



ПАЗАР

След ракията и водката, уискито е третиият най-популярен високоалкохолен продукт в България. Близо 40% от всички потребители на алкохол в страната пият уиски. От традиционна напитка за Великобритания, САЩ и Канада то бързо добива популярност и сред българските консуматори благодарение на навлизането на световните марки. Питието се превръща в символ на класа, лукс и изискан вкус. Консуматорите са предимно мъже, живеещи в градовете, на възраст между 25 и 55 години. Българските марки са предпочитани за потребление в домашна обстановка, докато в заведенията по-търсени са чуждите брандове (Източник: TGI, „Маркет Тест“, 2005–2006). С течение на времето близо две трети от пазара на уиски в България се заемат от родни марки, като повечето от тях



страгат от т.нар. криза на идентичността и се асоциират пряко с имиджа на производителя. Black Ram уиски успява да извоюва собствен образ и да удовлетвори изискванията на потребителите, като предлага високото качество и имиджа на вносните уискита, но на по-достъпна цена. Затова много бързо спечелва преднина пред преките си конкуренти и се превръща в лидер на пазара на блендирано уиски в България.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Благодарение на успешното позициониране на продукта и маркетинговата комуникация Black Ram уиски за кратък срок достига високи нива на спонтанна познатост – 18%. Процентът е близък до този на световноизвестните марки уиски, които се предлагат в България (Източник: Институт за маркетингови проучвания GfK България, 2005 г.).

ИСТОРИЯ

Марката Black Ram уиски е създадена в началото на 2004 г. Дизайнът на бутилката и етикета са на известната английска компания „Блек Бърнс“. Опаковката е отличителна и лесно разпознаваема.

Създателите на бранда са били вдъхновени от легенда, известна на малцина.

Black Ram уиски е създадено с качествени отлежали вносни дестилати. За нуждите на българския пазар е разработен специален бленд (смесване на различни уиски дестилати).

Целта на създаването на Black Ram е да разпространи и направи по-достъпна една традиция.

ПРОДУКТЪТ

Black Ram уиски съчетава в себе си силата на златния ечемик с мекотата на бистрата планинска вода. То се отличава със силен характер и благороден вкус.

За производството на Black

Ram уиски „Винпром Пещера“ основно внася суровина от партниращите и традиционните производители на уиски дестилати. Уникалният баланс между вкус и аромат на Black Ram уиски е постигнат с прецизно блендиране на различни дестилати. За нуждите на българския пазар е създаден специален бленд, в който са смесени над 30 вида малцови и зърнени дестилати. Според един от експертите, участвали в създаването на Black Ram уиски, тайната на рецептата е взимане на „капка от гордостта и силата на природата“. Истината



е, че всяка дестилерия пази ревниво тайната на своето производство. Затова дори и при използването на близки по качество суровини вкусът на крайния продукт е различен. Именно смесването на много видове дестилати, отлежали в продължение на различен период от време, е един от факторите, които създават характера на уискито. Това смесване в страните – производителки на дестилати, се нарича „изкуство на купажора“. Уискито отлежава минимум три години в дъбови бъчви.

Black Ram уиски се отличава със златисто-жълтия си цвят с фини кафяви оттенъци, приятния аромат на дъб и малц и леките опушени тонове. Вкусът е пътен и хармоничен, с малцов завършек. Понастоящем на пазара продуктът се предлага в бутилки от 1 л, 0,7 л, 0,5 л и 0,2 л. Брандът е позициониран в горен базисен клас: уискито е малко



по-скъпо от останалите български марки и по-евтино от международните.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Въпреки че е отскоро на пазара, Black Ram уиски е лидер сред българските марки уиски и продължава да увеличава пазарния си дял. Пред потребителя марката успява да си изгради имидж на марка, предлагаща високо и постоянно качество на добра цена.

ПРОМОЦИЯ

Комуникацията на Black Ram уиски минава под слогана „Силата на една легенда“ и залага на традиция, качество и имидж. Първата рекламна кампания е през 2004 година.

Една легенда намира въплъщение и съхранение в напитка. За кратко време марката успява да установи емоционална връзка с потребителя. Преданието за Черния овен се възприема и харесва от целевата аудитория. Рекламната активност на марката се проявява по всички канали – телевизия, преса, PR и др. Съществена роля изиграва успешната PR кампания през 2005 г., подкрепена от гостуващ експерт, участвал в създаването на уискито. Първият национален фотоконкурс на Black Ram – „Силата на една легенда“, събира хиляди участници и отвежда победителката Катлина Красимирова за пет дни в страната на уискито – Шотландия. В духа на традицията, стар-

тира и Втори национален фотоконкурс на тема „Легендарни заведе-ния“. Голямата награда на фотоконкурса е обиколка на пет легендарни пъба в Единбург. Чрез своята активност Black Ram успява да подобри значително уиски културата на масовия български потребител. Това е важно постиже-

ние, като се има предвид, че уискито не е традиционна напитка за България.

Рекламните телевизионни клипове са два. Първият акцентира на легендата, качествените суровини и начина на производство. Вторият, стартирал с кампания 2006, е естествено продължение на първия. Той показва мястото на консумацията и как легендата достига до сърцата на хората.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Black Ram уиски съчетава традиция, автентичност, мъжественост, стил и благородство. Марката предлага високо и постоянно качество на добра цена.



BLACK RAM

Силата на една легенда



Black Ram Whisky
награждава Вашите най-добри фотолегенди,
разказани със силата на обекта!

Първият национален фотоконкурс за обекта на тема „Силата на една легенда“!
Двама отлични участника!
Специално жури изпраща подарък на Black Ram Whisky да пусне легенда на обекта,
когато ще бъде последният ден на светла легенда!

Голямата награда - 5 дни в Единбург печели
Катлина Красимирова! Печели със силата „Златната легенда“!

Втора награда - цифров фотопаркет SAMSUNG DIGIMAX A7 печели
Анастас Панаев! Печели със силата „Златната легенда“!

Трета награда - книга „История на уискито“ печели
Таня Георгиева! Печели със силата „Златната легенда“!



BLACK RAM
WHISKY

www.blackramwhisky.com

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

BLACK RAM УИСКИ

- Най-запомнящият се елемент от телевизионните рекламни клипове на Black Ram уиски е овенът върху скалата. Животното се смята за символ на плодородие и мъжественост. Много древни бозове са изобразявани с глава на овен. Един от най-известните е Бафомет, почитан от рицарите тамплиери.
- Black Ram уиски, организира изложба на тема „Силата на една легенда“, която събира най-добрите фотографии от едноименния Първи национален конкурс.
- Двама са щастливците, посетили Шотландия благодарение на Black Ram уиски. За всеки от тях предварително е подготвена специална програма, включваща посещение на уиски дестилерия, на музея на уискито, на известни пъбове и забележителности.
- Тъй като са направени от гърво, бъчвите за уиски никога не могат да бъдат херметично затворени. Всъщност способността им да „дишат“ е много важна за вкуса на крайния продукт. Една бъчва губи около 2% от съдържанието си на година. Тази загуба е известна като „ангелски данък“.
- Първият бленд е бил създаден от Ангрю Ашър, който смесил малцови дестилати, отлежал различно време. По-късно неговият син Ашър-младши започнал смесването на малцово със зърнено уиски. В резултат се получило по-меко уиски, с по-лек вкус и в крайна сметка по-харесвано от потребителя в световен мащаб.