

ABSOLUT® Country of Sweden VODKA

מותג הוודקה אבסולוט הציב השנה מחדש את האייקוניות הקריאטיבית שלו במרכז הפעילות השיווקית; בישראל, הוביל האמן ניר הוד את המהלך בסדרת כרזות יצירתיות עוצרות נשימה

הוודקה לראשונה בשווקים מחוץ לגבולות שבדיה.

במספר מהלכי שיווק מבריקים הצליח המותג לכבוש את השוק האמריקני. תחילה, שונה שם המותג ל-ABSOLUT: האות

"E" הושמטה ככונה, על מנת

שניתן יהיה לרשום את שם

המותג כסימן מסחרי. שנית,

עיצוב הבקבוק שונה, והוא

הפך להיות בקבוק שקוף

המקבל את השראתו העיצובית

מבקבוק רוקחות שוודי מהמאה ה-18.

מיצוב המותג בשוק האמריקאי נתמך במהלך ארוך שנים, שמרכזו מודעות וכרזות פרסום, שעוצבו בידי אמנים כדוגמת אנדי וורהול, קית' הרינג, ז'אן מישל בסקיאט, דמיאן הירסט ואחרים. בכל הכרזות נראה הבקבוק במרכז התמונה, בין אם הוא מופיע באופן ישיר ובין באופן עקיף. כל כרזה לוותה במסר ייחודי, והשילוב בין האמנות לטקסט יצרו את האייקון הקריאטיבי של המותג, שגם השכיל להתכתב עם התקופה ועם המקום שבו יצאה הכרזה לאור.

בשנת 2007 שינתה אבסולוט את הקו השיווקי-פרסומי שבו נקטה במשך שלושה עשורים והחלה לנהל

לארס אולסון סמית, יזם שבדי צעיר ובעל חזון, רצה לייצר את הוודקה הנקייה והטהורה ביותר בעולם, ובמשך שנים פיתח שיטת זיקוק ייחודית - זיקוק מתמשך. שיטת הזיקוק המתמשך אינה מצריכה סינון כפחם ועל כן הוודקה המיוצרת באמצעותה היא נקייה וטהורה. בשנת 1879 השיק לארס את הוודקה שלו וקרא לה "אבסולוט רנט ברנווין" - שפירושה בשבדית: וודקה טהורה לחלוטין. אבסולוט וודקה עשויה מרכיבים טבעיים בלבד: מי באר טהורים וחיטת חורף עשירה בעמילן. ובשונה מוודקות אחרות היא אינה מכילה תוספת סוכר. אבסולוט היא בעלת טעם עשיר, גוף מלא ומורכב ועם זאת היא חלקה ועדינה.

כל בקבוק אבסולוט שנמזג בעולם מיוצר באותו מקום, בדרום מערב שבדיה בעיירה הצ'ורית - אוהוס, מה שמבטיח בקרת איכות אחידה לכל בקבוק.

מימיה הראשונה, אבסולוט וודקה הפכה להצלחה בשבדיה. בתחילה, הוודקה לא נמכרה כלל בעיר הבירה שטוקהולם, וניתן היה לרכוש את וודקה באי קטן סמוך לעיר. המותג הציע ללקוחות הפוטנציאליים שייט חינם לאי, ובכך הפך את רכישת הוודקה לטיול ולחוויה בפני עצמה.

בשנות ה-70 נרכש המותג על ידי תאגיד האלכוהול הממשלתי השבדי, V&S Group, ובשנת 1979 נמכרה



קמפיין חדש תחת הכותרת "In an Absolut World" ("בעולם אבסולוטי"), במסגרתו הוצגו מצבים שונים ומשונים, חלקם דמיוניים, המתארים את העולם על פי ערכי המותג.

בשנת 2008 רכש תאגיד האלכוהול פרנו-ריקארד את השליטה במותג אבסולוט, לאחר שממשלת שבדיה הציעה אותו למכירה, במה שנחשב להפרטה הגדולה בתולדות המדינה. שווי העסקה עמד על 8.8 מיליארד דולרים. החל מיולי 2010, עבר שיווק המותג בישראל לידי חטיבת Wine and Spirit של חברת טמפו.

הסביבה התחרותית

הוודקה מהווה 60% משוק האלכוהול בישראל, והיא נצרכת במיוחד בשילוב עם משקאות אנרגיה. אבסולוט מובילה במשותף את שוק וודקות הפרימיום בישראל, כששני השחקנים המובילים מהווים 70% משוק וודקות הפרימיום. מכירות הוודקה מתחלקות שווה בשווה בין השוק החם (רשתות שיווק, חנויות אלכוהול) לבין השוק הקר (פאבים, מסעדות ומלונות).

חוזקו של המותג בשוק הקר, התדמית, משפיע באופן ישר על רמת המכירות והביקוש בשוק החם ועל כן חברות האלכוהול פועלות ומשקיעות בקרב מובילי דעה בשוק הקר.

האתגר השיווקי

שוק הוודקה בישראל הפך בחמש השנים האחרונות משוק ריכוזי שבו פועלים שלושה שחקנים מרכזיים לשוק מבזר עם ריכוז מותגים. האינפלציה המותגית אתגרה את המשווקים בישראל לשמר את הבידול ואת המעמד האייקוני של המותג.





www.absolut.com

דברים שלא ידעת על Absolut

- אבסולוט הינה מותג הוודקה פרימיום הנמכר ביותר בעולם.
- One Source וודקה - כל בקבוק אבסולוט מיוצר אך ורק במקום אחד בלבד.
- כ-11.000.000 קרטוני 9 ליטר של אבסולוט נמכרים בעולם בכל שנה.
- טרם מילוי בקבוקי אבסולוט, הם נשטפים ביסודיות... בוודקה אבסולוט.
- בשנת 1979 אבסולוט הייתה הוודקה הזרה הראשונה שכבשה את השוק האמריקאי.
- בשנת 1986 אבסולוט הייתה הראשונה להשיק וודקה בטעמים - אבסולוט Pepper.
- בשנת 1988 אבסולוט שינתה את עולם האלכוהול והקוקטיילים והשיקה את אבסולוט ציטרון, אשר שימש כהשראה ליצירת הקוקטייל המפורסם - קוסמופוליטן.
- הקמפיין לאבסולוט מככב ברשימת עשרת הקמפיינים הטובים ביותר בעולם הפרסום.
- ממציא וודקה אבסולוט, לארס אולסון סמיית', נפטר בשנת 1913, אך דיוקנו מעטר עד היום את בקבוקי המותג.



האמן ניר הוד והשלט שיצר

הבינלאומיים בשלושה שלבים על שלט חוצות ענק, שאורכו 110 מטר וגובהו 4 מטר. השלט, שהוצב כפינת הרחובות קפלן ודרך משה דיין בתל אביב, נוצר בהשראת המותג האייקוני של אבסולוט.

בשלב השני, עיצב הוד עבור אבסולוט שישה בקבוקים שונים, כמו גם שלט חוצות ענק וייחודי שהוצב בכיכר רבין. העבודה עשויה בטכניקה מעורבת, ומשלבת צילום, ציור ועיצוב בתאורה.

לצד מודעות בעיתונות הכתובה, המהלך השיווקי נתמך באתר אינטרנט ייעודי, שכלל מידע וסרטונים על האמן ועבודותיו בארץ ובניו יורק. במקביל, 100 מובילי דעה בשוק חיי הלילה בישראל קיבלו לכיתם ערכות, הכוללות את ספר מורשת המותג של אבסולוט, המאגד בתוכו את האייקונים הקריאטיביים של המותג לאורך השנים, וערכת בקבוקונים של אבסולוט בטעמים.

בנוסף, כרזה של המותג, שצוירה על ידי ניר הוד ונחתמה על ידו, שולבה באחד מגיליונות מגזין חיי הלילה טיים אאוט ישראל, ואחד מהקוראים זכה לקבל לידי את הכרזה המקורית יקרת הערך.

הפתרונות היצירתיים

טמפו החליטה לאמץ את הקו החדש אותו השיקה אבסולוט העולמית במספר שווקים בעולם, והחליטה לשמר את מעמד המותג דרך התמקדות באייקון הקריאטיבי, שחזר לקדמת הבמה.

תחת הקונספט ABSOLUT BLANK, הפך המותג את עיצוב הבקבוק האייקוני שלו לקנבס ריק, שמשמש השראה לאמנים ברחבי העולם למלא אותו ביצירותיהם. האמנים המשתתפים בכרויקט ABSOLUT BLANK מייצגים מגוון של דיסציפלינות אמנותיות, החל ברישום, ציור ופיסול וכלה בהדפסים, קולנוע ואמנות דיגיטלית. בין היצירות אפשר למצוא את מיצגי האור של UVA, קולאזים של מריו וגנר, עבודות של המעצב הגרפי רוברט מארס, ציורים של דייב קינסי ועבודה של צמד האמניות Good Wives and Warriors.

בישראל, בחרה אבסולוט לגייס לקמפיין את האמן והיוצר ניר הוד, מהאמנים הבכירים במדינה ומי שהפך בשנים האחרונות לשם דבר גם בשוק האמנות הבינלאומי. בשלב הראשון, עלה הקמפיין בהשתתפות האמנים



IT ALL STARTS WITH AN ABSOLUT BLANK



IT ALL STARTS WITH AN ABSOLUT BLANK

2011
Wine & Spirit מבית טמפו משיקה בישראל את מהלך Absolut Blank בשיתוף האמן ניר הוד.

2008
תאגיד האלכוהול פרנו-ריקארד רוכש את השליטה כמותג.

1985
אבסולוט הופכת לוודקה הנמכרת ביותר בארה"ב.

1979
הוודקה מיוצאת לראשונה אל מחוץ לשבדיה.

1970
תאגיד האלכוהול הממשלתי V&S Group רוכש את השליטה כמותג.

1879
אבסולוט מושקת בשבדיה.