

CHIVAS

LIVE WITH CHIVALRY

Chivas Regal е първото луксозно уиски в света. То се появява през 1909 г. и е създадено в Шотландия от майстор блендера Чарлз Хауърд. За да отговори на изискания вкус на хората от процъфтяващите градове на Северна Америка, уискито е селектирано от изключително редки уискита, отлежаващи най-малко 25 години. Chivas Regal 25 YO се превръща в най-желаното питие на елита на Новия свят.



chivas.com



ПАЗАР

Chivas Regal се продава в над 200 страни по целия свят. Едни от ключовите пазари за бранда са САЩ, Китай, Венецуела, Мексико, Франция, Русия, Испания, Гърция, Италия, Япония и Тайван.

Chivas Regal постига голяма популярност на международния пазар през 60-те и 70-те години на XX век. В този период годишните продажби достигат до 700 000 деветлитрови каси в Америка и 500 000 деветлитрови каси в останалата част на света.

Днес Chivas Regal продава 4 000 000 деветлитрови каси в света годишно. В страните с развита икономика го консумират предимно по-зрели, финансово осигурени мъже. Изключение прави френският пазар, където Chivas Regal 18 YO се консумира от по-младите, а брандът бележи годишен ръст от 15%.

Ключов пазар за Chivas Regal е Китай. Причините за успеха са сходни с тези от 60-те и 70-те години: нарастващи приходи на населението, икономическо развитие и стремеж към по-висок социален статус. В Китай Chivas Regal бележи годишни продажби от над 700 000 деветлитрови каси, а брандът е номер едно по продажби сред вносните спиртни напитки. Почитателите на Chivas Regal в Китай са във възрастовата граница 25–35 години.

Брандът бележи рекордни продажби в периода 2007–2008 г. с 4,5 милиона деветлитрови каси.

Има съществена разлика между

Chivas Regal и конкурентните марки. Най-младият бленд от семейството е 12-годишен. Останалите марки скоч уискита, освен отлежали, предлагат по-млади, стандартни блендове на по-ниска цена, с които постигат големи обеми.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

От 1996 г. до днес цялата гама на Chivas Regal постига забележителни успехи в конкурси за спиртни напитки и получава редица признания от експерти в областта.

През 2003 г. Chivas Regal 12 YO печели златен медал на Международния конкурс за спиртни напитки в категориите „Коктейли“ и Chivas Highland Jewel. На Международното състезание за вино и спиртни напитки през 2006 г. 12-годишното уиски е награждено със сребърно отличие. Сребърен медал получава и през 2008 г. на Световния фестивал за спиртни напитки в Сан Франциско.

Най-важните оценки на Chivas Regal 18 YO след създаването му през 1997 г. са: златен медал в категорията „Луксозни 18-годишни скоч уискита на Международния конкурс за спиртни напитки“, 2005 г.; двоен златен медал от Световния фестивал за спиртни напитки в Сан Франциско, 2008 г.

През същата година и на същия фестивал, Chivas Regal 25 YO е отличено като най-добро скоч уиски бленд с двоен златен медал.

„Стремежът ни е бъдем водач производител на едни от най-добрите марки уиски.

Високото признание е доказателство за нашето влияние като успешна и динамична компания в алкохолната индустрия“, коментира получените международни признания главният изпълнителен директор на Chivas Brothers Кристиан Порта.

ПРОДУКТЪТ

Chivas Brothers е един от водещите производители на скоч уиски и джин и важна част от групата Pernod Ricard – притежател на елитни марки спиртни напитки и вина. Една от ключовите марки в портфолиото на Chivas Brothers е Chivas Regal със своите 12-, 18- и 25-годишни блендове.

Chivas Brothers е основана през 1801 г. от Джон и Джеймс Шивас. В началото двамата извършват доставки на изискани хранителни продукти и луксозно уиски и вино за графове, херцози, генерали, адмирал и кралски особи в цяла Европа. През 1843 г. получават първия „Кралски сертификат за качество“, а след него – още много такива, и редовно снабдяват с продукти двореца на кралица Виктория – Балтимор. През 1950 г.

Chivas Brothers се сдобива с най-старата шотландска дестилерия – Strathisla, която е създадена през 1796 г. и действа и до днес.

В началото на XX век в Шотландия достига новината за индустриалния подем на Америка. По същото време прочутият блендер Чарлз Хауърд получава задача от Chivas Brothers да открие и смеси най-ценните, отлежаващи най-малко 25 години, уискита в дестилерията, за да създаде първото в света луксозно уиски. След месеци непрекъснати проби и блендвания Хауърд създава напитката, която самият той нарича шедевър в своята кариера. Братята Смит и Хауърд му дават името Chivas Regal. Скъпата и луксозна напитка се появява в лимитирани количества на американския пазар през 1909 г., а година по-късно се превръща в най-търсеното уиски сред заможните хора от Новия свят.

Първата световна война и забраната за продажба на спиртни напитки спира износа на Chivas Regal 25 YO, което води и до прекратяване на производството му.

Малко след Втората световна война, през 50-те години, се появява изисканият 12-годишен Chivas Regal. Както и 25-годишният му „брат“ от семейство Chivas Regal, той е позициониран в премиум сегмента.



Продава се на висока цена и е предназначен за висшето общество в САЩ.

През следващите няколко десетилетия славата на уискито расте. Годината е 1997, когато в дестилерията на Chivas Brothers майстор блендерът Колин Скот създава нов – 18-годишен бленд, за който всяко от уискитата, обединили вкусовете си, е отлежавало най-малко 18 години, преди да бъде селектирано от Колин Скот. Както и останалите от гамата Chivas Regal, то се отличава с превъзходните си вкусови качества.

През 2008 г. на пазара се завръща първото уиски на братята Шивас – луксозното Chivas Regal 25 YO. Негов създател е Колин Скот, последовател на техниката и традициите на смесване, използвани от създателя на легендарната напитка Чарлз Хауърд.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

През последните години Chivas Regal организира поредица от луксозни събития. Те са обединени от концепцията Chivas Studio и техни задължителни елементи са ексклузивност и необичайно място, съчетани с незабравими преживявания. В събитията участват личности от света на кулинарията, дизайна, музиката, модата и киното.

Такова събитие е голф турнирът на Chivas. Той е сред най-популярните от поредицата Chivas Studio. В България състезанието се организира от три години. Победителят получава възможността да премери сили с други голф ценители на необичайната за спорта снежна настилка.

Името на Chivas Regal се обвързва с едни



от най-елитните събития в света на шоу бизнеса. Сред последните бляскави изяви на уискито през 2009 г. е филмовият фестивал в Кан, където брандът е официален партньор. Същата година Chivas Regal 25 е изискан подарък за номинираните на церемонията на „Оскарите“ в Холивуд и партньор на партито по случай номинациите за наградите Asprey. Във Франция от 2006 година Chivas Brothers е главен партньор и на партито за наградите Cesar. В България Chivas Regal е партньор на конкурса за постижения в областта на висшия мениджмънт в България – „Мениджър на годината“. От 2001 г. до 2008 г. брандът е генерален спонсор на „Ресторант на годината „Бакхус“ – Chivas Regal“ – най-авторитетната класация на качествените български ресторанти.

ПРОМОЦИЯ

В края на 2008 г. Chivas Regal стартира нова глобална кампания под името Live with Chivalry. Нейното послание има за цел да възроди рицарските ценности като благородство, чест, галантност, кавалерство и уважение в отношенията между хората. Независимо проучване, публикувано малко преди световното лансиране на кампанията Live with Chivalry, доказва, че Chivas Regal популяризира своите възгледи в подходящ момент. Във времена, в които доминират индивидуализмът и материализмът, престижното уиски насърчава да живеем с чест, да бъдем лоялни и галантни.

Live with Chivalry бележи важна стъпка за марката Chivas Regal, изградена върху успешната кампания от 2003 г. – This is the Chivas Life.

През 50-те и 60-те години луксозния имидж на Chivas Regal поддържа няколко рекламни послания, обединени под мотото „Кадилакът“ на скоч уискитата:

- Разбира се, можеш да живееш без Chivas Regal. Въпросът е: колко добре?
- Защо да мислиш за него като за скъпо шотландско уиски, когато можеш да мислиш за него като за достъпен лукс?
- Когато поръчваш Chivas Regal, не се ли чувстваш внезапно изключително щедър към кубчетата лег в чашата си?
- The Chivas Regal of Scotches.



Факти, които не знаете за CHIVAS

Има планове първият магазин на братята Шивас в Абърдийн да бъде обявен за обект с национално историческо значение и да бъде превърнат в музей.

Chivas Regal е любимото питие на Франк Синатра.

Повече от 48 милиона 700-милилитрови бутилки от Chivas Regal се продават всяка година, което прави повече от една бутилка на всяка секунда за 24 часа, 365 дни от годината.

През септември 2007 г. Chivas Brothers получава за четвърти път приза за „Дестилатор на годината“ на Международния конкурс за спиртни напитки.



ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Chivas Regal печели уважението на ценителите на висококачествени напитки със своето изтънчено отношение към лука и безкомпромисност в качеството. Името на марката е синоним на престиж, висок обществен статус, амбиция за успех и възискателност към детайлите в живота.

С новата си рекламна платформа Chivas Regal се включва в апела за възраждане на традиционните морални ценности днес.



1801

Братята Шивас поставят началото на своя бизнес, отваряйки вратите на първия си търговски център в Абърдийн.

1860

За първи път бленд между малцове и зърнено уиски е официално приет от Закона за алкохолни напитки, като по този начин се признава качеството на създадената от Джеймс Шивас селекция.

1909

Появява се първото в света луксозно уиски. То носи името Chivas Regal.

1950

Chivas Brothers пуска в продажба 12-годишно уиски Chivas Regal.

1997

Chivas Brothers пуска в продажба 18-годишно уиски Chivas Regal.

2001

Производителят Chivas Brothers става част от Pernod Ricard.

2007

Близо век след появата на първото в света луксозно уиски, след 98-годишно отсъствие на пазара се появява нова лимитирана серия – Chivas Regal 25 YO.