



Ballantine's®

The Scotch

Tržište

Ballantine's je vrhunski svjetski whisky, usmjeren na aktivne, otvorene, mlade profesionalce, povremene i regularne uživatelje vrhunskog whiskyja. Ballantine's uvijek daje prednost sastojcima pred stilom. Ključna tržišta za Ballantine's Finest su: Španjolska sa 18 milijuna prodanih sanduka, Francuska sa 65 milijuna sanduka, Njemačka sa 31 milijun sanduka, Australija sa 186 milijuna sanduka, Italija sa 175 milijuna sanduka, SAD sa 13 milijuna sanduka, Kanada i Venezuela sa 11 milijuna sanduka te Grčka sa 10 milijuna prodanih sanduka.

Ključno tržište za Ballantine's 17YO je Koreja sa 110000 sanduka, dok je za Ballantine's 30YO ostvarena prodaja od 21000 sanduka na ključnim tržištima Azije i Duty Free prodajnim mjestima. Ballantine's je No.1 super premium whisky u Koreji.

Dostignuća

Svake se godine proda 6 milijuna sanduka i više od 60 milijuna boca iz Ballantine's obitelji. Ballantine's ima ponudu proizvoda osobitih karakteristika bez premca, a bogata povijest koja stoji iza svih proizvoda taj portfolio čini još ekskluzivnijim.

Ballantine's je dobio mnoga priznanja i nagrade koje samo potvrđuju njegovu kvalitetu i prepoznatljivost. Ballantine's miješa whiskyje već više od 175 godina, a znanja stapanja whiskyja Georga Ballantine'sa prenose se s generacije na generaciju. Njegovo je nasljedstvo od velikog značaja u suvremenom Ballantine'su.

Unutar portfolija proizvoda postoji velika postojanost i dosljednost, kao posljedica činjenice da su, u posljednjih 90 godina, na tržištu bila prisutna samo 3 master blendera Ballantine'sa.

Povijest

Godine 1827. George Ballantine otvara ponudu odabranih vrsta whiskyja u svojoj trgovini namimicama u Cowgateu, starom dijelu Edinburgha. To je bilo rođenje onoga što je postalo najpoznatijim svjetskim škotskim whisky imenom.

Reakcija na whisky bila je nevjerojatna i rezultirala je ubrzanim rastom posla. 1836. George Ballantine seli



svoje poslovanje u Glasgow, a u poslu mu se pridružuju i sinovi. Novosti o izvrsnom whiskyju putuju i brzo i daleko te se uskoro počinje izvoziti Ballantine's Scotch whisky.

Za svoga posjeta Glasgowu kraljica Victoria dodijelila je tvrtci Royal Warrant (Kraljevsku garanciju) u znak prepoznavanja superiorne kvalitete robne marke.

Rast popularnosti za sobom povlači i komercijalne uspjehe pa je ugledna tvrtka Barclay and McKinlay prepoznala iznimni potencijal tvrtke „George Ballantine and Son“, preuzela poslovanje i nastavila njen daljnji rast.

Godine 1933., ukidanjem prohibicije u Americi, popularnost Ballantine's whiskyja iznimno se povećala te Ballantine's razvija snažnu povezanost s popularnim klubom 21 Club na Manhattanu.

1938. godine Ballantine's je primio Grant of Heraldic Arms, čime je robnoj marki odano priznanje kao 'incorporation noble on the Noblesse of Scotland'. Do današnjega dana grb se pojavljuje na svakoj boci Ballantine'sa. 1945., u poslijeratnom razdoblju, bogatstvo Scotch whiskyja osvaja Europu te se utemeljuje distribucijska mreža u području u kojem su luksuzna dobra rijetkost.

1970. godine Ballantine's lansirala kampanju „The Good Life“ koja predstavlja način života obuzet težnjom. Kampanja je dosljedno koništena na tržištima Ballantine's Finest više od 15 godina, omogućavajući da Ballantine's postane sinonim za aspiracijski životni stil.

Godine 1995. Allied Lyons preuzima španjolskog diva na

tržištu pića, distributera Ballantine'sa, Domecq te se stvara se Allied Domecq, čime počinje nova faza razvoja Ballantine'sa.

U proteklih 14 godina, osim odlične suradnje s ugostiteljima i hotelijerima, lansirane su globalne kampanje na svim razinama tržišta. Tako je 1996. godine lansirana kampanja „Urban High“ koja je u gradove dovela snowboard natjecanja i nastupe svjetski popularnih glazbenika te globalna kampanja „Inspiration“ za Ballantine's Finest. „Trenutak Inspiracije“ kampanja je koja je komunicirala kombinaciju elemenata Škotske i Hrvatske. „Važno je ono unutra“, kampanja iz 2000. godine, izražavala je zajedničke vrijednosti potrošača i Ballantine'sa, dok je 2002. godine kampanja „Go Play“ bila namijenjena mlađoj publici.

2003. godine, uz brojne nagrade i medalje za Ballantine's Aged whiskyje, Allied Distillers osvaja Distiller of the Year nagradu na Međunarodnom natjecanju vina i žestokih pića (International Wines and Spirits competition), po treći puta u 7 godina.

Međunarodni izazov žestokih pića, International Spirits Challenge, natjecanje utemeljeno 1995. godine, predstavlja nagradu nezavisnoga tijela koja se donosi temeljem odluke nakon kušanja od strane niza stručnjaka iz industrije. Ballantine's je tri godine zaredom osvojio tu nagradu, zlato 2003. godine, a srebro sedam puta.

Godine 2005. Pernod-Ricard preuzima Allied Domecq, a s njime i Ballantine's.

Proizvod

Ballantine's obitelj sastoji se od najrazličitijeg odabira kvalitetno miješanog Scotch whiskyja dostupnog na svjetskoj razini.

Ballantine's Finest je kompleksni, rafinirani i elegantno zamiješan Scotch whisky. Njegov okus zadovoljava





moderan stil, dok njegova svijetlo zlatna boja i nepogrešiv okus proizlaze iz složene mješavine više od 50 vrsta slada, od kojih su svi zriili najmanje 3 godine, a mnogi i duže. Okusi slada s područja Miltonduffa i Glenburgiea daju Ballantine's Finestu dašak čokolade, jabuke i vanilije.

Ballantine's 12 Year Old (Gold Seal) ima kompleksan i zaokružen okus te se u savršenoj ravnoteži spaja s hrastovinom, voćem, začинима i kremastom teksturom. Ballantine's 12 Years Old (Gold Seal) gladak whisky sačinjen od preko 40 posebno odabranih *single malt* i žitnih whiskyja, od kojih je svaki zrio najmanje 12 godina. Predstavljen je 1964. te je tijekom godina dobio mnoge međunarodne nagrade i priznanja. Postavio je međunarodni zlatni standard za vrhunske Scotch whiskyje.

Ballantine's 12 Years Old (Tall Round, dostupan samo u Latinskoj Americi) pridružio se obitelji Ballantine's posljednjom inovacijom u ambalaži i prezentaciji robne marke. Bogat je, punog okusa i naglašava sve kvalitete 12 Year Old whiskyja.

Ballantine's 17 Year Old potječe od klasičnoga recepta koji datira 75 godina u prošlost i uglavnom se nije promijenio otkada je po njemu prvi puta proizveden. Recept se pažljivo čuva i brižno se predaje od *master blendera* do *master blendera*. Preko 40 različitih sladova i žitarica iz svih regija Škotske orkestrirani su u ovaj klasik, stvarajući kompleksan okus koji utjelovljuje istinski duh Škotske. Stoga ne čudi što je u konkurenciji 17 godina starih whiskyja na svjetskoj pozornici baš on dobio najviše nagrada.

Ballantine's 21 Year Old stručnjaci smatraju prvorazrednim vrhunskim Scotch whiskyjem. Dobitnik je zlatne medalje na International Wine & Spirit Challengeu

1998. godine. Ova se sofisticirana mješavina uvelike prodaje na međunarodnom Duty Free tržištu i odabranim domaćim tržištima.

Ballantine's 30 Year Old ultimativan je među prvorazrednim vrhunskim Scotch whiskyjima te visoko kotira među najskupljim i probranim svjetskim whiskyjima. Rijetka je i ekskluzivna mješavina škotskih najfinijih sladova, od kojih je svaki najmanje 30 godina zrio do savršenstva u hrastovim bačvama. Dostupan je samo u ograničenim količinama, a njegova je potražnja oduvijek uvelike premašivala ponudu. To je izniman izbor za vrhunske stručnjake koji su spremni izdvojiti više kako bi imali najbolje.

Ballantine'su su kraljica Victoria i kralj Edward VII dodijelili Royal Warrants čiji se znak pojavljuje na vratu naljepnice. Royal Warrant vrlo je prestižna oznaka kvalitete i izvrsnosti, a istovremeno je i priznanje za opskrbljivanje britanske kraljevske obitelji vrhunskim namenicama.

Nedavni razvoj

Ballantine's se u Hrvatskoj razvio u vodeći uvozni whisky u zadnjih 14 godina. Danas Ballantine's ima 74% tržišnog udjela u segmentu Standard Blended Scotch whiskyja (najveći udio u svijetu) i 56% ukupnog Scotch whisky tržišta u Hrvatskoj. Lojalnost potrošača vidi se iz istraživanja tržišta u kojima Ballantine's zauzima prvo mjesto po svim marketinškim indikatorima. Atribut „najveći whisky u Hrvatskoj” dobio je zahvaljujući izvrsnoj marketinškoj strategiji i aktivnostima.

Godine 2005. pokrenuta je „The Scotch” kampanja o kvaliteti Ballantine'sa i premium pozicioniranju, a 2007. godine započinje kampanja „Leave An Impression”,

kampanja o izražajnom i modernom stilu Ballantine's potrošača.

Promocija

Jedna od Ballantine's promotivnih tema bazira se na grbu i 4 prirodna elementa: zemlji, vatri, vodi i zraku. Razvijena je kako bi robna marka Ballantine's prezentirala svoju kvalitetu kroz 4 osnovna elementa života.

Razvijen je i niz promotivnih koncepata koji se mogu prilagođavati prema različitim lokalnim tržištima slijedeći vrijednosti robne marke. Tri koncepta jesu: „Najbolja mjesta” („The Finest Seats”), drugi je „Iskusite najbolje” („Experience the Finest”), a treći je „Najfiniji svjetski” („The World's Finest”).

Povezivanje sa stvarima karakterističnim za Škotsku kao što su pecanje, šetnje, pogled, hoteli, vanjske aktivnosti, odjeća, glineni golubovi i spomenici jača Ballantine's škotsko naslijeđe. Uživajući u Ballantine'su, potrošači imaju priliku uživati u najboljem što Škotska ima za ponuditi.

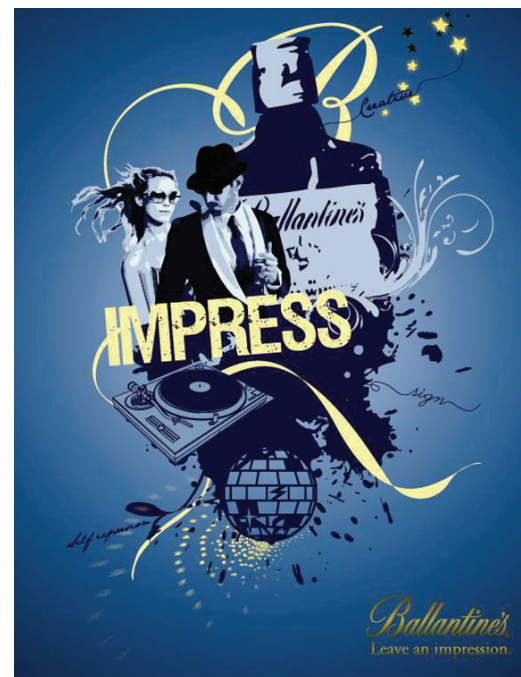
Ballantine's je poznat kao „The Scotch” jer je najbolji. Kako bismo nagradili korisnike za uživanje „Najboljeg”, nudimo im da kušaju najbolje od svega. To ojačava imidž robne marke Ballantine's kao kvalitetnog Scotcha, najboljeg na svijetu.

Vrijednosti robne marke

Ballantine's je „The Scotch”. Vrijednosti Ballantine'sa autentična su klasika, elegancija i prtajeno samopouzdanje.

Ballantine's je vrlo autentičan te ponosno naglašava svoje prednosti putem grba i potpisa Georgea Ballantinea.

www.ballantines.com



JESTE LI ZNALI...

Ballantine's

- Svake se sekunde u svijetu prodaju 2 boce Ballantine'sa.
- Ballantine's konstantno osvaja vrhunska priznanja na najprestižnijim svjetskim natjecanjima.
- Ballantine's posjeduje i oznake švedske i belgijske kraljevske obitelji te na taj način potvrđuje međunarodnu priznatost njegove kvalitete.
- Koreja je najveće svjetsko tržište *deluxe* whiskyja.
- Ballantine's je, po obimu i vrijednosti, treći svjetski najveći whiskey.
- Ballantine's je broj 1 ili 2 Scotch whisky robna marka na 20 europskih tržišta.

