

# DRINKS.

## Johnnie Walker Black Label Whisky 70cl Set avec verre Highball



Scanner pour visiter la  
version en ligne

### Informations supplémentaires

Numéro d'article	704227
Alcool	40%
Contenu	70cl
Pays	Grande-Bretagne
Région	Écosse, Glasgow
Embouteilleur	Johnnie Walker and Sons, 5 Lochside Way, Edinburgh, EH12 9DT, Scotland
Marque	Johnnie Walker
Type	Assemblage de Scotch Whisky
L'usage	Pur ou pour une variété de boissons et de cocktails
Dégustation	Nez: des arômes de vanille sucrée, de zestes d'orange, d'épices et de raisins secs se déploient. Bouche: des notes de fumée de tourbe et de malt sont perceptibles.
Désignation commerciale	Whisky
Détails	Assemblage de différents whiskys d'au moins 12 ans d'âge provenant des quatre coins de l'Écosse
Honneurs	<b>&amp;nbsp;</b>
Ingrédients	Une liste des ingrédients n'est pas requise en vertu de l'Art. 16, par. 4, du REGLEMENT (UE) n°1169/2011.
Additifs	Contient du colorant



## Description

Le Johnnie Walker Black Label s'appelait à l'origine "Extra Special Old Highland Whisky" et a été renommé en 1909. L'assemblage d'eaux-de-vie de céréales d'au moins douze ans d'âge est censé représenter le meilleur des quatre coins de l'Écosse. Le whisky à l'étiquette noire est la quintessence même d'un assemblage de whisky de luxe et a déjà été immortalisé dans des peintures et des films. L'histoire à succès du whisky écossais Johnnie Walker, mondialement connu, a commencé en 1820, lorsque John Walker a ouvert un magasin général dans la ville après la mort de son père. Comme beaucoup de négociants de son époque, John proposait quelques Single Malts, mais il a rapidement eu envie de créer quelque chose d'unique et de durable et a commencé à mélanger des whiskys. L'entreprise de Kilmarnock, en Écosse, a connu un grand succès et est devenue un empire au fil des générations. En 1867, le fils de John a lancé le premier produit commercial de la marque, et des points de vente ont été ouverts à Londres, Birmingham, Sydney et en Afrique du Sud dans les années 1880 et 1990. Afin de faciliter le transport des bouteilles et de gagner de l'espace, l'entreprise est passée de la forme ronde à la forme carrée encore utilisée aujourd'hui. Pour des raisons d'identification, une étiquette a été collée à un angle de 24 degrés. Au début du 20e siècle, le célèbre logo de l'homme pressé, portant un chapeau haut de forme, un nœud papillon et une canne, a enfin été créé.