

ГБПОУ “Магнитогорский Педагогический колледж”

# Виды упаковки

Выполнила: Савушкина Ксения,  
студентка 131 группы.

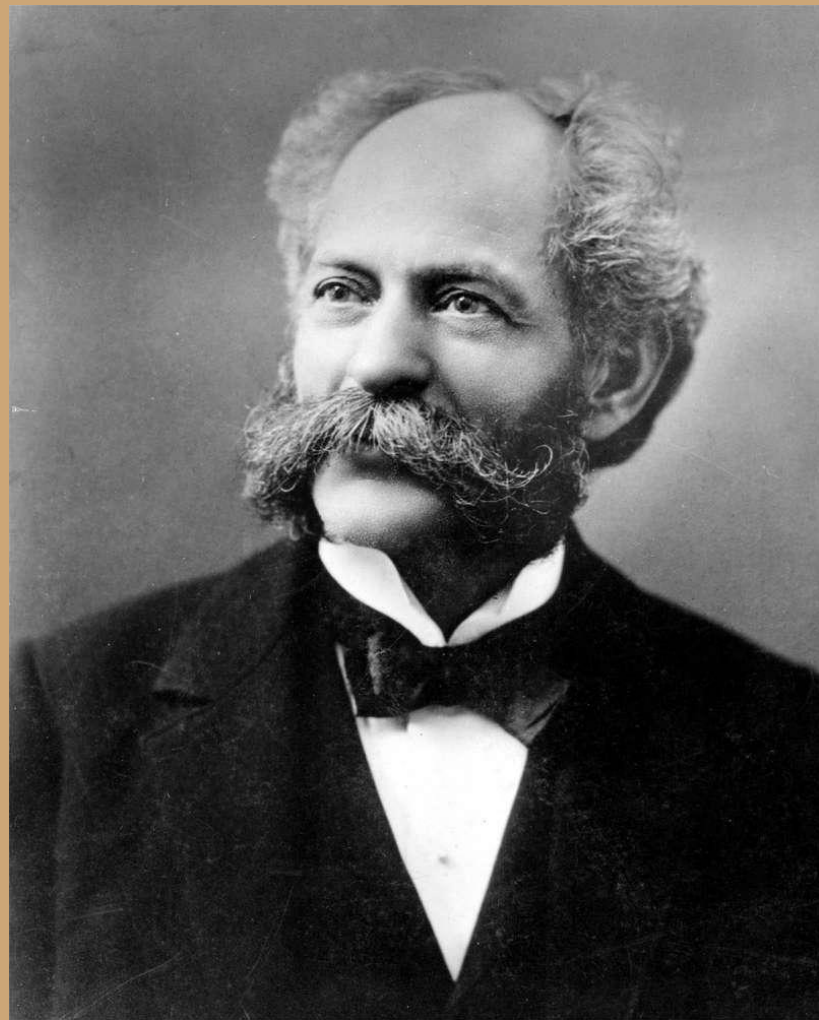
Магнитогорск, 2018

# Heinz



# Генри Джон Хайнц

Основатель  
“Heinz & Noble”  
и «Heinz Food Company»



# 1869

Первым продуктом компании был «превосходный и чистейший» тертый хрен по рецепту матери Генри, производимый в бутылках из прозрачного стекла.

В те времена такая упаковка была поистине революционной, т.к. конкуренты продавали тертый хрен в бутылках из темного стекла (оно скрывало дешевые добавки к хрену, обычно репу). В отличие от конкурентов, основатель компании Хайнц с гордостью демонстрировал свой продукт, чтобы потребитель мог видеть – продукция компании не содержит никаких посторонних примесей.



# 1876

Рецепт легендарного томатного кетчупа был изобретен Генри Хайнцем в 1876 году.

Поставив во главу угла натуральность, Хайнц акцентировал внимание на выгодной подаче кетчупа. Так, осознав, что покупатель опасается платить за незнакомый товар, Генри Хайнц решил разливать продукт в стеклянную тару, ранее использовавшуюся только для упаковки фирменного тертого хрена. Насыщенно-красный кетчуп выгодно смотрелся на полке любого магазина, затмевая продукцию конкурентов, «спрятанную» в жестяные банки или под темное стекло.



# 1886

К концу 19 века феноменальный успех компании Heinz в Америке позволил начать экспансию в другие страны. В 1886 году Хайнц отправился на пароходе в Великобританию. Он знал, что шанс завоевать консервативных потребителей Старого Света – крайне мал: в те годы американские товары не пользовались в Европе ни малейшим спросом. Поэтому Хайнц решил играть по-крупному и сделал ставку на влиятельный Лондонский магазин «Fortnum&Mason».



# 1890

Запатентованную ранее стеклянную трапециевидную тару сменила восьмигранная бутылка с обнимающей горлышко этикеткой. Завинчивающаяся крышка производит очередной фурор среди потребителей, а этикетка в форме краеугольного камня выражает признательность Хайнца родному штату Пенсильвания, прозванному «Key stone».



# 1892

Впечатлившись рекламой обувного магазина, предлагающей своим покупателям "21 фасон обуви", Генри Хайнц решил сделать то же самое.

*"Я насчитал гораздо больше чем 57, но число "57" продолжало вертеться в моем уме, - вспоминал потом сам Хайнц. - Семерка обладала таким психологическим обаянием, что числа "58" или "59" уже совершенно меня не привлекали".*

Так появился знаменитый лозунг компании Heinz "57 Varieties" (57 разновидностей), который до сих пор присутствует на этикетке классического кетчупа Heinz.





# 1893

Для привлечения внимания к своему стенду на Чикагской Всемирной выставке Генри Хайнц пообещал сувенир каждому посетителю - значок в виде маринованного огурчика. Идея себя полностью оправдала, и стенд Heinz стал самым посещаемым на выставке.



# 1948

В 1948 году был разработан знакомый всем дизайн этикетки томатного кетчупа Heinz, который остается неизменным и по сей день.



# 1968

В 1968 году компания в очередной раз проявляет заботу о покупателях, расфасовывая «национальную американскую приправу» в порционные пакетики из фольги, которые можно взять с собой, куда угодно, и носящие название «Ketchup on the go!».



# 2000

В 2000 году в продаже появились зеленый, а затем - оранжевый, синий и желтый соусы в EZ Squirt бутылках, особенно любимых детьми.



# 2002

В 2002-м привычную пластиковую бутылку «перевернули» с ног на голову, то есть, на крышку и, тем самым, облегчив процесс употребления приправы.



# 2010

В 2010-м, стремясь учесть предпочтения большинства потребителей, приправу производят в «походной» упаковке «Dip&Squeeze»: она удовлетворяет как желание макать еду в соус, так и поливать им блюда.



# Источники

- Официальный сайт Heinz в России  
<http://www.heinzketchup.ru/about/ourhistory>
- Состав.ру: История бренда: 145 лет Heinz  
<http://www.sostav.ru/publication/heinz-145-9087.html>

**Спасибо за внимание!**

