

The Coca-Cola Company

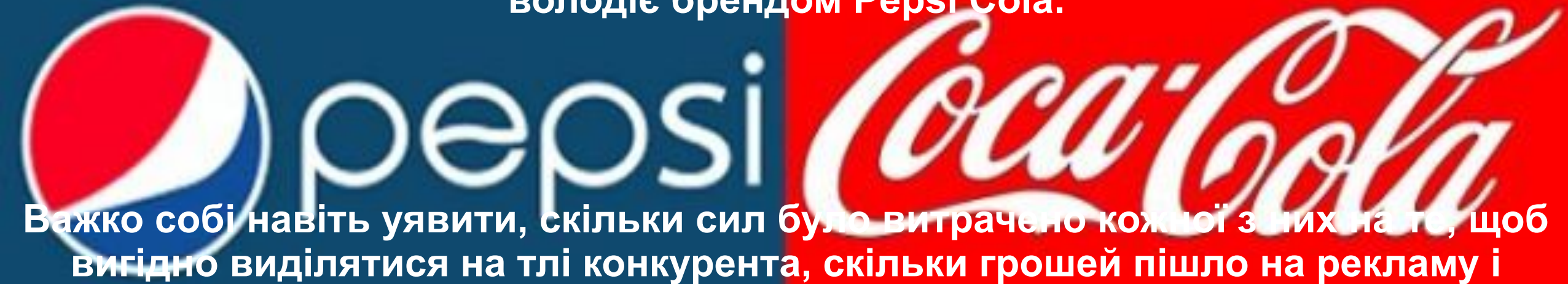


VS



pepsi

Компанії, що випускають схожі продукти, завжди конкурують між собою. Це зрозуміло і закономірно. Але от щоб війна тривала протягом цілого століття - таке трапляється не часто. А, між іншим, саме так і йдуть справи з двома головними виробниками газованих напоїв - компаніями Coca Cola і PepsiCo, що володіє брендом Pepsi Cola.



Важко собі навіть уявити, скільки сил було витрачено кожною з них на те, щоб вигідно виділятися на тлі конкурента, скільки грошей пішло на рекламу і скільки менеджерів позбулися своїх місць, допустивши непрощену помилку. Але найдивніше те, що війна брендів навіть і не думає закінчуватися. Навпаки, вона ще на самому своє розпалі, ми ж поки можемо тільки будувати припущення стосовно того, хто ж у підсумку вийде з неї переможцем.

Заснування брендів

Почалося ж усе ще в кінці 19 століття. Саме тоді, в 1886 році, фармацевт з Атланти Джон Пембертон вперше винайшов рецепт напою на основі листя коки, що став згодом всім нам добре відомої Coca Cola. Через 12 років після цього аптекар з Нью-Берна Калєб Бредхем також придумує бодрячий і тонізуючий засіб - Brad's Drink, яке з часом перетворилося на Pepsi. У ті роки обидва напої існували паралельно, і жоден з їхніх творців ще не здогадувався про існування конкурента.

Кінець 19 століття і початок 20-го відзначилися стрімким зростанням популярності обох «кол». У 1899 році був побудований перший завод Coca Cola і почалося виробництво напою в пляшках, що дозволило розширити продажі далеко за межі США. У 1904 році в склі стала продаватися вже і Pepsi Cola, яка в лічені роки відкрила понад 250 виробництв по всій країні. У той час Coca Cola значно випереджала всіх своїх конкурентів. А тому й не дивно, що з кожним роком у неї з'являлося все більше наслідувачів. У 1916 році юристи компанії подали до суду на двадцять одну компанію, які назвою, кольором або формою пляшки походили на лідера продажів. Примітно, що Pepsi в список не потрапила - вона займала відокремлену позицію, маючи свій власний коло шанувальників.

COCA-COLA



Coca-Cola Coca-Cola

1886

1900s (first labels)

1900s

1940s



Coke
Coke



1950s-60s

1960s (wave is introduced)

1985 (new Coke)

1987



Coca-Cola

1990s

2000s

2009 - TODAY

www.boredpanda.com



1898



1906



1950



1973



1991



1998



2001



2009

Початок війни

У 1928 році Coca Cola починає спонсорувати Олімпійські ігри, чим беззмінно займається й донині. Парою років пізніше шведський художник Хаддон Сундблomu створює образ червонощогого Санта-Клауса, який протягом наступних восьмідесяти років буде щорічно посміхатися нам з новорічною реклами напою. Успіхи компанії не пройшли непоміченими для її конкурентів. І головний з них, Pepsi Cola, вирішує, що прийшов час вийти з тіні і нарешті заявити про себе.

І перша така можливість з'явилася у Pepsi в 30-х роках 20-го століття - в роки Великої Депресії. У часи кризи в продаж надійшли пляшки Pepsi Cola, удвічі перевищували за обсягом пляшки конкурента, але продавалися за аналогічною з ними ціною - по 5 центів за штуку. «Вдвічі більше за ті ж гроші» - свідчила реклама. Маркетинговий хід приніс дійсно гарні результати. До речі, до нього періодично компанія повертається і зараз, розливаючи свій напій в бутлі по 0,6 літра замість 0,5.

Тим не менш, Coca Cola не бажала прощати конкуренту таку нахабність. У 1938 році вона виступила з позовом проти Pepsi Cola, звинувативши компанію в незаконному використанні слова «кола» у своїй назві. Судова тяганина тривала протягом трьох років, але найнятий Pepsi адвокат Уенделл Уіллі на славу відпрацював свої гроші - суд визнав слово «кола» узагальнюючим терміном, тим самим позбавивши Coca Cola підстав звинувачувати конкурента в плагіаті. На цьому коротка офіційна війна закінчилася і почалася довга закулісна.



Протистояння

Починаючи з 40-х років і донині між двома компаніями не зменшується напруга. Причому продовжували змагатися вони навіть в часи Другої світової війни, використовуючи політичну ситуацію в світі як додаткову можливість для самореклами. Так, кожна людина у військовій формі міг купити пляшечку Coca Cola всього за 5 центів, а Pepsi і зовсім забарвилася в патріотичні кольори американського прапора, ставши синьо-біло-червоною.

Коли війна закінчилася, компанії активно взяли за поділ сфер впливу. І, в першу чергу, їм необхідно було відвоювати собі свою аудиторію. Якщо Coca Cola традиційно була улюбленим напоєм людей сімейних, то Pepsi всі свої зусилля спрямувала на привернення уваги молоді. Її слоганом стала фраза «Будь товариським, пий Pepsi», яка з часом змінилася на більш явну «Pepsi - для тих, хто відчуває себе молодим». Ну а в 1964 році вже на повну використовувався всім нам так добре знайомий слоган «Нове покоління обирає Pepsi». Реклама напою виявилася настільки вдалою, що навіть потрапила в підручники з маркетингу.

colapesi

Coca Cola з її акцентом на загальнолюдських цінностях все ще продовжувала залишатися лідером продажів, але Pepsi вже щосили наступала їй на п'яти. Поступово війна брендів вийшла далеко за межі США, і тепер компанії боролися за ринки та інших країн теж. У 1985 році топ-менеджмент компанії Coca Cola все-таки піддається паніці і приймає рішення змінити класичний рецепт напою, за смаком максимально наблизивши його до Pepsi. Так на прилавках магазинів вперше з'явилася New Coke.

Однак, наслідки подібного кроку виявилися не такими, як планувалося спочатку. Змінений напій викликав щире обурення у прихильників класичної Coca Cola. Почався справжній скандал - вміть утворилася «Організація любителів старої коли», яка не полінувалася подати до суду на виробника напою. Компанії нічого не залишалось, як повернутися до первісного рецептом. New Coke була знята з виробництва, а всі ті, хто мав відношення до запуску невдалого продукту, були моментально звільнені.

Тим не менш, скандал виявився компанії Coca Cola тільки на руку - інтерес до напою виріс з новою силою і продажі помітно підстрибнули вгору. Pepsi знову опинилася далеко позаду, але здаватися не мала наміру. 90-і роки вона почала з ґрунтовного ребрендингу. Так, з трьох своїх основних кольорів PepsiCo залишила тільки синій. Помінялися її логотип і слоган - замість традиційного «Нове покоління обирає Pepsi» тепер він звучав більш інтригуюче - «Pepsi міняє сценарій».

Влітку 1996 року в Атланті повинні були пройти Олімпійські ігри, традиційно спонсоровані компанією Coca Cola. У квітні того ж року Pepsi і вирішила нанести свій основний удар. Вона організувала всесвітнє турне зірок по столицях світу, під час якого вони рекламували цей напій. У рекламній компанії брали участь Сінді Кроуфорд, Клаудія Шиффер, Андре Агассі і не тільки. Більш того, новий слоган Pepsi в прямому ефірі виголосили навіть космонавти, що знаходяться на орбіті. У результаті PepsiCo вдалося впритул наблизитися по продажах до компанії Coca Cola, але перевершити її так і не вийшло.



Наші дні

З кожним новим оригінальним маркетинговим ходом Pepsi все ближче підбиралася до свого конкурента, але так жодного разу і не обігнала його. На думку більшості фахівців, причина цього криється в тому ідейному посиленні, на якому базуються бренди. Поки Pepsi приділяє увагу молоді, футболу, зіркам кіно, Coca Cola спирається на вічні цінності і асоціюється, в основному з Різдом, сім'єю і домашнім затишком. Кожна реклама Pepsi - це справжній витвір мистецтва. Вона провокаційна і яскрава, а тому завжди радує як шанувальників напою, так і його супротивників. Але Coca Cola все одно продовжує перебувати попереду.

Так, за останніми даними Coca Cola контролює 42.7% ринку США і отримує 74% доходу з ринку міжнародного. Pepsi ж контролює лише 30.8% вітчизняного ринку, а її дохід з міжнародних продажів не перевищує 48%.

Обганяє Coca Cola свого конкурента і за вартістю торгової марки. Так, в 2010 році бренд був оцінений в 70 млрд доларів, що в п'ять разів більше вартості компанії Pepsi.

Але говорити про перемогу однієї компанії і програші другий ще рано, оскільки битва далеко не закінчена. PepsiCo продовжує брати участь в різних акціях і рекламних компаніях, покликаних максимально підняти її в очах потенційних покупців. Coca Cola, у свою чергу, з усіх сил відстоює завойовані позиції. Чим закінчиться столітня війна і кому дістануться лаври переможця - це нам ще належить дізнатися.

Цікава інформація

Компанія Пепсі-кола досі використовують барвники, що містять хімічні речовини, що викликають рак у гризунів, про це повідомили вчені в своїй доповіді.

Компанія, що випускає Пепсі-колу, на відміну від свого конкурента Кока-коли не замінила у рецептурі напою речовина, зване 4-метилимидазол або 4-МИ.И Кока-кола і Пепсі-кола заявили ще в березні 2012 року, що вони внесуть зміни і або при виробництві карамелі не будуть використовуватися небезпечні барвники, або на етикетках будуть ставити попереджає про наслідки вживання напис. Подібні дії спрямовані на те, щоб знизити вплив токсичних хімічних речовин на людей.

Навесні цього року Американські вчені придбали для аналізу хімічного складу кілька пляшок солодкого напою в Каліфорнії і в 10-ти інших країнах. Результати показали, що в будь-якої з Каліфорнії міститься 4-МИ. У зразках Кока-коли з інших країн у 9 з 10 напоїв небезпечне речовина міститься в дуже малих дозах.



Склад:



цукор (~ 11%)
Диоксид вуглецю
Барвник (цукровий колір, E150)
Ортофосфорна кислота (фосфору 170 ppm)
Кофеїн (140 ppm)
ванілін
коричне масло
масло гвоздики
масло лимона
Азорубін
(харчова добавка, що відноситься до групи барвників (концентрація невідома)).



цукор
вода
карамель
сік лайма
ортофосфатна кислота (E338)
етиловий спирт
лимонна олія
апельсинова олія
олія кориці
олія мускатного горіху
олія коріандру
петигренова олія

У цьому рецепті відсутні речовини, небезпечні для здоров'я, за винятком ортофосфорної кислоти і значної кількості цукру.

The Coca-Cola Company

**американська харчова компанія,
найбільший у світі виробник і
постачальник концентратів, сиропів і
безалкогольних напоїв. Найвідомішим
продуктом компанії є напій Coca-Cola.
Штаб-квартира — в столиці штату**



Ко́ка-ко́ла (англ. Coca-Cola) — газований безалкогольний прохолоджувальний напій і однойменна американська компанія (The Coca-Cola Company), яка його виробляє. Кока-колу винайшов американський фармацевт Джон Пембертон 29 березня 1886 в Атланті як новий лікувальний напій.

Напій продається більш ніж у 200 країнах світу. Компанія «Кока-кола» також володіє торговими марками і виробляє цілий ряд інших напоїв: «Кока-кола лайт», «Спрайт», «Фанта», «Бонаква» та інші. «Кока-кола» виділяється в цьому ряді не тільки як прохолоджувальний, але і як енергетичний, і, можливо, навіть спортивний напій. Деякою мірою «кока-кола» є і символом США.

Протягом 9 років (2000–2009) Coca-Cola є найкоштовнішим брендом у світі. В 2009 р. компанії вдалося збільшити вартість своєї торгової марки на 3%, до 68,7 млрд доларів

Секрет фірми

Нюанси пропорцій напою тримаються компанією «Кока-Кола» в найсуворішому секреті і становлять комерційну таємницю. Згідно зі статутом «Кока-Коли», тільки 3 високопоставлені члени компанії можуть одночасно знати формулу цього компоненту. Крім того, кінцевим заводам, що розливають кока-колу, дозволено лише злегка варіювати склад залежно від місцевих постачальників сировини.

У 2009 в ході судового розгляду за наполяганням турецької влади та фонду Святого Миколи з'явилася інформація що до складу харчових добавок також входить харчовий барвник кармін (E120) — екстракт з самок комах виду *Dactylopius coccus* (кошенільних червець), що викликало скандал, пов'язаний у тому числі з тим, що деякі релігії, зокрема іудаїзм, забороняють вживати в їжу комах.

Пізніше на офіційному сайті компанії з'явився коментар, який спростовує входження карміну до складу напою.



PepsiCo, Inc.

американська харчова компанія.
Штаб-квартира — в Перчейз, штат
Нью-Йорк.



Компанія PepsiCo заснована в 1965 році шляхом злиття The Pepsi Cola Company (заснованої в 1898 році фармацевтом з Північної Кароліни Каледом Бредхемом) і компанії Frito Lay.

До 1997 року компанія володіла мережами швидкого харчування KFC, Pizza Hut і Taco Bell, які тоді були виділені в компанію Tricon Global Restaurants (зараз Yum! Brands).

Компанія випускає прохолодні напої, соки, закуски і інші продукти харчування під марками «Пепсі-кола», Mountain Dew, Quaker Oats, Gatorade, Lay's, Cheetos, Mirinda, SoBe, Tropicana, а також під місцевими марками.

Загальна чисельність персоналу компанії — 285 тис. чоловік (2010 рік). У 2008 фінансовому році виручка PepsiCo виросла на 9,6% до \$43 251 000 000, чистий прибуток впав на 9,1% до \$ 5 142 000 000.



безалкогольний прохолодний напій, що продається по всьому світу. Основний конкурент «Кока-коли».

Права на торгову марку «Пепсі-кола» належать американській компанії «PepsiCo».