

Этикетка – путеводитель в мир виски

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

Мы завершаем серию статей об упаковочной атрибутике для виски. Одной из ее главных составляющих является этикетка, которая, с одной стороны, украшает бутылку с виски, а с другой стороны, привлекает покупателя и информирует его о содержимом в данной упаковке.

Над этикеткой трудится не только дизайнер. Ее появление – это результат работы материаловедов и полиграфистов, технологов и конструкторов этикетировочного оборудования. Производители виски формируют общее задание на ее разработку, учитывая состав и особенности продукции, ее характеристики, торговую марку и другие аспекты.

Считается, что упаковка и вспомогательные упаковочные средства (пробка, этикетка и др.) по своей стоимости относительно упаковываемой продукции должны составлять не более 5% (чаще выходит меньше). Покупая виски компании William Grant & Sons, читая и наслаждаясь информацией на этикетке, чувствуешь высокий дизайнерский и технический уровень производителя виски.

В статье уже знакомый читателям Александр Ивченко раскроет историю появления этикетки на бутылке для виски Glenfiddich, расскажет о ее ретроспективе, роли в продаже продукции, особенностях ее дизайна и структуры, этикетках для эксклюзивных и подарочных напитков, а также о многих других аспектах удивительного явления – этикетки для виски.

Валерий Кривошей, к.х.н.

Интересно, всегда ли у бутылок для виски были этикетки? В начале Вильям Грант, основатель дистиллерии Glenfiddich, со своими сыновьями продавал виски, который шел на нужды купажирования, исключительно в бочках. Когда же они приняли решение самостоятельно бутылить виски на дистиллерии, то свою первую бутылку компания William Grant & Sons выпустила с этикеткой, таким образом задав высокий стандарт качества. Это был Fine Old Glenfiddich Pure Malt Whisky, который бутылковали с 1903 по 1908 гг. Примечательно, что компания изначально стала указывать на этикетке сорт напитка. В 1963 г. Glenfiddich эффектно создает категорию single malt. Он представляет миру и активно развивает треугольную бутылку с этикеткой Straight Malt, у которой был отличительный золотой ободок на белой этикетке (рис. 1–3). Самые первые этикетки обладали крайне простым дизайном и неза-



Рис. 1. Glenfiddich straight malt – виски, с которого началась история single malt, 1963 г.



Рис. 2. Glenfiddich straight malt

тейливой цветовой гаммой с использованием красного, белого и золотого цветов. Красный позаимствовали из семейного герба клана Грантов. С 1903 г. и по сей день дизайн этикетки, помимо тысячи крохотных изменений, претерпел 10 значительных модификаций. Символ оленя, который сегодня прочно ассоциируется с виски Glenfiddich, появился на бутылке только в 1968 г. В том же году люди увидели первую этикетку из золотой фольги, которая произвела революцию в мире упаковки.

Сегодня с компанией работают известные дизайнерские центры. Так, над дизайном упаковки основного ассортимента виски компании, включая дизайн запущенной 1 сентября 2016 г. экспериментальной серии Glenfiddich XX и Glenfiddich IPA, работает фирма Here Design. Purple Creative создала дизайн нескольких вариантов лимитированных версий виски. В любом случае все этикетки разрабатываются в тесном контакте с сотрудниками William Grant & Sons. Финальный дизайн этикетки утверждается семьей и только после этого возможен к использованию на виски Glenfiddich.

Этикетка виски Glenfiddich выполняет много важных функций: создает и поддерживает согласованность с другими релизами в ассортименте (чтобы они выглядели как единая семья); дарит ощущение роскоши;

создает узнаваемость бренда для покупателя; информирует его; рассказывает об исторических фактах (особенно для таких наиболее инновационных релизов, как Project XX (рис. 4) и Age of Discovery); демонстрирует логотип бренда.

Успешной этикетка становится тогда, когда она привлекает потребителя, вызывает у него желание достать бутылку даже с верхней полки, приглашает его попробовать содержимое. Этикетка работает безупречно, когда у покупателя появляются чувство гордости и уверенность в том, что он покупает, когда покупка подчеркивает его индивидуальность, удовлетворяет амбиции, повышает статус. Вместе с тем интересны и важны структура всех элементов на этикетке, а также роль каждого из них. На фронтальной части бутылки этикетка разделена на два фрагмента – основной и дополнительный (рис. 5–6). На основном коммуницируются название виски и его место в огромном мире алкогольных напитков – односолодовый шотландский виски (рис. 7). Тут же указано, что его производит независимая семейная компания уже более 125 лет. Семья Грантов всегда отличалась независимым мышлением и обладала духом первопроходцев, она шла своим путем, привнося в индустрию виски инновации после смелых экспериментов. Именно дух новаторства в сочетании с поддержанием традиций производства виски сделал виски Glenfiddich самым титулованным виски в мире. Эта информация привлекает покупателя, он доверяет бренду и выбирает его. Если



Рис. 3. Glenfiddich straight malt



Рис. 4. Glenfiddich Project XX

теристиках, возрасте, крепости напитка. На этикетке более редких виски дополнительно указываются номер бутылки и номер бочки (рис. 9). Такую этикетку подписывает сам Молт Мастер дистиллерии. Благодаря размещенной на ней информации покупатель может сложить свое мнение о виски и выбрать тот вариант, который подходит ему больше всего. Если внимательно изучить фронтальную часть бутылки, то можно заметить семей-



Рис. 5. Glenfiddich 12, 15 и 18 лет выдержки



Рис. 6. Glenfiddich 15 лет выдержки



Рис. 7. Этикетка Glenfiddich 12 лет выдержки. Самый молодой виски, который выпускает дистиллерия

ный герб клана Грантов, который находится на горлышке каждой бутылки Glenfiddich (рис. 10). Этот герб является неотъемлемой частью этикетки с первого дня фасования виски в 1903 г.

Для упаковки эксклюзивных и подарочных виски Glenfiddich ключевым цветом является медь. Этот цвет премиален, современен и ассоциируется с уникальными медными кубками. Чтобы изготовить этикетку для всех вариантов виски, компания William Grant & Sons использует наилучшие из возможных материалов, такие как специальные фольга и лаки, которые способны оживить цвета. Отпечаток пальца на меди для нового Project XX из экспериментальной серии является отличным при-

он еще не знаком с виски компании William Grant & Sons, тогда на дополнительной этикетке (рис. 8) он может узнать больше: о технологии производства того или иного варианта виски, используемых бочках, вкусоароматических харак-



Рис. 8. Нижняя этикетка Glenfiddich 18 лет выдержки



Рис. 9. Нижняя этикетка Glenfiddich 30 лет выдержки



Рис. 10. Семейный герб клана Грантов на горлышке Glenfiddich 21 год



мером (рис. 4). Для более редкой линейки виски создается роскошный дизайн с использованием, например, шотландского серебра (этикетка на бутылке Glenfiddich 50 лет выдержки) и прошитой вручную кожи (рис. 11).

Для изготовления этикетки для виски компания William Grant & Sons выбирает разных подрядчиков в зависимости от напитка, истории его создания и стоимости производства. Абсолютно каждая бутылка проходит строгий контроль в течение всего производственного процесса, который начинается креативным агентством и продолжается в новом департаменте развития продукта в Шотландии. Этот отдел принимает окончательное решение в вопросах, какие этикетки использовать и какие бутылки заказывать. Кстати, для наиболее дорогих вариантов виски бутылки выдувают вручную. В заключение попытаюсь на примере одной или нескольких этикеток на бутылках для виски рассказать, чем она является для меня лично. В первую очередь она дарит мне эстетическое удовольствие: ее форма, цветовая палитра, шрифты и подписи совершенны. Бутылка и этикетка создают первое впечат-



Рис. 11. Кожаная упаковка Glenfiddich 50 лет выдержки с сертификатом

ление о содержимом. Возникает желание прикоснуться к бутылке, ознакомиться с написанным на этикетке, насладиться покупкой. На этом этапе я изучаю этикетку. Она дает множество информации о напитке. Например, что можно узнать, если внимательно рассмотреть этикетку Glenfiddich 18 лет выдержки (рис. 8, 12)?

Glenfiddich — это уже всемирно известная марка и дистиллерия, на которой производят одноименный виски. Ниже можно прочесть, что этим до сих пор занимается независимая семейная компания с 1887 г. Неспроста и олень на этикетке красуется. Дело в том, что Glenfiddich в переводе с гэльского означает «долина оленя», — именно в этом месте уже почти 130 лет производят и разливают этот виски. У меня в руках один из наиболее сложных с точки зрения органолептики продуктов — single malt scotch whisky (шотландский односолодовый виски). По моему мнению, это — наивысший класс среди алкогольных напитков.

Ниже буквами цвета меди отливается надпись «small batch reserve», что означает, что этот виски выпускают ограниченными партиями. Номер партии также виден на этикетке. Информация о бочках, особенностях выдержки, подпись Молт Мастера порадуют глаз ценителя этого напитка.

Цифра «18» сообщает, что это возрастной виски и что можно рассчитывать на глубокий и комплексный аромат. В случае с шотландскими виски цифра всегда означает минимальный возраст спиртов. Этикетка этого варианта намекает, что для знакомства с виски нужно подобрать правильное место, время и компанию. И только тогда можно оценить работу мастеров Glenfiddich. Ведь виски не терпит спешки и суеты. *Ж*



Рис. 12. Glenfiddich 18 лет выдержки в подарочной упаковке