

Ballantine's iconic 21 Year Old blend is exclusively released at duty-free shops

✎ 배두열 기자 | ⓒ 승인 2023.08.08 16:57



Drink Responsibly

19세 이상의 법적 음주 허용 소비자를 위한 콘텐츠입니다.

경고: 지나친 음주는 뇌졸중, 기억력 손상이나 치매를 유발합니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.

제품명: 발렌타인 21년 아티스트 에디션 제조국: 스코틀랜드 수입업소: (주) 페르노리카 홍콩 리미티드

©Pernod Ricard Korea = ▲Pernod Ricard Hong Kong Limited has unveiled Ballantine's 21YO Artist Edition in collaboration with celebrated Korean artist Noh Sangho exclusively in Global Travel Retail across the APAC region.

[AP신문 = 배두열 기자] Pernod Ricard Hong Kong Limited has unveiled Ballantine's 21YO Artist Edition in collaboration with celebrated Korean artist Noh Sangho exclusively in Global Travel Retail across the APAC region.

This artist edition is rooted in the campaign slogan of Ballantine's, "Time Well Spent," which emphasizes the importance of time. Artist Noh Sang-ho created a special art work titled "The Great Chapbook – Time Well Spent", and the art work has covered on the front of the bottle and package of the 'Ballantine's 21YO Artist Edition'.

As well as his own experiences, Noh Sangho is known to gather many artistic ideas from the digital world – finding inspiration in the ordinary and transforming every day images into his bold style. The pieces portray colourful and dynamic scenes of groups of people enjoying different activities in a vast outdoor scene, filled with natural elements and varying colours to indicate the changing light of the day.

Commenting on his work for this partnership, Noh Sangho says "When Ballantine's introduced me to its "Time Well Spent" ethos, it was a concept that deeply resonated with me and reminded me of many happy memories enjoying time with my loved ones. I painted people doing things that they love and expressed the deepening of time whilst enjoying each other's company, using different colours and accents. This correlates with my creative process; drawing objects, moments and people that I have encountered every day for the past 10 years."

Ballantine's Master Blender Sandy Hyslop also took great care in blending this product. Sandy Hyslop is one of only five master blenders in the 195-year history of Ballantine's, and he was inspired by the precious time he experienced to complete the complex flavor of 'Ballantine's 21 YO'. Expertly blended by Sandy Hyslop, Ballantine's' 21 Year Old expression is a remarkable blend, perfectly balanced with notes of rich liquorice and aromatic spice, an indulgent mix of honey, with sweet hints of apple and floral aromas.

Liya Zhang, Vice President of Marketing, Pernod Ricard Global Travel Retail, said, "Ballantine's' 21 Year Old is a beautiful product born from the meeting of two arts: whisky and art" and "The label and packaging which have been designed by Noh Sangho for the 21 YO blend perfectly align with the brand's rich heritage and as it's the perfect bottle for both collectors and gifting occasions."

The Ballantine's 21 Year Old Artist Edition in collaboration with Noh Sangho is available exclusively in Global Travel Retail across the APAC region.

페르노리카홍콩(Pernod Ricard Hong Kong Limited)은 한국 현대미술 작가인 노상호 작가와의 협업을 통해 탄생된 '발렌타인 21년 아티스트 에디션'을 아태지역 면세점에 단독으로 출시한다고 밝혔다.

이번 아티스트 에디션은 시간의 중요성을 강조하는 발렌타인 브랜드의 캠페인 슬로건인 '우리가 깊어지는 시간(Time Well Spent)'에 뿌리를 두고 있다. 노상호 작가는 '위대한 책북(The Great Chapbook) - 우리가 깊어지는 시간'이라는 제목의 특별한 작품을 탄생시켰으며, 이번 '발렌타인 21년 아티스트 에디션'의 바틀 전면과 패키지에 담아냈다.

노상호 작가는 디지털 세계에서 예술적 영감을 주는 이미지를 모은 후 일상적인 이미지를 자신만의 대범한 스타일로 재해석하여 작품을 완성한다. 노 작가는 이번 아티스트 에디션을 위해 개인적인 추억과 일상에서 마주치는 사람들에서 영감을 받아 매혹적인 이야기를 전하는 아름다운 디자인을 완성했다. 작가는 드넓은 야외에서 다양한 활동을 즐기는 사람들을 아름다운 자연과 함께 하루 동안 변화하는 빛을 묘사하는 다채로운 컬러를 활용해 역동적으로 표현했다.

노상호 작가는 "발렌타인'의 캠페인 슬로건 '우리가 깊어지는 시간'을 들었을 때, 사랑하는 사람들과 보냈던 행복한 시간이 떠올랐고, 다양한 컬러를 사용해 사랑하는 사람들과 함께 하는 소중한 시간으로 발렌타인의 가치를 표현하고자 했다"며, "지난 10년 동안 일상에서 마주치는 사람들과 사물, 순간을 작품 속에 담아왔기에 개인적으로도 의미가 깊다"고 소회를 밝혔다.

발렌타인 마스터 블렌더 샌디 히슬롭(Sandy Hyslop)도 이번 제품의 블렌딩에 심혈을 기울였다. 샌디 히슬롭은 발렌타인의 195년 역사 중 단 5명의 마스터 블렌더 중 한 명으로 자신이 경험한 소중한 시간에 영감을 받아 이번 '발렌타인 21년'의 복합적인 풍미를 완성했다. 샌디 히슬롭의 손길로 탄생된 '발렌타인 21년'은 풍부한 감초 향과 향긋한 스파이스 풍미가 달콤한 꿀 향과 사과 그리고 꽃 향이 완벽한 조화를 이루는 블렌딩으로 탄생됐다.

리야 장 (Liya Zhang) 페르노리카 글로벌 면세 사업부(Pernod Ricard Global Travel Retail) 마케팅 부사장은 "이번 '발렌타인 21년 아티스트 에디션'은 위스키와 아트라라는 두 예술이 만나 탄생된 아름다운 제품"이라며, "노상호 작가가 '발렌타인 21년'을 위해 디자인한 라벨과 패키지가 발렌타인 브랜드가 지니는 헤리티지와도 맞닿아 있어 높은 소장 가치를 지녀 선물용으로도 제격"이라고 말했다.

노상호 작가와 협업한 '발렌타인 21년 아티스트 에디션'은 아태지역 면세점에서만 판매된다.



배두열 기자 2004@apnews.kr