

Колумбия

Подготовили студентки КубГУ
Факультета журналистики
Кафедра Рекламы и связей с
общественностью
1 курс 3 группа
Шамарова Юлия и Елизавета Макеева

История рекламы Колумбии

- Эта страна долгое время была всего лишь колонией могущественной как на тот момент, так и сейчас, страны – Испании.
- В ней развивалось лишь производство кофе и добыча огромного количества золота и изумрудов.
- Однако произошли изменения, и Колумбия стала независимой страной. На тот момент колумбийский кофе, золото и изумруды уже были известны богатым людям Старого Света. Поэтому западные богачи охотно стали закупать дары Колумбийских земель и недр.

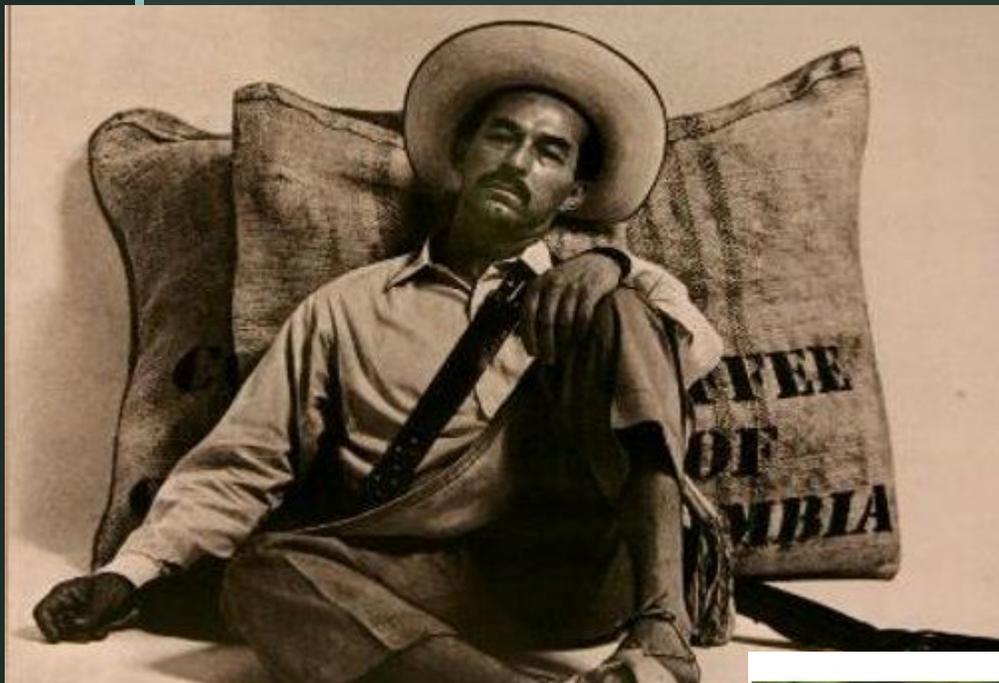
История рекламы кофе

- По некоторым данным, монахи-иезуиты начали разведение кофе в начале XVIII века. Священник-иезуит Хосе Гумилья упоминает выращивание кофе в миссии св. Терезы в Табахе на Ориноко в книге «Живописная Ориноко» (1730). В докладе архиепископа-наместника Кабальеро-и-Гонгора 1787 года говорится, что кофе на территории Колумбии выращивался на северо-востоке близ нынешних Сантандера и Бояки.
- В 1835 году была основана первая коммерческая плантация, давшая урожай в 2560 мешков (по 60 кг каждый). Кофе вывозился из порта Кукута на границе с Венесуэлой. Однако роста производства кофе не происходило на фоне вывоза табака, хинина и продуктов животноводства. В XX веке происходит возрождение производства кофе, в основном в Сантандере, Кальдасе и северной Толиме, основой кофейного хозяйства были мелкие фермы. В 1927 году была основана Национальная федерация производителей кофе Колумбии (исп. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia).

Производство кофе в Колумбии имеет ряд региональных особенностей. С 2007 года торговая марка «Колумбийский кофе» защищена законодательством Европейского союза, и применяется только к кофе, выращенному на территории Колумбии. Колумбия занимает второе место в мире после Бразилии по экспорту кофе сорта арабика; основными потребителями колумбийского кофе являются США, Германия, Франция, Италия и Япония. Из-за глобального изменения климата производство кофе снижается: с 12 млн мешков (по 60 кг в каждом) в 2006 году до 9 млн мешков в 2010 году. Тем не менее, кофе выращивается практически на всей горной территории страны между 72° и 78° з. д, в его производстве занято не менее полумиллиона человек. В 1999 году кофейная индустрия составила 3,7 % от ВВП страны, обеспечивая 37 % занятости в сельском хозяйстве. Основные районы производства: Нариньо, Норте-де-Сантандер, Антьокия, Валье-дель-Каука, Кундинамарка, Уила, Топима и др. Кофейный культурный ландшафт Колумбии в регионе Паиса находится под защитой ЮНЕСКО.

Знакомьтесь, Хуан Вальдес

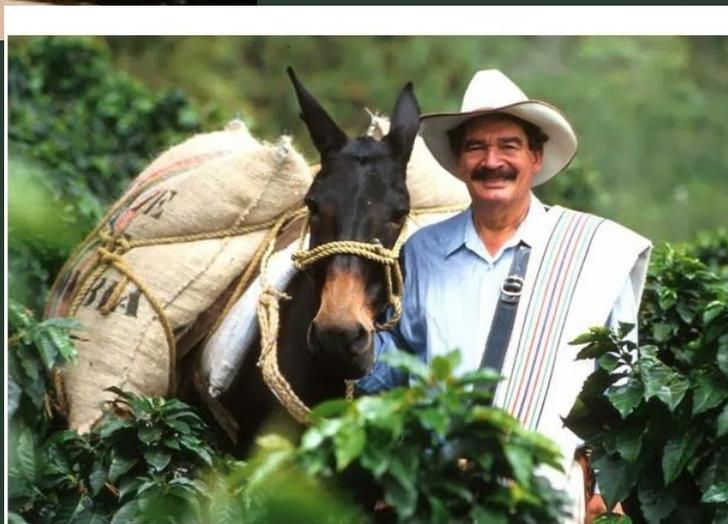
Лицо колумбийского кофе



И ещё один



И это тоже Хуан Вальдес



- Хуан Вальдес - улыбочивый кофейный фермер из Колумбии в шляпе и пончо. Сеньор Вальдес выращивает отличный кофе, вкладывая в него много труда. Но самого Хуана не существует.
- Кофе в Колумбии выращивают семейные фермерские хозяйства, которых более полумиллиона. В 1927 году, для их объединения была создана Национальная Федерация производителей кофе Колумбии. В федерации приняли решение о широком продвижении колумбийского кофе в мире. Для этих целей и был придуман Хуан Вальдес, который на сегодняшний день является одним из самых известных вымышленных персонажей в истории маркетинга. Одно из самых известных и влиятельных рекламных агентств в мире Doyle Dane Bernbach, теперь известный как DDB Worldwide, создало рекламную кампанию Хуан Вальдес в 1958 году. Это не какой-то конкретный человек, а символ, представляющий всех колумбийских производителей кофе. Так называемый аватар, человек являющийся физическим воплощением Хуана Вальдеса, регулярно посещает точки продаж колумбийского кофе и знакомит потребителей с его свойствами и преимуществами.



Десять лет назад на туманных склонах в предгорьях колумбийских Анд собралось почти 40 тысяч усатых, в пончо и ковбойских шляпах, кандидатов. Это был день избрания нового Хуана Вальдеса.

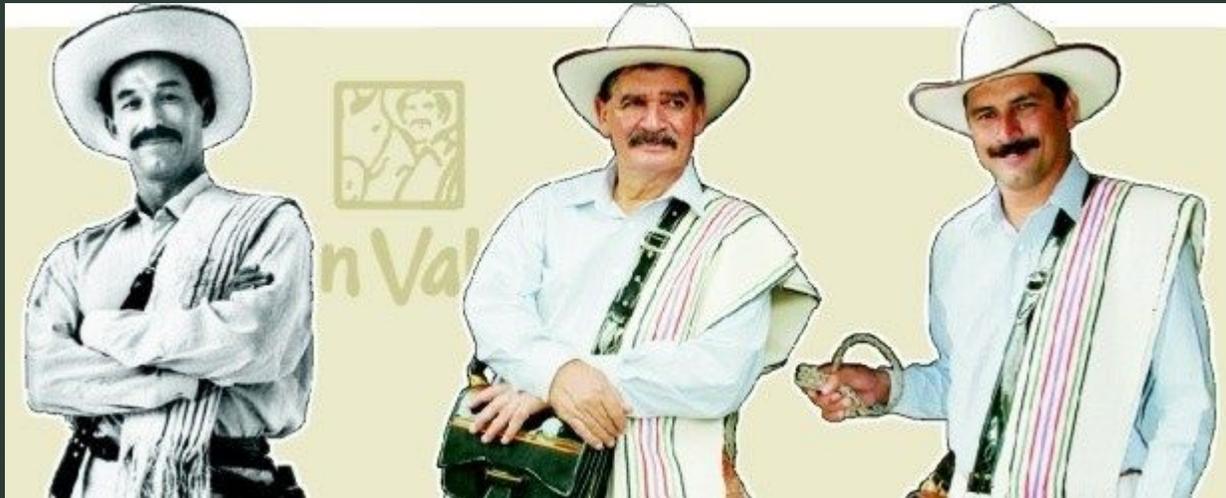
Хуан Вальдес – это выборная должность и с 1958 года в этой роли побывало только 3 человека. Последние выборы 2004 года продолжались два года. Из огромного количества претендентов федерация отбирала по возрасту, образованию, психологическим и этическим показателям лицо на роль настоящего колумбийского кафетерос. Кандидаты участвовали в бесчисленном количестве тестов и испытаний во время путешествия по всей Колумбии. Критерии отбора чрезвычайно высоки. Потенциальный Хуан Вальдес должен происходить из семьи настоящих колумбийских кафетерос, обладать исчерпывающими знаниями о кофе, соответствовать высоким этическим нормам колумбийского кофе.

Победивший кандидат, Карлос Кастанеда - является настоящим производителем кофе, выращивающим кофейные деревья на своей плантации в Антиокии. Последние десять лет он и его мул Кончита, нагруженная мешками с собранными зёрнами кофе, гастролируют по всему миру, являясь лицом глобальной маркетинговой кампании, призванной рассказать о колумбийском кофе. Человек занимающий должность Хуана Вальдеса очень популярен и является одним из самых известных людей в Латинской Америке. Его прообраз даже попал в фильм Джима Керри – Брюс Всемогущий.

Учитывая успех характера, Национальная Федерация производителей кофе Колумбии даже изменила свой логотип в 1981 году, чтобы отразить изображение

Хуана и его мула.

Как уже говорили выше, настоящий Хуан Вальдес был представлен только тремя реальными людьми за всю историю компании.



1. Хосе Дюваль – кубино-американский оперный певец.

2. Карлос Санчес – колумбийский кафетерос, живший в этой роли на протяжении более чем тридцати лет.

3. Карлос Кастанеда – также настоящий колумбийский кафетерос, который взял на себя эту роль в 2006 году.

- Хуан Вальдес — обратная сторона использования образа фермеров в рекламных целях. Несуществующий фермер с выдуманной историей, счастливый образ которого скрывает от потребителей в странах первого мира жизнь настоящих фермеров. Хотя задумывалось, что он напротив будет их представлять, истории фермеров со всеми трудностями и проблемами остались за скобками.
- Продажи выросли и кофе из Колумбии стал брендом, но подавляющее большинство фермеров получает по-прежнему примерно 80 центов за фунт кофе и средне-рыночная цена за 1 фунт кофе за 30 лет существенно так и не изменилась. А это значит, что жизнь фермеров от успешной рекламной кампании лучше не стала.

Кофе

- ▶ Колумбийский кофе отличается высоким качеством и мягким сбалансированным вкусом с отчетливой кислинкой, фруктовыми, цитрусовыми и шоколадными нотками. По производству этого продукта Колумбия занимает третье место в мире, уступая только Бразилии и Вьетнаму, особенная гордость и «визитная карточка» страны – превосходная арабика.



Колумбия производит исключительно арабику. Три главных вида кофе в Колумбии названы по городам производства: Medellin (и его более дорогая вариация – Medellin Supremo), Armenia и Manizales. Все они произрастают в центральном регионе, нередко их даже обозначают общим акронимом МАМ. Кофе этого типа обладает повышенной кислотностью по сравнению с сортами, выращенными восточнее.



“

Для Колумбии кофе – не просто значительная часть экспорта и серьезный источник дохода, это также один из критериев национальной идентичности, и правительство страны приложило для этого немало усилий.

В 1927 году для защиты прав и интересов «кофеделов» была создана Федерация Колумбийских Производителей Кофе (FNC). Сегодня это самая крупная сельскохозяйственная некоммерческая организация в мире.

В 1959 году FNC создала вымышленного персонажа для популяризации колумбийского кофе на международном рынке – Хуана Вальдеса (Juan Valdez). Никогда не существовавший Хуан стал невероятно знаменит и немало способствовал укреплению торговых позиций страны.

”

В отличие от Бразилии, Колумбия никогда не делала ставку на количество, отдавая приоритет качеству. Страна неустанно работает над улучшением технологий, вкладывает деньги в исследовательские проекты и уделяет внимание созданию позитивного образа местной кофейной продукции.



Почему же именно эта отрасль так преуспела в Колумбии?

- ▶ Центральный регион Колумбии, в котором выращивают основной объем кофе, визуально напоминает треугольник и называется Кофейным культурным ландшафтом Колумбии или Кофейным треугольником.
- ▶ Температура в Кофейном треугольнике держится в рамках 8-24 градусов по Цельсию.
- ▶ В колумбийской кофейной индустрии занято более 500 тысяч фермеров, создано более 800 тысяч рабочих мест.
- ▶ Кофейные плантации занимают 20% всей возделываемой земли в стране.
- ▶ На долю Колумбии приходится 12% всего кофе в мире. Это третий производитель после Бразилии и Вьетнама.

Известные марки колумбийского кофе

- DON PABLO COLOMBIAN SUPREMO,
- VOLCANICA COLOMBIAN PEABERRY,
- COFFEE BEAN DIRECT COLOMBIAN SUPREMO,
- JUAN VALDEZ,
- KOFFEE KULT – HUILA COFFEE,
- FRESH ROASTED COFFEE,
- EIGHT O' CLOCK COFFEE,
- SAN FRANCISCO BAY COFFEE,
- SELLO ROJO



Самым лучшим из этих кофейных торговых марок считается Don Pablo Colombian Supremo. И этому есть объяснение. Помимо качества кофе, которое по всему миру считается «самым высоким» (на это указывает слово «Supremo» в названии), бренд отлично представляет свой продукт. Вот как выглядит описание одного из сортов кофе бренда Don Pablo:



Кофе в зернах Don Pablo Colombian Supremo - это кофе отвыкшее к миксорам, так как зерна выращены и собраны в одном регионе в Колумбии. Дон Пабло знает Колумбию и знает, где найти лучший Супримо - лучший сорт колумбийской арабики. Колумбий Супримо имеет мягкий, богатый, насыщенный вкус, обладает средней телом что говорит о достаточной зрелости. Во вкусе присутствуют ореховые и сухофруктовые нотки, в кофе ощущается очень приятное сладковатое шоколадно-ореховое послевкусие. Это сладковатое послевкусие достигается благодаря сложной обжарке от средней к легкой.

При такой обжарке происходит небольшая карамелизация натуральных сахаров в кофейных зёрнах, придавая им приятное сладковатое послевкусие. Кофе имеет низкую кислотность.

Обжарка средне-темная. Кофе обжарен известной с 1989 года корпорацией Дон Пабло.

Кофе упаковывается свежемолотым (о чём заявлено на упаковке производителя) в красивый качественный эко-пакет с клапаном и клапаном, что позволяет кофе долго сохранять свежесть.

100% арабика, 507 гр, без ГМО.



Считается, что коренные индейцы Музо в Колумбии стали добывать полезные ископаемые уже в 500 году нашей эры. Тем не менее, испанцы были теми, кто представил Колумбийские изумруды миру. Испании потребовалось почти пять десятилетий, чтобы завоевать весь район добычи. После захвата контроля они поработили местных жителей и отправили их работать в шахты. Когда эти драгоценные камни достигли Европы, государи и богатейшие слои общества устроили своеобразную гонку за ними.

Колумбийские изумруды обогатили частные коллекции новых владельцев между 1600 и 1820 годами, когда Испания контролировала шахты Колумбии. После того, как Колумбия получила свободу в 1819 году, правительство и частные компании занялись добычей драгоценных камней.

Изумруды

- ▶ Важный драгоценный камень запрятан в Колумбийских недрах – изумруд. Именно колумбийские изумруды считаются лучшими в мире: они ценятся за насыщенный зеленый цвет, исключительную прозрачность и отсутствие трещин. Девяносто процентов мировой добычи изумрудов приходится на Колумбию. Добыча драгоценных камней происходит в трех деревушках: Музо, Чивор и Пеньяс-Бланкас. В этих деревнях добывается 60 процентов мировых изумрудов. Эти месторождения считаются самыми крупными в Колумбии, они же являются самыми старыми. Добыча здесь ведется уже более 400 лет.



Зеленая война

Красивый колумбийский изумруд принял своеобразное участие в гражданской войне, которая началась в середине 1950 года.

Шестидесятилетняя борьба между правыми полувоенными группами, колумбийскими наркокартелями, левыми партизанскими группами и правительством, погубила тысячи людей и вынудила миллион людей уйти с родных земель. Контрабанда этого драгоценного камня на черном рынке служила источником финансирования для экстремистов.

Не все изумруды происходят из региона конфликта. Колумбия - крупнейший в мире производитель драгоценных камней. Со времени окончания войны Колумбия добилась значительного экономического роста и политической стабильности. Производство изумрудов в Колумбии также увеличилось за последние десять лет, почти на 78%.



Ценность изумруда на сегодняшнем глобальном рынке Изумруд остается популярным уже более 5000 лет. Цивилизации в Южной Америке, Африке и Азии самостоятельно открыли эту красоту и придали ей высокую ценность. Этот драгоценный камень сохранил свое очарование и в наше время. Наряду с рубином и сапфиром он считается самым популярным цветным камнем. Увлечение изумрудом не гаснет и сегодня. Его красота завоевала сердца не только тех, кто ходит по красной дорожке, но и массы, которые поражены красотой этого камня. Благодаря популярности, которой обладает изумруд, можно с уверенностью сказать, что и в ближайшее время спрос на него будет расти.

IEEX Emeralds – колумбийская компания, которая занимается добычей, обработкой изумрудов. Эта компания – мировой бренд, которого знают как крупнейшего поставщика высококачественного изумруда



© WWW.LEEWASSON.COM

“

КОЛУМБИЙСКИЙ ИЗУМРУДНЫЙ ДИЛЕР

IEEX EMERALDS - МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДИЛЕР КОЛУМБИЙСКИХ ИЗУМРУДОВ, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИЙСЯ НА ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫХ ПОЛИРОВАННЫХ КОЛУМБИЙСКИХ ИЗУМРУДАХ, ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ДЛЯ ТОРГОВЛИ ЮВЕЛИРНЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ. ПОСКОЛЬКУ МЫ ЧРЕЗВЫЧАЙНО УВЛЕЧЕНЫ ИЗУМРУДАМИ МУЗО И ЛЮБИМ ТО, ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ, МЫ СЧИТАЕМ СЕБЯ ДОСТАТОЧНО УДачЛИВЫМИ ДЛЯ РАБОТЫ В ЭТОМ КРАСОЧНОМ И ЗАХВАТЫВАЮЩЕМ БИЗНЕСЕ.

КРОМЕ ТОГО, МЫ ЯВЛЯЕМСЯ ГОРДЫМ ПОСТАВЩИКОМ ПО-НАСТОЯЩЕМУ МЕЖДУНАРОДНОЙ КЛИЕНТУРЫ ЮВЕЛИРОВ, МАСТЕРОВ И ЧАСТНЫХ КЛИЕНТОВ ВЫСОКОГО КЛАССА С САМЫМИ ИЗЫСКАННЫМИ ПОЛИРОВАННЫМИ КОЛУМБИЙСКИМИ ИЗУМРУДАМИ. СЛЕДОВАТЕЛЬНО, БУДУЧИ ЧИСТЫМ РУДНИКОМ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ НА РЫНОК КОЛУМБИЙСКОГО ИЗУМРУДНОГО ДИЛЕРА, НАША ЦЕЛЬ НЕПРЕВЗОЙДЕННА, КАК И НАША ПОСТОЯННАЯ ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ОБЕСПЕЧЕНИЮ НАИВЫСШЕГО УРОВНЯ КАЧЕСТВА И ОБСЛУЖИВАНИЯ НАШИХ КЛИЕНТОВ.

”

Бренд знает себе цену: компания создала собственный сайт, в котором рассказала свою историю.

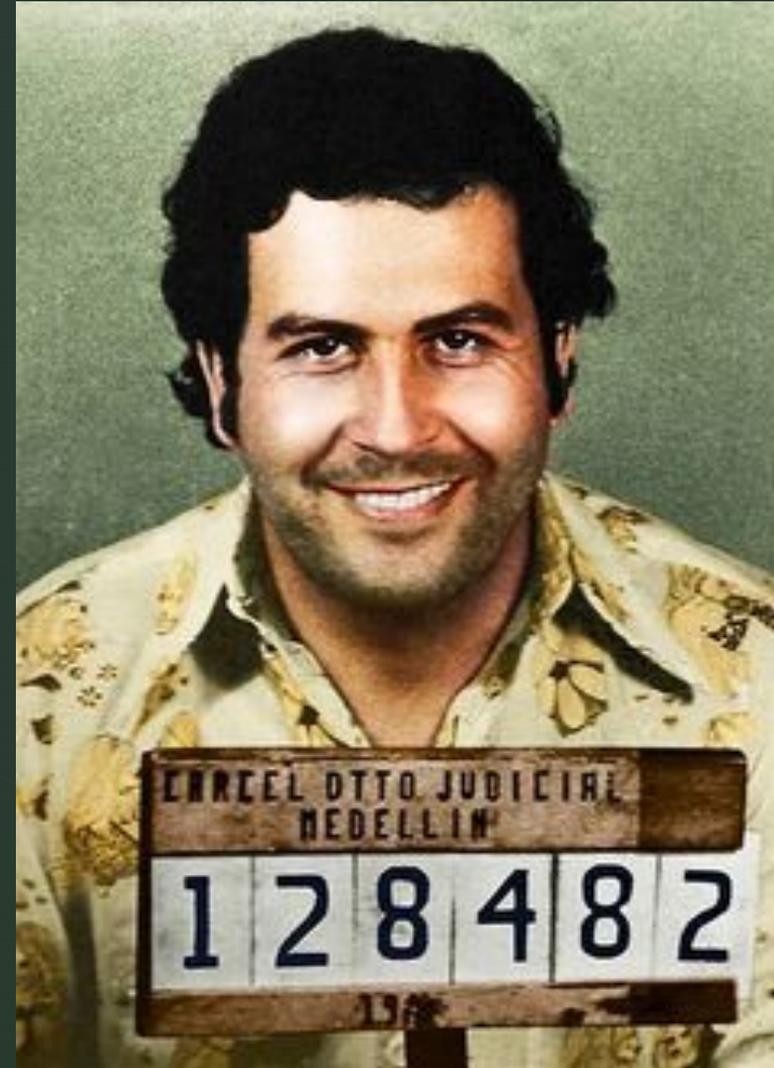
Данный видеоролик был сделан компанией с целью показать, с каким на самом деле производением искусства они имеют дело

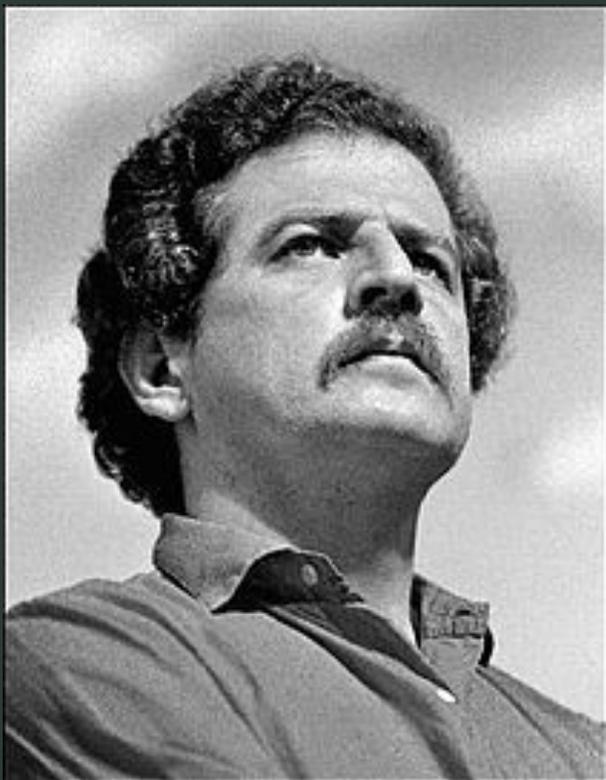
TAU-PRESENTS.COM

SAINT-PETERSBURG

Наркобизнес в Колумбии. Пабло Эскобар – босс и «волшебник»

22-летний Эскобар был самым известным преступным авторитетом Медельина. Его криминальная банда уже на тот момент была крупной, и Пабло решил начать криминальный бизнес, с которым будет связана вся его последующая жизнь. В 1970-е годы США были страной с неограниченным рынком для наркоторговли. На смену марихуане должен был прийти новый наркотик, и им стал кокаин, который наряду с другими алкалоидами содержится в растениях рода Эритроксилум (*Erythroxylum*), например в кокаиновом кусте (*Erythroxylum coca*) и др. Эти растения были широко распространены в Колумбии, и Эскобар поставил производство наркотиков на поток. Однако сначала группировка Пабло была лишь посредником, покупая товар у изготовителей и продавая его перекупщикам, сбывавшим кокаин в США.





Луис Карлос Галан

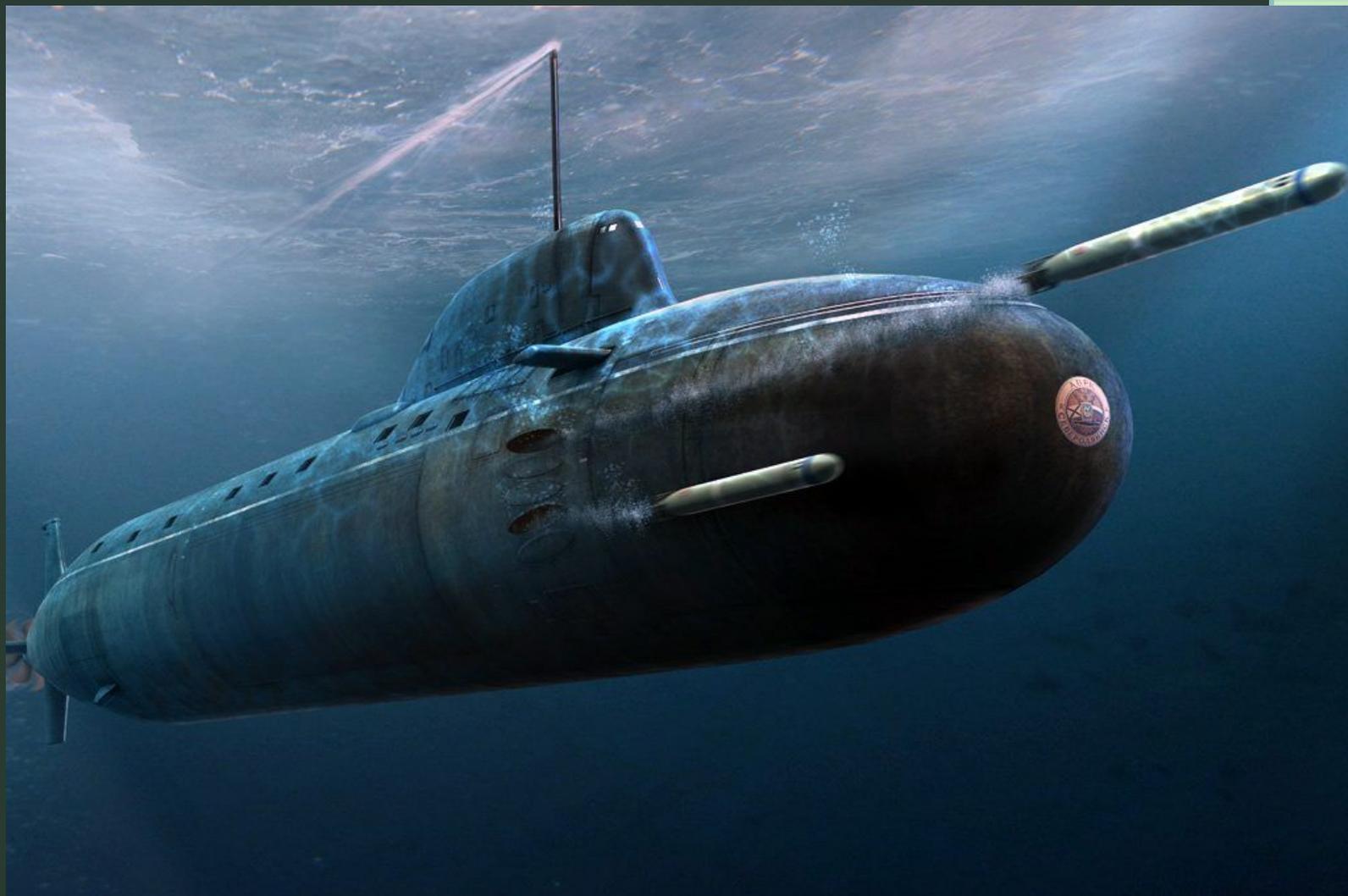
В 1980-х Медельинский картель обладал огромным влиянием в стране. Лидер картеля Пабло Эскобар не скрывал своих политических амбиций — в 1982 году он был избран замещающим членом Национального конгресса Колумбии (то есть голосовал за отсутствующих депутатов) и намеревался выдвинуть свою кандидатуру в президенты страны. Это вызвало противодействие со стороны широких общественных кругов, в частности, известный колумбийский журналист и политик Луис Карлос Галан обвинил П.Эскобара в использовании «кокаиновых денег» в предвыборной кампании и в 1984 году добился исключения Эскобара из членов Конгресса. В 1989 году Галан был убит в результате покушения, убийство его до конца не было раскрыто. Один из ближайших соратников П.Эскобара, Карлос Ледер, также попытался заняться политикой, используя свои средства, нажитые в наркобизнесе. Он создал общественное движение популистского толка, финансировал бесплатные программы образования и здравоохранения для сельских районов, а также строительство домов для обитателей трущоб. Риторика его выступлений носила антиамериканский, антисоветский и антиимпериалистический характер. Политические амбиции лидеров Медельинского картеля стали дополнительным стимулом для властей Колумбии для усиления борьбы с наркобизнесом.

Наркобизнес Эскобара быстро развивался во всей Южной Америке. Он сам начал заниматься контрабандой кокаина в США. Один из приближённых Эскобара, некто Карлос Ледер, ответственный за переправку кокаина, организовал на Багамах перевалочный пункт наркотрафика. Его работа была организована на высшем уровне: там был построен крупный причал, ряд бензозаправок и современная гостиница со всеми удобствами. Ни один наркоделец не мог без разрешения Пабло Эскобара вывозить кокаин за пределы Колумбии. Эскобар снимал так называемый 35-процентный налог с каждой партии наркотиков и обеспечивал её доставку. В джунглях Колумбии он открывал химические лаборатории по выработке кокаина.



Карлос Ледер

Летом 1977 года Эскобар и ещё трое крупных наркоторговцев, объединившись, создали организацию, которая стала называться Медельинским картелем. У него была самая мощная финансово-кокаиновая империя, которой не было ни у одной наркомафии мира. Для доставки кокаина у картеля была и сеть распространения, и самолёты, и даже подводные лодки. Пабло Эскобар стал непререкаемым авторитетом кокаинового мира и абсолютным лидером Медельинского картеля. Он подкупал полицейских, судей, политиков. Если подкуп не действовал, то в ход пускался шантаж, но в основном картель действовал по принципу: «Plata O Plomo» (с исп. — «серебро или свинец»).



К 1979 году Медельинский картель уже владел более чем 80 % кокаиновой индустрии США. 30-летний Пабло Эскобар стал одним из самых богатых людей мира.

Чтобы заручиться поддержкой населения, Эскобар развернул в Медельине широкое строительство. Он прокладывал дороги, строил стадионы и возводил бесплатные дома для бедных, которые в народе называли «кварталы Пабло Эскобара». Сам он объяснял свою благотворительность тем, что ему было больно видеть, как бедные страдают.

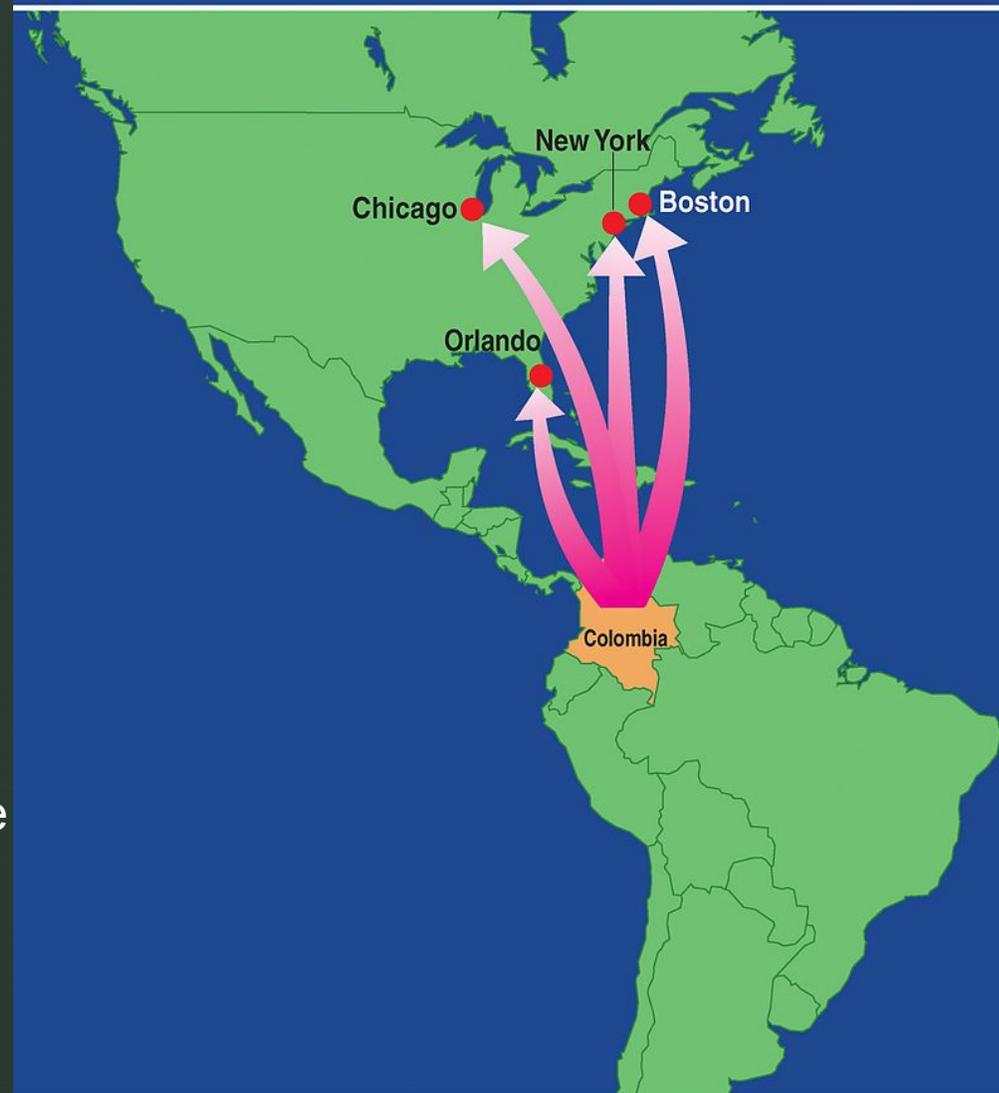




Operation High Step

Благодаря усилиям правительства Колумбии производство наркотиков в стране медленно снижается. По одним данным, после пика производства кокаина в 2000 году, в 2010 году его производство сократилось на 60 %

Управление Организации Объединенных Наций по наркотикам и преступности (UNODC), после анализа эффективности мер, предпринятых правительством Колумбии по борьбе с наркотиками на протяжении более 20 лет, призвал страны, где проживают основные потребители кокаина (в основном в Европе Северной Америке) взять на себя долю ответственности в снижении спроса на кокаин



Спасибо за внимание!

