

דרך חיבור לקהילת היזמים הפורחת של מדינת ישראל ופעילות קד"מ בכרים, מותג הוויסקי שיבאס ריגאל פועל לשמר את מעמדו בקטגוריה, שהופכת תחרותית יותר

מלכותית), מתייחס ל-21 מטחי יריות התותח, שהוא הסימן האולטימטיבי לכבוד של הצי המלכותי. הוויסקי נמכר בשלושה צבעים שונים: כחול, אדום וירוק, כצבעי האבנים היקרות, המעטרות את כתר של המלכה.

הסביבה התחרותית

שוק הוויסקי בישראל צומח בשיעורים גבוהים בארבע השנים האחרונות. אחת הסיבות לכך היא הירידה בגילם של הצרכנים. אם בעבר וויסקי נחשב ל"משקה של מבוגרים", הרי שכיום מתחילה צריכתו בגילאי ה-30 ולעיתים אף מתחת לזה.

עד לשנים האחרונות השוק נשלט על ידי שני מותגים, ששניהם שיחקו בסגמנט הפרימיום. בעקבות הצמיחה המהירה בקטגוריה, נכנסו לשוק מותגים נוספים, חלקם בסגמנט הסטנדרט וחלקם בסגמנט הפרימיום.

במהלך 2013 ירד המיסוי על הוויסקי, מה שהפך את מחירו לתחרותי יותר ואת המשקה לנגיש יותר.

האתגר השיווקי

האתגר של חטיבת Wine & Spirit בטמפו בשנת 2013 היה לשמר את מעמדו החזק של שיבאס ריגאל, ולמצבו כמוביל בקטגוריית הוויסקי פרימיום.

הפתרונות היצירתיים

כדי לשמר את המובילות בשוק ערך המותג מגוון פעילויות במספר ערוצים:

חיבור לקהילת היזמים ואנשי העסקים המקומית. בכל העולם, מתחברים הערכים של שיבאס ריגאל לקהל איכותי של אנשי עסקים. בישראל, הוחלט כי החיבור לאנשי העסקים בשוק המקומי יתבצע דרך הקהילה היזמית הענפה של אומת הסטארט אפ.

במסגרת זו, למשל, עמוד הפייסבוק של המותג מציג מעת לעת סיפורי הצלחה של יזמים שונים מתחומים מגוונים. כך לדוגמה, ניתן למצוא בדף את סיפורו של היזם הישראלי, שפיתח ועיצב מגבר מיוחד ופשוט למכשיר האיפון, או את סיפורם של זוג יזמים שפיתחו שעון תלת ממדי. היזמים שסיפורם זוכה להתפרסם בדף הפייסבוק מקבלים לביתם בקבוק שיבאס ריגאל, והחברה גם מזמינה אותם לאירועים עסקיים, שהיא נותנת החסות שלהם.

המותג נותן חסות לזעירות ולמפגשים עסקיים כדוגמת הכנסים שעורך העיתון גלובס, שבמסגרתם הוא נותן החסות

מותג הוויסקי שיבאס ריגאל הושק לראשונה בשנת 1910 על ידי האחים גיימס וג'ון שיבאס. בשנת 1801 פתחו האחים הסקוטים מכולת קטנה ויוקרתית והיו מהחלוצים הראשונים של אמנות הערבוב (Blending) של סוגי וויסקי שונים. בניגוד לוויסקי המצוי של תקופתם, שהיה קשה לשתייה, הם יצרו תערובות וויסקי קטיפתיות, המחלקות בגרון וקלות לשתייה. האחים שיבאס ערכבו סוגים שונים של וויסקי מרחבי סקוטלנד ובשנת 1840 הגיעו לנוסחה מאוזנת ומקורית, שהפכה תוך זמן קצר לפופולארית בכל רחבי המדינה. כשנתיים לאחר מכן הגיעה למחוזות סקוטלנד המלכה ויקטוריה, אשר נחשפה לוויסקי של האחים. המלכה התרשמה מאוד מהוויסקי והורתה כי האחים שיבאס יוכרוזו כספקים הרשמיים לבית המלוכה. הכרזה זו אפשרה לאחים להוסיף למותג את החותם המלכותי - ריגאל.

בשנת 2002 נרכש המותג שיבאס ריגאל על ידי תאגיד פרנו ריקארד, וכיום הוא מופץ ומשווק בישראל על ידי חטיבת Wine & Spirit של חברת טמפו.

מגוון המוצרים

שיבאס ריגאל הינו מותג פרימיום אשר דרגת הבסיס שלו היא 12 שנה. מספר זה מציין את הוויסקי הצעיר ביותר בתערובת. למותג מגוון רחב של מוצרים, ובארץ משווק המגוון הבא: **שיבאס ריגאל 12** - וויסקי הפרימיום הראשון שיצא בגרסת 12 שנה. הוויסקי מורכב מעשרות מאלטים שונים כאשר המאלט המרכזי הינו סתראת'יילה (Strathisla). למרות שנות היישון הרבות שלו, שיבאס ריגאל 12 מפגין חלקות ואלגנטיות, ארומות פירותיות ונגיעות של דבש. שיבאס ריגאל 12 הינו הנמכר ביותר מתוך המגוון שמציע המותג.

שיבאס ריגאל 18 - קולין סקוט, המאסטר כלנדר של שיבאס, הוא היוצר של וויסקי זה וחתימתו מוטבעת על הבקבוק. שיבאס ריגאל 18 שנה "חתימת הזהב" זכה במספר רב של פרסי וויסקי בינלאומיים בקטגוריית ה-18 שנה. מדובר בוויסקי עשיר בטעמים ובארומות, חלק ואלגנטי, בעל סימנת ארוכה וחמימה.

ריאל סאלוט 21 - נוצר כמהדורה יוקרתית ומובלטת לכבוד הכתרתה של המלכה אליזבת השנייה. השם ריאל סאלוט (הצדעה





www.chivas.com

דברים שלא ידעת על שיבאס ריגאל

- שיבאס ריגאל הוא הבלנד הסקוטי היחיד, שדרגת הבסיס שלו היא 12 שנה.
- ה"לב" של שיבאס ריגאל הוא הסינגל מאלט Strathisla, המיוצר במזקקה הוותיקה ביותר בהיילנדס בסקוטלנד, שפועלת משנת 1786.
- קולין סקוט הוא המאסטר בלנדר הראשי של שיבאס, דור שלישי ליוצרי וויסקי ומאסטר בלנדרים, בעל וותק של למעלה מ-40 שנים בתעשיית הוויסקי הסקוטי וניסיון של 20 שנים כמאסטר בלנדר הראשי של שיבאס.
- שיבאס ריגאל הינו מותג הוויסקי פרימיום מהנמכרים ביותר בעולם; כ-45 מיליון ליטרים ממנו נמכרים מדי שנה. כ-30 מנות של שיבאס ריגאל נמזגות בעולם מדי שנייה.



בעשרות כרים שונים ברחבי הארץ, כשבמהלך הפעילות נערכת תחרות נושאת פרסים בקרב הברמנים. בתקופת הפעילות נרשם גידול של מאות אחוזים במספר המזיגות של המותג. **קמפיין מניפסטו.** במטרה לעודד בקרב הצרכנים הזדהות עם המותג וליצור עימם דיאלוג, השיק שיבאס ריגאל קמפיין פרינט בקונספט "מניפסטו". הקמפיין מתקשר עם הצרכנים באמצעות משפטים, שרלוונטיים לתוכן הכתובת שמתפרסמות לצידן במגזיני הפנאי, ובעיתוני הכלכלה והספורט: "סכן הכל מלכד השם שלך", "תהיה מי שתמיד רצית להיות", "תשקיע. במיוחד בחברים" ו"תנצח. אבל לא בכל מחיר". בקמפיין יכולים הצרכנים לפגוש מייד עם דתם מהמטוס שהחזיר אותם מחו"ל, כנמל התעופה בן גוריון.

הראשי של בר המשקאות המרכזי. החסות כוללת מזיגת משקאות, שילוט באזור הבר וברמנים ייעודיים, שמוזגים שיבאס ריגאל לכוסות של המוזמנים. בנוסף, שיבאס ריגאל 18 הוא נותן החסות ללאונג', שממוקם בחדר המרצים של הוועידות. שיבאס ריגאל הוא גם נותן החסות לטקסי "האוסקר של המיתוג" השנתיים של ארגון Superbrands בישראל. **פעילות בשוק הקר.** מדי שנה עורך המותג פעילות קידום מכרות, שנמשכת חודשיים ופונה הן לברמנים והן לבליינים



2011
טמפו מתחילה לשווק את שיבאס ריגאל בישראל.

2002
חברת פרנו ריקארד רוכשת את המותג.

1997
קולין סקוט יוצר את שיבאס ריגאל 18 שנה, "חתימת הזהב".

1953
השקתו של מותג האולטרה פרימיום של שיבאס: ריאל סאלוט 21.

1910
האחים שיבאס משיקים את מותג הוויסקי האולטרה פרימיום הראשון מסוגו - Chivas Regal 25.

1843
האחים שיבאס מקבלים את החותם המלכותי.

1801
גיימס וביון שיבאס פותחים את המעבדה שלהם בסקוטלנד ומתחילים לערבב וויסקי.