

Упаковка для виски Glenfiddich (история и ретроспектива)

А.И. Ивченко, William Grant & Sons, г. Киев

Мы познакомилась в середине декабря прошлого года в баре Hitchcock в ТРЦ «Гулливёр» на презентации виски Glenfiddich компании William Grant & Sons.

Надо было видеть и слышать, с каким увлечением Александр Ивченко, который вел эту презентацию, рассказывал о виски всемирно известного бренда. Создавалось впечатление, что выступает один из сыновей или, скорее всего, если учесть возраст, праправнук Вильяма Гранта. Великолепная осведомленность Александра об истории появления напитка, его составе, технологии изготовления и еще о многих интереснейших фактах «жизни» виски Glenfiddich дополнялась превосходными слайдами. Все это создавало особую атмосферу, которая, скажу по себе, переносила меня в ту знаменитую долину Fiddich (олень). Именно здесь, в Спейсайде, Вильям Грант со своими сыновьями построил дистиллерию, а его потомки, сегодня уже в пятом поколении, в течение более 125 лет создают известный во многих странах напиток.

Слушал я, слушал Александра Ивченко, дегустируя по его рекомендациям Glenfiddich 12, 15 и 18-летней выдержки. Но когда он рассказал, а затем и показал фильм о том, как в собственной бондарне на винокурне изготавливают, ремонтируют и подготавливают дубовые бочки для выдержки виски, идея рассказать в журнале о бутылках и этикетках для виски, о тех самых бочках, которые не только являлись тарой для хранения и транспортирования напитка, но и используются для выдержки и приготовления виски, пришла сама собой.

Договорились мы быстро. В журнале будет опубликована серия статей, которая в этом номере начинается с ретроспективы бутылок для виски компании William Grant & Sons.

Валерий Кривошей, к.х.н.

Немного истории

После того как в 1887 г. Вильям Грант со своими сыновьями построили дистиллерию, вначале они начали продавать свои спирты блендерам — компаниям, которые занимались скупкой, купажированием и бутылкованием виски под своими брендами. Скромную часть виски Грант продавал локально, в небольшие бары и лавки, часто напиток доставляли просто в бочках.

До конца XIX в. преимущественно большинство дистиллерий продавало свой виски в бочках: это была надежная и удобная в транспортировке тара. Почему же производители виски того времени перешли к упаковке в стеклянные бутылки? Этому было несколько причин.

Во-первых, производитель продавал виски бочковой крепости, а бакалейщики его самостоятельно редуцировали водой, чтобы заработать больше. Производитель не мог контролировать качество воды и крепость виски. Это могло как положительно, так и отрицательно влиять на имидж той или иной винокурни.

Во-вторых, производители начали более бережно относиться к бочкам. После выдержки они принимались их реставрировать и заливать дистиллят на выдержку повторно. Это позволяло избежать лишних затрат при покупке новой бочки.

Наконец, в конце XIX в. появились первые бренды купажированных (смешанных) виски. Их производители скупали виски с разных винокурен и продавали под своей маркой. Компании хотели выделить свой бренд на рынке, создавая отличные от других оригинальные этикетки с коммуникацией марки и ее атрибутикой.

Изначально виски Glenfiddich не имел своего имени и также продавался скупщикам для купажированных

виски или в локальные заведения. Годом рождения Glenfiddich как бренда можно считать 1903 г., когда Вильям Грант решил продавать свой виски конечному потребителю, и для этого ему нужно было его выделить. На этикетке каждой бутылки он гордо разместил герб своего клана и свою подпись. Основатель дистиллерии мог позволить себе размещать их на каждой бутылке только в том случае, если бы он смог сам контролировать все этапы производства вплоть до бутылкования. У Гранта была большая семья, и изначально они сами редуцировали и разливали виски по бутылкам, наклеивали вручную этикетку (рис. 1), воплощая мечту главы семейства «создать лучший драм (порцию виски) в долине». Таким образом семья Гранта смогла изначально задать высокий стандарт виски, который сохраняет до сегодняшнего дня.

Виски Гранта в стеклянных бутылках

Вплоть до начала XX в. аристократы Шотландии и Англии не считали виски престижным напитком, это был напиток скорее для деревенских людей. Знать в то время пила портвейн, херес и джин. Производители виски разливали свой продукт в бутылки изпод хереса, чтобы быть максимально похожими на премиальный напиток и таким образом больше зарабатывать. Смело можно сказать, что Грант подхватил тренд своего времени и выбрал для своего виски одну из форм бутылки для хереса (рис. 2). На первом этапе было правильнее создать свой собственный дизайн бумажной этикетки, что он и сделал. Текст для этикетки, фамильный герб и свою подпись Грант разместил на этикетке. Шрифты, цвета и расположение всех элементов — с этим он обратился к



Рис. 1. Бутилювання виски в началі ХХ в. на дистиллерії Glenfiddich

одной из местных полиграфий. Данные о ее названии в архивах, к сожалению, не сохранились. С самого начала и до конца 60-х ХХ в. дизайн упаковки для Glenfiddich находился под сильным влиянием Grant's. В мире доминировали купажированные виски, к ним были прикованы все взгляды. Первая бутылка Glenfiddich с названием «Fine Old Glenfiddich» в 1903 г. была похо-

жа на бутылку портвейна, так как в те времена это был наиболее популярный алкогольный напиток (рис. 3). Шрифты на этикетке и геральдика были достаточно массивными и смелыми. Такая стилистика была популярна на суровом севере Шотландии. Чтобы увеличить свои продажи, Гранту необходимо было наладить дистрибуцию на самых больших рынках потребления Шотландии — в Глазго и

Эдинбурге. Поэтому в 1908 г. дизайн этикетки становится несколько мягче и изысканней, герб с агрессивными хайлендерами становится меньше и смещается с центрального места. В таком дизайне Glenfiddich продолжал свою экспансию на рынке Великобритании и ее колоний еще полвека. В 1956 г. специально для виски Grant's была разработана треугольная бутылка, которая положительно повлияла на продажи. Ее автором был Ганс Шлегер, австрийский дизайнер, который работал консультантом в рекламном агентстве компании «Mather and Crowther» (рис. 4). Спустя 4 года эту бутылку и новую этикетку взяли на вооружение и для Glenfiddich. В книге «The Spirit of Success», история William Grant and Sons, написано: «Треугольная бутылка символизирует шотландские воду, воздух и ячмень, из которых, когда они соединяются вместе в традиционном пот стилл (медный перегонный куб), проистекает неповторимый образ изысканного виски семьи Грантов». В 1963 г. Сэнди Грант Гордон повез Glenfiddich в Нью-Йорк и открыл



Рис. 2. Первая стеклянная бутылка для виски Гранта



Рис. 3. Ретроспектива стеклянных бутылок для виски Glenfiddich с 1903 г. по настоящее время: 1903 Fine Old Glenfiddich (а); 1908 Special Glenfiddich (б); 1961 Glenfiddich Straight Malt (в); 1968 Monarch of the Glen (г); 1970 Monarch of the Glen (2nd edition) (д); 1999 classic design (е); 2015 new design (ж)

миру новую категорию — single malt whisky. За несколько лет развития этой категории виски продажи показывали небольшой, но уверенный рост. Чарльз Грант Гордон, внук Вильяма Гранта и управляющий дистиллерией, видел огромный потенциал американского рынка и принял решение развивать бренд на рынке США. В 1968 г. для Glenfiddich был разработан отличный от Grant's дизайн (рис. 3).

Во-первых, появился олень! Впервые Glenfiddich использовал свое собственное имя — Valley of the Deer

(долина оленя) — и поместил логотип с оленем на бутылке. Вторым новым мотивом стала широкая богатая рифленая золотистая этикетка.

Американский дизайн был настолько успешен, что в 1970 г. было принято решение развивать эту идею по всему миру. Эта этикетка получила название «Monarch of the Glen» (Монарх долины).

С того времени были заложены базовые элементы современного дизайна. Новые течения влияли на этикетку, но фундаментальный дизайн на бутылке сохранился до сих пор.

Последний выпуск новой бутылки и упаковки Glenfiddich в 2015 г. подчеркивает, что история Glenfiddich продолжает развиваться и компания уважает традиции (рис. 5).

До сих пор мы видим герб клана Грантов, подпись William Grant & Sons, «Bottled at the distillery». Эти слова дорого стоят. Ведь William Grant & Sons — одна из немногих компаний, которая остается независимой семейной компанией уже более 125 лет. За это время Glenfiddich стал самым титулованным и самым продаваемым односолодовым виски в мире. И покупая, например, бутылку Glenfiddich 18YO в аэропорту Франкфурта или же порцию виски в любимом баре, вы можете быть уверены, что этот виски произвели, выдержали и бутилировали в долине оленя.

Упаковка коллекционного виски

Цена на виски категории single malt в большинстве случаев диктует производителю необходимость использовать коробку или тубус для бутылки. Шотландский виски продается практически во всех странах мира, и производитель, и заказчик не желают нести потери во время его транспортирования. Это крайне дорого. Поэтому одна из важнейших причин использования вторичной упаковки — это безопасность столь ценного напитка. Такая



Рис. 4. Треугольная бутылка для Glenfiddich и ее автор Ханс Шлегел



логіка присуща і в разі продажу виски кінцевому споживачеві – необхідно безпечно доставити дорогий виски в домашню колекцію або як подарунок другу. Я рекомендую продовжити використовувати рідну тубус і зберігати в ній пляшку виски. Він захистить пляшку від падіння, попадання прямих сонячних променів і буде зручним при перевезенні.



Рис. 5. Бутылка виски Glenfiddich (дизайн 2015 г.)



Рис. 6. Ексклюзивна упаковка виски Glenfiddich з персональною підписом члена родини Грантов

В останнє часи через збільшення конкуренції на полицях магазинів багато виробників приділяють упаковці все більше уваги, працюючи з її формою, рекламним повідомленням, кольоровою гаммою і т. д. Але це лише засіб просування товару, який у зв'язку з іншими механізмами позитивно впливає на продажі.

Необхідно згадати про упаковку для дорогих виски. Чим дорожче виски, тим дорожчі матеріали і елементи можна використовувати в упаковці. Це можуть бути дерево рідкої породи, шкіра, цінний метал. Наприклад, Glenfiddich 40 років зберігання продається в зробленій вручну коробці з італійської шкіри. Всередині можна знайти книжечку з історією компанії і описом цього

реліза. Також до кожної пляшки прикладений паспорт, який підтверджує її автентичність, серійний номер і номер бочки, в якій цей виски дозрівав. Документ підписаний менеджером дистиляторії, в нашому випадку членом родини Грантов Пітером Гордоном (рис. 6).

Дорогий виски вимагає дорогої і якісної пробки. Важко знайти виски категорії single malt, закупорений не корковою пробкою. Використовують як натуральні, так і агломеровані високоякісні пробки. Це пов'язано не стільки з високою ціною натуральної пробки, скільки з її дефіцитом на світовому ринку. Зовнішня частина пробки, яка не контактує з напоєм, в основному полімерна. В найкращих вікових варіантах виски вико-

нують дерево цінних порід, щоб підкреслити преміальність витриманого напою.

І найголовніше

Купив пляшку виски, спочатку тримайте її в руках, ознайомтеся з історією напою, місією дистиляторії і особливостями виробництва конкретно вашого варіанта. Після цього не поспішайте позбутися його від акцизної стрічки і зовнішньої паперової обертки горляшки. Між вами і виски залишиться лише пробка. Порада: обережно відкрутіть її, і як тільки ви її виймете, піднесіть горляшко до свого носа, вдихніть шотландський повітря і перенесіть на кілька секунд в Шотландію. Це один з моїх найулюблених моментів при споживанні виски. *Ж*