

Marka Glenfiddich rusza z kampanią, stawiając pytanie WHERE NEXT?

Ambitne plany William Grant & Sons oraz CEDC

WHERE NEXT? Oto jest pytanie! Producent Glenfiddich – lider polskiego rynku¹ w segmencie Single Malt Whisky Scotch nie zwalnia tempa i ma ambitne plany na jeszcze szerszy podbój światowego rynku. Blisko 20-procentowy udział w sprzedaży na polskim rynku motywuje William Grant & Sons do kolejnych działań. Spółka wystartowała z globalną kampanią WHERE NEXT? Swoim zasięgiem akcja obejmuje również polski rynek.

Pod koniec ubiegłego roku, William Grant & Sons chwaliło się imponującymi wynikami. W skali globalnej obroty spółki wzrosły o **7,5%** względem poprzedniego roku i osiągnęły wartość **1,42 miliarda** GBP. Jeszcze bardziej dynamicznie, bo o ponad 20%, wzrósł zysk spółki dobijając do **314 milionów** GBP.²

Glenfiddich święci triumfy

Od kilku lat, w segmencie whiskey single malt, można zaobserwować trend wzrostowy. Sprzedaż szkockiej single malt w Polsce, rok do roku (09.2019-08.2020 oraz 09.2020-08.2021) wzrosła o prawie 30%³. Pozycję lidera na polskim rynku zajmuje marka Glenfiddich, której udziały w sprzedaży osiągają blisko 20%⁴. W okresie 09.2020-08.2021, marka

¹ CEDC za NielsenIQ, marka Glenfiddich osiągnęła najwyższy udział wartościowy i wolumenowy w kategorii: Whisky, segment: Single Malt, Country of Origin: Scotch, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska z Dyskontami (Food), Udziały wartościowe, Udziały wolumenowe w litrach, w okresie skumulowanym 09.2020- 08.2021 w kategorii: Whisky, segment: Single Malt, Country of Origin: Scotch

² Źródło: <https://www.insider.co.uk/company-results-forecasts/william-grant--sons-saw-23206466>.

³ Badanie Panelu Handlu Detalicznego w Polsce przeprowadzanego zgodnie z metodologią NielsenIQ za okres sierpień 2020 vs. sierpień 2021.

⁴ CEDC za NielsenIQ, marka Glenfiddich osiągnęła najwyższy udział wartościowy i wolumenowy w kategorii: Whisky, segment: Single Malt, Country of Origin: Scotch, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska z Dyskontami (Food), Udziały wartościowe, Udziały wolumenowe w litrach, w okresie skumulowanym 09.2020- 08.2021 w kategorii: Whisky, segment: Single Malt, Country of Origin: Scotch

Glenfiddich osiągnęła najwyższy udział wartościowy i wolumenowy w dwóch kategoriach: single malt scotch oraz single malt. W pierwszej kategorii, w 2020 roku, wartość procentowa wyniosła **16,9%**, a rok później **19%**⁵. W kategorii drugiej (single malt), wartość procentowa rok do roku wyniosła **15,7%** (2020 r.) oraz **17,7%** (2021 r.)⁶.

Producent Glenfiddich nie spoczywa na laurach i startuje z globalną kampanią WHERE NEXT?. Celem kampanii jest kreatywne pokazanie wartości, jakimi kieruje się marka.

Motywy wiodącym kampanii jest stawianie sobie wyzwań, które stanowią wartości marki. Glenfiddich to marka budowana przez ambitnych indywidualistów, a same wyzwania są wpisane w DNA marki od początku jej istnienia – komentuje Paweł Iwanowicz, Brand Manager CEDC.

Naszym celem jest dalszy rozwój na polskim rynku poprzez wszystkie kategorie produktów w naszym portfolio. Patrząc w przyszłość prognozujemy dalszą premiumizację rynku polskiego. Również rok temu powstał polski oddział William Grant and Sons, który skupia się na rozwoju właśnie tego segmentu. W tym roku poczyniliśmy pierwszy duży krok, mocniej zaznaczając swoją obecność poprzez wprowadzenie na rynek polski Serii Grand – Glenfiddich Grand Reserva 21 YO, Glenfiddich Grand Cru 23 YO oraz Glenfiddich Grand Couronne 26 YO, jako odpowiedź na potrzeby dla nowej grupy konsumentów, tzw. HENRY (High Earn Not Rich Yet), która coraz dynamiczniej się powiększa. – mówi Szymon Fałkowski, Country Manager, Poland William Grant & Sons Polska Limited, Sp. z o.o.

Takie podejście pozwoliło nam osiągnąć sukces mimo wielu przeciwności. Wiemy jednak, że nie jest on dany na zawsze, dlatego nie spoczywamy na laurach. Cały czas myślimy o tym, co nas czeka w przyszłości i zadajemy sobie pytanie WHERE NEXT? – dodaje Fałkowski.

⁵ CEDC za NielsenIQ, marka Glenfiddich osiągnęła najwyższy udział wartościowy i wolumenowy w kategorii: Whisky, segment: Single Malt, Country of Origin: Scotch, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska z Dyskontami (Food), Udziały wartościowe, Udziały wolumenowe w litrach, w okresie skumulowanym 09.2020- 08.2021 w kategorii: Whisky, segment: Single Malt, Country of Origin: Scotch

⁶ CEDC za NielsenIQ, marka Glenfiddich osiągnęła najwyższy udział wartościowy i wolumenowy w kategorii: Whisky, segment: Single Malt, Country of Origin: Scotch, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska z Dyskontami (Food), Udziały wartościowe, Udziały wolumenowe w litrach, w okresie skumulowanym 09.2020- 08.2021 w kategorii: Whisky, segment: Single Malt, Country of Origin: Scotch

WHERE NEXT?

William Grant & Sons przewiduje, że segment whisky będzie nadal rósł i podwoi się w ciągu pięciu–sześciu lat. Jest to co prawda rynek wymagający, ale z bardzo dobrą perspektywą na rozwój. Firma zakłada, że w tym roku cała kategoria rośnie dwucyfrowo i wzrost ten będzie generowany poprzez wszystkie segmenty cenowe whisky. Widać też dalszą konsolidację rynku w kierunku kanału dyskontowego, który obecnie już sprzedaje ponad 50% całej kategorii whisky, ale również coraz więcej i coraz prężniej rozwijających się sieci specjalistycznych. Można zaobserwować również postępującą premiumizację kategorii. Stąd też jedną z najszybciej rosnących kategorii jest kategoria Single Malt, w której Glenfiddich jest liderem.

O kampanii WHERE NEXT?

Główne przesłanie kampanii, jakim jest stawianie sobie wyzwań, zostanie poruszone w każdej z 4 rozmów z wizjonerami i pasjonatami w dziedzinie: muzyki, designu, technologii i kulinariów, które powstaną w ramach kampanii WHERE NEXT?. W odcinkach wystąpią: **Hubert Harsza i Norbert Redkie** – założyciele Grupa Warszawa, **OuQuier** – shoepainter, **Malwina Konopacka** – autorka kolekcji ceramiki Oko oraz **Igo Walaszek** – wokalista zespołu Clock Machine. Rozmowy przybiorą format luźnej pogawędki i swobodnej wymiany myśli. W rolach prowadzących zobaczymy dziennikarkę **Kamile Kalińczak i Michała Rejenta**, CEO Grupy Heart on Fire, twórcę marki PLNY LALA.

Rozmowy z bohaterami kampanii emitowane są co tydzień na stronie [WHERE NEXT?](#)

Fragmenty odcinków dostępne są również w social mediach marki Glenfiddich.

