

ABSOLUT®

כדי לחזק את הבידול האייקוני שלה בשוק הוודקה הצפוף, השיקה השנה אבסולוט מהדורה מוגבלת ומקומית של המותג הבינלאומי, שמוקדשת כולה לעיר העברית הראשונה ולכירת הבילויים של ישראל - תל אביב-יפו

ועם זאת היא חלקה ועדינה.

כל בקבוק אבסולוט שנמזג בעולם מיוצר באותו מקום, בדרום מערב שבדיה, בעיירה הציונית - אוהוס. מימיה הראשונים, אבסולוט וודקה הפכה להצלחה בשבדיה. בתחילה, הוודקה לא נמכרה כלל בעיר הבירה שטוקהולם, וניתן היה לרכשה אך ורק בחנות באי קטן סמוך לעיר. לארס אולסון סמית 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 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 בכוונה, 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 שיוצר במאה ה-18. מיצוב המותג בשוק האמריקאי נתמך במהלך ארוך שנים, שבמרכזו מודעות וכרזות פרסום, שעוצבו בידי אמנים כדוגמת אנדי וורהול, קית' רינג, ז'אן מישל בסקיאט, דמיאן הירסט ואחרים. בכל הכרזות נראה הבקבוק במרכז התמונה, בין אם הוא מופיע באופן ישיר ובין אם 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 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 והחל מיולי 2010, עבר שיווק המותג בישראל לידי חטיבת Wine & Spirit של חברת טמפו.

הסביבה התחרותית

הוודקה מהווה כ-60% משוק האלכוהול בישראל, והיא נצרכת במיוחד בשילוב עם משקאות אנרגיה. בשוק וודקת הפרימיום בישראל פועלים שני שחקנים מובילים: אבסולוט ופינלנדיה, המחזיקים יחד כ-70% מהשוק. מכירות הוודקה מתחלקות שווה בשווה בין השוק החם (רשתות שיווק, חנויות אלכוהול) לבין השוק הקר (פאבים),

מסעדות ומלונות).

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

האתגר השיווקי

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

הפתרונות היצירתיים

הבידול המרכזי שמלווה את המותג אבסולוט במהלך השנים אל מול מותגי הוודקה האחרים, הוא הקריאטיבי האייקוני של הבקבוקים. כבר בשנת 2011 הבינו בחטיבת Wine & Spirit של טמפו כי החיבור האולטימטיבי לשוק המקומי יהיה באמצעות מהדורה מוגבלת של המותג, שתוקדש לישראל ולכירת חיי הלילה שלה, העיר תל אביב-יפו.

בשנת 2013, לקראת חגיגות יום העצמאות של ישראל, ולאחר עבודה קריאטיבית שנפרשה על פני כשנתיים, הושקה המהדורה המקומית הראשונה של המותג: "אבסולוט בלנק", שהיא חלק מהאסטרטגיה העולמית של המותג, שבשנים האחרונות כבר השיק מהדורות מוגבלות בערים מרכזיות כדוגמת לאס וגאס, ונציה, שיקאגו, אתונה, מונטה קרלו וניו אורלינס.

העיצוב הייחודי במהדורה הי"תל אביבית" של אבסולוט מתכתב עם האורגנטיקה, שמייצגת באופן מובהק את האסטטיקה של תל אביב, והרחוב התלת-ממדי שנגלה מבעד לחלון הבקבוק הוא שילוב של שדרות רוטשילד ושדרות ח'ן, שהן לב המרחב התרבותי של העיר.

בנוסף לדגש על המרחב העירוני הייחודי של תל אביב, העיצוב מתכתב גם עם חלקה השני של העיר, יפו. על מנת לשמר את הישראליות, שם המותג נכתב בעברית, כפונט עתיק. המילה אבסולוט מופיעה על הבקבוק מספר פעמים, במקומות גלויים ונחבאים.

על עיצוב בקבוקי המהדורה המוגבלת אחראי המעצב ניר "פילפלד" פלד, שעבד על יצירתו בשיתוף נציגי המותג בישראל, אנשי המותג הבינלאומי וחברות הפרסום. את האישיור הסופי לעיצוב נתן המנכ"ל העולמי של אבסולוט.



לארס אולסון סמית, יום שבדי צעיר ובעל חזון, שרצה לייצר את הוודקה הנקייה והטהורה ביותר בעולם, פיתח שיטת זיקוק ייחודית - זיקוק מתמשך. שיטת הזיקוק המתמשך אינה מצריכה סינון בפחם ועל כן הוודקה המיוצרת באמצעותה היא לא רק נקייה וטהורה, אלא גם שומרת על מאפייני חומר הגלם. 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 ומאוזנת ברמות העמילן והפרוטאין. ובשונה מוודקות רבות אחרות היא אינה מכילה תוספת סוכר. אבסולוט היא בעלת טעם עשיר, גוף מלא ומורכב



www.absolut.com



דברים שלא ידעת על Absolut

- אבסולוט הינה מותג הוודקה פרימיום הנמכר ביותר בעולם. כל בקבוקי אבסולוט מבוקבקים במקום אחד בלבד בעולם.
- כ-11.000.000 קרטוני 9 ליטר של אבסולוט נמכרים בעולם בכל שנה.
- טרם מילוי בקבוקי אבסולוט, הם נשפיים ביסודיות... בוודקה אבסולוט.
- ממציא וודקה אבסולוט, לארס אולסון סמית, נפטר בשנת 1913, אך דיוקנו מעטר עד היום את בקבוקי המותג.

מובילים בתל אביב, שהציגו את הפרשנות שלהם לקוקטייל תל אביב על בסיס המהדורה החדשה. הברמנים, יחד עם הקוקטיילים שרקחו, צולמו על ידי הצלם דן פרץ, והפעילות פורסמה בקמפיין דיגיטלי במדיות חברתיות ובמדור האוכל של האתר ynet.

השקת המהדורה המיוחדת נחגגה באירוע קוקטייל יוקרתי בהשתתפות נינט רומי פורטיס, שהיו אחראים על המוזיקה במסיבה.

חודש וחצי לאחר השקת המהדורה המוגבלת, אזלו בישראל כל הבקבוקים שיוצרו.

המהדורה המוגבלת נתמכה בניראות יוצאת דופן בנקודות המכירה בשוק החם וכללה סטנדים, כמות תצוגה, מסגרות מדף ודגלי צד, שעוצבו על ידי האמן ברוח עיצוב הבקבוק.

במקביל להשקת המוצר ברצפת המכירה, יצאה אבסולוט בקמפיין שילוט חוצות נרחב בכל הארץ ובקמפיין עיתונות בשבועון טיים אאוט תל אביב. בנוסף, נערכה פעילות דיגיטל מאסיבית, שכללה סרטון אנימציה ויראלי שהציג את הסיפור שמאחורי עיצוב הבקבוק.

אבסולוט יצרה שיתוף פעולה עם תשע מסעדות וברים

2013

מושקים בקבוקים במהדורה ישראלית מקומית, שהוקדשו לחיי הלילה של תל אביב-יפו.

2008

תאגיד האלכוהול פרנו-ריקארד רוכש את השליטה במותג.

1985

אבסולוט הופכת לוודקה הנמכרת ביותר בארה"ב.

1970

תאגיד האלכוהול הממשלתי V&S Group רוכש את השליטה במותג.

1879

אבסולוט מושקת בשבדיה.