και η παρόρμηση, που όμως χαρακτηρίζουν την ανθρώπινη φύση και δεν μπορούν να προγραμματιστούν. Το "Human", όπως υποστηρίζουν και οι δημιουργοί του, αντιπρο-

σώπυε στο μέγιστο βαθμό τη βαθύτερη ανάγκη μας για την ενθάρρυνση της προσωπικής προόδου.

### 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 τους πρόοδο και εξέλιξη.



### Ίσως δε γνωρίζατε ότι...

- Το 2007 το Johnnie Walker παγκοσμίως έκανε νέο ρεκόρ πωλήσεων ξεπερνώντας τα 15 εκατ. κιβώτια.
- Περισσότερες από 6 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 Johnnie Walker Red Label που καταναλώνονται στην Ελλάδα σε ένα χρόνο, θα είχαν μήκος μεγαλύτερο από 250 χλμ!
- Ο Περιπατητής του Johnnie Walker αναδείχτηκε το 2005 σε παγκόσμια έρευνα της Research International ως το πιο αναγνωρίσιμο λογότυπο στην Ελλάδα, ενώ συγχρόνως το ίδιο το Johnnie Walker θεωρείται από τους Έλληνες καταναλωτές μία από τις κορυφαίες μάρκες διεθνούς φήμης.