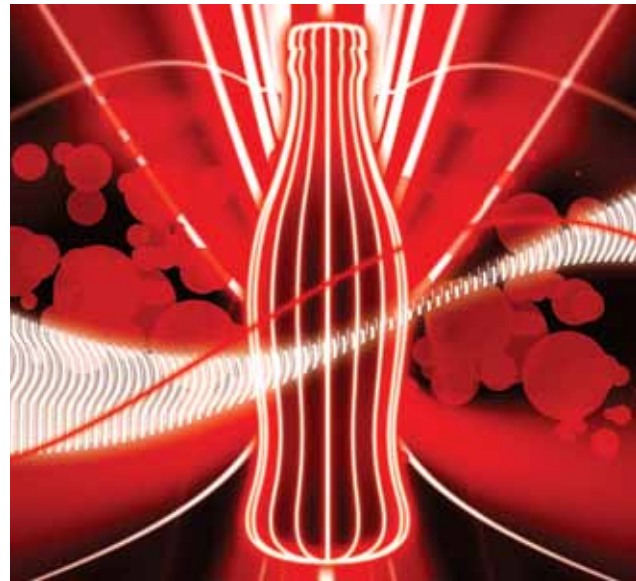




Еволюція контурної пляшки (до 100-річчя пляшки Coca-Cola)

«Контур додає формі пляшки виключності, яка, на нашу думку, є необхідним компонентом розбудови бренду. `Coca-Cola` має власну, унікальну упаковку, що підвищує вартість і так найбільш упізнаного та потужного бренду в світі»

*Джек Стол,
Президент компанії
`The Coca-Cola Company`*



Замість вступу

Недаремно представники `The Coca-Cola Company` приділяють таке велике значення контурній формі пляшки, адже вона гідно визнана у світі найбільш упізнаною упаковкою... навіть у темряві!

А чи відома вам історія цього феноменального символу бренду Coca-Cola? Цього разу ми проведемо вас у далекі часи 80-х років позаминулого століття, коли серед знаменитих історичних подій: відкриття статуї Свободи у Нью-Йорку, завершення будівництва Канадської Тихоокеанської залізниці, появи відомого персонажу

Конан Дойля Шерлока Холмса та інших, гідне місце посів винахід напою Coca-Cola.

Напій Coca-Cola був створений 125 років тому — 8 травня 1886 р. в Атланті, штат Джорджія, доктором Джоном С. Пембертоном. Упродовж 8 років Coca-Cola продавалася тільки в аптеці Jacob's Pharmacy виключно на розлив по 5 центів за склянку: продавці власноручно змішували два інгредієнти — сироп і содову — безпосередньо в склянках.

Ідея готувати напій заздалегідь і виставляти на вітрини у пляшках належить власнику крамниці солодошів

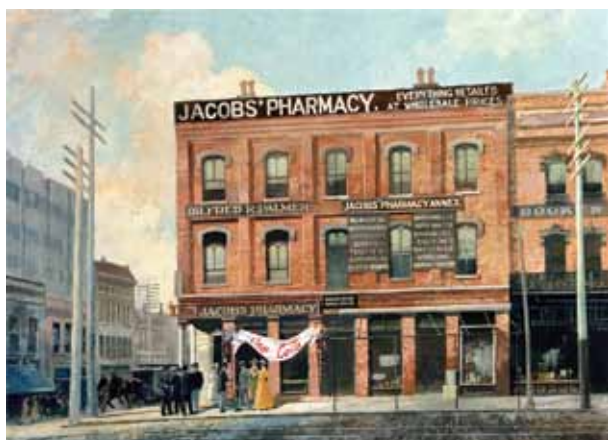
міста Віксбург (штат Міссісіпі) Джозефу Біденхарну (1894 р.).

Перший завод з виготовлення бутельованої Coca-Cola відкрився 5 років потому у Чаттанузі (штат Теннессі). Він був побудований не Біденхарном, як можна було б припустити, а підприємцями Бенджаміном Томасом і Джозефом Уайтхедом. Напій виходив з конвеєра у «пляшках Хатчінсона», які були названі на честь свого розробника й виробника. Такі пляшки були прозорими, нагадували пляшечки для ліків та використовувались усюди.

На початку ХХ ст. пляшка Coca-Cola змінила свій вигляд: стала різнокольоровою і з витягнутим горлечком — за останніми модними течіями тих часів. Однак упаковка і досі відрізнялася від багатьох інших одним лише логотипом.

Народження шедевра

Створити тару оригінального дизайну, яку «можна ідентифікувати не тільки у темряві на дотик, а й навіть за скалками на підлозі», вирішив Бенджамін Томас з метою боротьби з підробками. Річ у тім, що тоді (1915 р.) бізнесмен мав ексклюзивні права на виробництво бутельованої Coca-Cola у всій Америці. Популярність напою зростала в геометричній прогресії, і з такою самою швидкістю збільшувалась кількість підробок.



Аптека Jacob's Pharmacy, де вперше почали продавати Coca-Cola



Такий вигляд має плід какао у переважній більшості ілюстрованих енциклопедій



«Пляшка Хатчінсона»



Ескіз пляшки Coca-Cola, зроблений Ерлом Діном



Перший варіант пляшки Coca-Cola, так званий «дослідний зразок Діна»



Упаковка Coca-Cola початку XX століття

Стандартні (юридичні) методи боротьби з контрафактом не допомагали. Можливо, саме тому відповідальним за створення унікальної тари став юрист Харольд Хірш. Він оголосив національний конкурс серед дизайнерів, перемогу в якому здобула Root Glass Company з містечка Терре-Хот, штат Індіана. Ця компанія, звісно, спеціалізувалася на виробництві скляної тари. Її директор Чапмен Джей Рут доручив роботу дизайнеру Ерлу Діну й менеджеру Клайду Едвардсу.

На творчі пошуки творців пляшки наштовхнула форма плоду какао. Ерл Дін зробив декілька ескізів, додавши до «плоду какао» розширене дно, яке мало надати пляшці стійкості на конвеєрі. Один з цих ескізів сьогодні зберігається в архіві штаб-квартири Coca-Cola в Атланті. Другий був відправлений до Національної комісії з винаходів і нині вважається втраченим. Пляшка, яка зображена на цих ескізах, у дечому відрізняється від тої, до якої ми звикли, адже на прохання компанії Coca-Cola у зразок були внесені деякі зміни: зменшена товщина й видалені яскраво виражені вертикальні рівчаки. Проте сама форма плода какао залишилася без змін.

До речі, впродовж тривалого часу вважалося, що винахідником нової

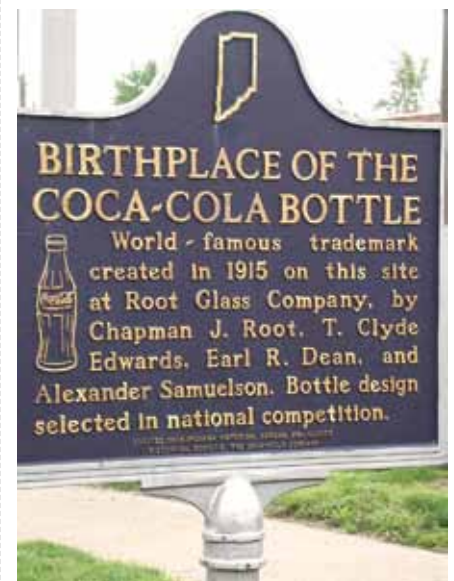
пляшки був не Ерл Дін, а керівник з виробництва Root Glass Company Олександр Самуельсон, підпис якого зазначений на патенті, що реєструє винахід. Цю помилку історики реклами вважають чудасією, а в авторстві Ерла Діна ніхто не сумнівається.

У 1971 р. Ерл Дін на прохання Florida Coca-Cola Bottling Company записав свої спогади про винайдення пляшки: «Після того, як я створив два рисунки й показав їх Чапмену Джей Руту, директору нашої компанії, він попросив мене терміново виготовити декілька дослідних зразків. Проблема полягала в тому, що заводська піч працювала з перервами на декілька днів, а то й тижнів. До закінчення чергової зміни залишалося лише 22 години. За цей час потрібно було підготувати форму, тиснення логотипу та ще купу усіляких речей. Тому я встиг зробити тільки дві пляшки. Але й ті, як потім виявилося, не знадобилися, тому що компанія Coca-Cola внесла деякі зміни в мій ескіз».

Після затвердження доопрацьованого дизайну Діну запропонували два варіанти винагороди: одноразова виплата \$ 500 (доволі значна сума на той час) або довічна гарантія робочого місця в Root Glass Company. Він обрав другий варіант.

Зразок Діна й книга пам'яті

Рік потому, після того, як нова пляшка Coca-Cola стала продаватися всюди, дизайнер знайшов у себе в шафі два перші зразки. Один він відніс до офісу Root Glass Company, а другий, з дозволу керівництва, залишив собі. Пізніше Дін передав його своєму сину Роберту. Цей «дослідний зразок Діна» з товстими стінками й рівчачками «у стилі какао» так і не потрапивший у



Пам'ятний знак у Терре-Хоте на місці, де у 1915 р. розташовувався головний офіс Root Glass Company



серійне виробництво, нещодавно був проданий на каліфорнійському аукціоні за \$ 240 тис. Друга пляшка знаходиться в архіві Соса-Кола в Атланті. Її подарував компанії син Олександра Самуельсона — того самого, що підписав патент.

У 1994 р. у Терре-Хоте на місці, де 1915 р. розташовувався головний офіс Root Glass Company, був установлений пам'ятний знак. «Тут у 1915 р. співробітники Root Glass Company, яка здобула перемогу в національному змаганні дизайнерів, — Чапмен Джей Рут, Т. Клайд Едвардс, Ерл Р. Дін та Олександр Самуельсон — створили всесвітньо відомий торговий виріб — пляшку Соса-Кола».

У 2010 р. світ побачила книга «The Man Behind The Bottle» («Людина, яка створила пляшку»). Її автор Норман Л. Дін, другий син Ерла Діна, описав життя батька і історію створення пляшки.

Символ щастя

Патент на виробництво скляної пляшки Соса-Кола оригінальної форми набрав чинності 16 листопада 1915 р. Відтоді у світі продано понад 300 млрд пляшок.

У 1918 р. компанія провела першу рекламну акцію з просування бутельованого напою, і вже через 10 років продажі Соса-Кола в тарі переви-

щили її споживання на розлив, як у минулі часи.

Втім, 34 роки потому після винайдення пляшки, менше 1 % американців могли ідентифікувати Соса-Кола за формою упаковки. Про це свідчать результати досліджень які були ініційовані компанією. Однак через рік, у 1950 р., ситуація кардинально змінилася. Журнал Time, публікуючи на своїх сторінках великий матеріал про президента Соса-Кола Роберта Вудрафа, вирішив розмістити його портрет на обкладинці. Той запропонував замість цього ілюстрацію, де планета Земля з насолодою п'є напоїв з фірмової пляшки.

Так Соса-Кола стала першим в історії США комерційним продуктом, зображення якого з'явилось на обкладинці загальнонаціонального видання. За пляшкою Соса-Кола закріплювався статус національного символу Америки. Сьогодні 90 % населення Землі знають контур цієї пляшки й легко впізнають її на дотик навіть у темряві — так, як і мріяв Бенджамін Томас.

Спочатку пляшка Соса-Кола вмщувала 6,5 унції напою, тобто близько 200 мл. У 1955 р. з'явились 12-унцієві (0,33 л), а також 26-унцієві (0,77 л) ємності. Всі вони повторювали форму своєї попередниці. До того ж, коли у 1960 р. Соса-Кола почали продава-

ти у банках (до цього баночна версія постачалася тільки для армії), на них зображали контурну пляшку для того, щоб споживач знав: у банці такий самий чудовий напій, що і у звичній скляній упаковці.

Джерело натхнення

Пляшка Соса-Кола неодноразово надихала багатьох відомих художників. Вважається, що у мистецтві її прославив Енді Уорхол: у 1960-х рр. він створив безліч полотен у стилі поп-арт, героїнею яких стала контурна пляшка. Проте не всі знають, що одним з перших використав образ фірмової упаковки у своїй творчості Сальвадор Далі. Пляшка Соса-Кола зображена на його полотні 1943 р. «Поезія Америки».

Інновації, звісно ж, позначаються на дизайні та навіть матеріалах, з яких виготовляють пляшку, при цьому її форма залишається незмінною. Так, у 2005 р. компанія Соса-Кола представила алюмінієву версію контурної пляшки М5 (М — перша буква слова magnificent (чудовий)). А влітку 2013 р. у пляжних крамничках Колумбії можна було придбати Соса-Кола в пляшці, яка нічим не відрізнялася від звичайної, окрім того, що була зроблена з льоду. *✂*

За матеріалами *Coca-Cola Journey*