**Текст защиты проекта**

Слайд 1

Почему этот проект посвящен Coca-Cola?

Наверное, потому, что трудно найти на нашей планете человека, не слышавшего этого названия. Все мы знакомы с напитками этой компании: Фанта, Спрайт и, конечно же, тот, который дал название всей компании - Кока-Кола.

А еще потому, что, благодаря яркой и запоминающейся рекламе, с этой компанией в миллионы домов по всей Земле приходят Рождество и Новый год, Олимпийские игры и другие крупнейшие спортивные события, такие, например, как чемпионаты мира и Европы по футболу.

Может быть потому, что эта компания пришла и работает в нашем городе, предоставляя сотни рабочих мест нашим землякам и позволяя нам знакомиться с принципами успешного бизнеса и современного производства.

Мне показалось, что это может быть интересно – узнать об этой компании, столь известной в наши дни, напитки которой многие из нас употребляют хотя бы раз в месяц-два. И я не ошиблась, выяснив, кстати, что продукция The Coca-Cola Company появляется на нашем столе гораздо чаще, почти ежедневно. Но об этом позже…

А пока начнем с истории и попробуем узнать, как появилась эта компания и как она достигла таких высот.

Слайд 2

Май 1886 года, Атланта (штат Джорджия, США). Юг страны пытается оправиться от поражения в Гражданской войне; люди ищут утешения в религии и патентованных лекарственных средствах. Универсальные средства, рекламируемые как «лекарства от всех болезней», ввозятся из северных штатов.

Фармацевты юга, учитывая начавшуюся кампанию за здоровый образ жизни, стали заменять спирт другим ингредиентом, считавшимся безопасным, не вредным для здоровья и «морально чистым».

Этим ингредиентом был... кокаин. В то время он не являлся запрещённым и его часто добавляли для удовольствия и тонуса в напитки вместо спирта – «Кока-Кола» в этом не была новинкой.

Слайд 3

Местному фармацевту Джону Ститу Пембертонупод давлением Общества трезвенников пришлось изменить рецептуру напитка, называвшегося «Французская винная кока – идеальный тоник для стимуляции работы мозга», и устранить спирт, заменив его веществом, дающим не меньший тонизирующий эффект. Такое вещество он нашел в орехах колы, стимулятора, завезенного рабами из Африки.

Пембертон смешал экстракт орехов колы с напитком кока, впервые соединив эти два сильнейших стимулятора. Получившаяся жидкость была действительно мощным тонизирующим средством. Вот только вкус у напитка был отвратительным, и Пембертону пришлось потратить немало времени и усилий, компонуя различные масла, травы и экстракты, чтобы заглушить неприятный вкус снадобья.

Тогда «Кока-Кола» еще не была газированной. Жидкость представляла собой густой, сладкий сироп бурого цвета в бутылках из-под пива. Напиток продавался в аптеках бутылками, либо в розлив, причем в последнем случае его разбавляли водой, чтобы легче было проглотить.

Слайд 4

«Безалкогольный тонизирующий напиток» стал пользоваться некоторым спросом как освежающий, бодрящий лимонад и как средство от похмелья для тех южан, которые еще не поддались истерии трезвенности, бушевавшей вокруг.

В то лето в одной из аптек, где продавали «Кока-Колу», произошло событие, последствиями граничащее с землетрясением. Один из покупателей страдал тяжелым похмельем. Он купил бутылку сиропа и попросил Уилли Венэйбла, разливавшего содовую, открыть бутылку и развести сироп водой. Продавец не хотел идти в другой конец помещения к водопроводному крану и спросил, не будет ли покупатель против, если он разведет напиток содовой вместо обычной воды.

Посетителю было все равно, его мучила головная боль. Он залпом выпил шипучую «Кока-Колу», разведенную содовой, и вдруг воскликнул:

– Эй, вот это – да! Здорово! Это куда лучше, чем с водопроводной водой!

Эти слова мгновенно разнеслись по Атланте, и все стали пить Кока-Колу только так, с содовой.

Слайд 5

Сначала напиток ежедневно покупали в среднем лишь 9 человек. Выручка с продаж в течение первого года составила всего 50 $. На производство «Кока-Колы» было затрачено 70 $. Напиток был убыточным.

Вскоре вступил в действие сухой закон и объем продаж вырос с 25 до 1049 галлонов. Этому в немалой степени способствовал партнер и спонсор Пембертона – Фрэнк Робинсон, который дал название «Кока-Кола» и придумал логотип, используемый и сегодня.

В 1887 году, несмотря на обильное потребление животворного напитка, Пембертон ослаб здоровьем. К тому же, «Кока-Кола» не приносила дохода, достаточного для того, чтобы фирма обрела финансовую независимость, и Пембертон за очень скромную сумму продал две трети своей доли Уиллису Венэйблу, тому самому, который впервые развел сироп с содовой шипучкой. Инвентарная опись, составленная Пембертоном ко времени перепродажи бизнеса, дает ключ к тщательно засекреченному рецепту «Кока-Колы», а именно: масло лимона, масло лайма (сорт мелких зеленых лимонов со своеобразным горьковатым вкусом и сильным ароматом), масло мускатного ореха, экстракт муската, экстракт листьев коки, ванилин, цитрусовая кислота, апельсиновый эликсир, масло нероли (из цветков апельсинового дерева) и кофеин.

Слайд 6

В конце XIX века в Атланте появился бедный иммигрант из Ирландии Аза Кендлер. В его карманах было всего 1 доллар и 75 центов, но он твердо верил, что ему посчастливится на новом месте. Владея незаурядным коммерческим талантом, в скором времени он действительно заработал небольшой капитал и приобрел рецепт Coca-Cola у вдовы Пембертона за 2 300 американских долларов (в то время это были очень большие деньги).

Вместе с компаньонами он основал «The Coca-Cola Company» с первоначальным капиталом в 100 тысяч долларов, зарегистрировав ее 31 января 1893 года. В этот же день был официально зарегистрирован и товарный знак «Кока-Кола», используемый с 1886 года.

Слайд 7

В 1899 году предприниматели Бенджамин Томас и Джозеф Уайтхед выкупают у Азы Кендлера права на розлив и продажу Coca-Cola на всей территории США. За владельцем The Coca-Cola Company остается производство основы напитка.

Боттлеры – так стали называть производителей напитков – строят два завода, мощности которых быстро оказываются загруженными на все 100%. Видя огромный потенциал Coca-Cola, Томас и Уайтхед решают не останавливаться на достигнутом и привлекают к расширению внешний капитал.

Так рождается всемирная сеть предприятий-боттлеров, принадлежащих, как правило, местным владельцам. За 20 лет число таких заводов переваливает за сотню.

Слайд 8

Настоящая популярность приходит к напитку в 1902 году. В этом году оборот компании достигает 120 тысяч долларов, а сама Кока-Кола становится самым известным безалкогольным напитком на территории США.

В 1903 году «Кока-Кола» незаметно переключилась на новую рецептуру с применением «обезвреженных» листьев коки.

Слайд 9

В целях борьбы с подделками компания решает создать тару оригинального дизайна, которую «можно идентифицировать не только в темноте на ощупь, но даже по осколкам на полу».

Таким образом, 1915 год становится знаменательным для «Кока-колы» - на рынок напиток поступает в новой фирменной фигурной бутылочке, которую придумал молодой дизайнер Эрл Дин. Очертания этой тары бутылка Кока-колы сохраняет уже более 100 лет.

Слайд 10

В 1919 году владельцами The Coca-Cola Company становятся банкир Эрнест Вудрафф и его партнеры. Акции компании поступают в обращение на Нью-Йоркской фондовой бирже. Тогда же Coca-Cola выходит на зарубежные рынки: заводы по розливу напитка появляются на Кубе, в Пуэрто-Рико, на Гуаме, Филиппинах и во Франции.

В 1923 году президентом компании избирают сына Эрнеста — Роберта Уиншипа Вудраффа. Этот человек простоит у руля компании больше полувека и окажет огромное влияние на ее развитие. Именно Вудрафф станет инициатором создания стандартов качества и нормативов для каждого этапа производства. Он значительно увеличит рекламную поддержку бренда, а это позволит и так популярной Coca-Cola достичь еще больших высот.

Именно Вудрафф внедрит многие из принципов торговли, сейчас считающиеся общепринятыми. При нем, впервые в мире, напиток станут продавать в six-pack, картонных коробках на шесть бутылок. Появятся холодильники с верхней крышкой и даже автоматы, самостоятельно смешивающие и продающие напиток, - прообразы тех, что сейчас можно встретить во многих офисах и торговых центрах.

Во время второй мировой войны, стремясь поддержать боевой дух соотечественников и напомнить им о Родине, Вудрафф издает распоряжение, ставшее легендарным: «Обеспечить, чтобы каждый американский военнослужащий мог приобрести бутылку Coca-Cola за 5 центов, где бы он ни находился и сколько бы это компании ни стоило». Coca-Cola следует за своей армией по всему свету. И в результате, сам того не подозревая, Вудрафф оказывает Coca-Cola очередную добрую услугу. Напиток пробуют жители многих стран. И когда наступает долгожданный мир, число государств, наладивших производство Coca-Cola, удваивается.

К 1950-м в США 85% всех автоматов с напитками принадлежали Coca-Cola.

После войны Coca-Cola осваивает новые виды упаковки: появляются 300-, 350- и 780-граммовые семейные бутылки, которые сразу же получают признание потребителей. Чуть позже напиток выходит в алюминиевых банках, а затем и в легких пластиковых бутылках большого объема.

В шестидесятых годах в семействе Coca-Cola происходит первое прибавление. Компания получает права на производство напитка Fanta. На родине Coca-Cola придумывают лимонный Sprite.

Слайд 11

Одной из важнейших составляющих успеха компании является ее рекламная политика и инновации в области маркетинга.

Первый постер Coca-Cola создан спустя несколько лет после появления самого напитка, в конце XIX века. «Выпей Coca-Cola за пять центов», – призывал слоган и Хильда Кларк. Эта модель была лицом Coca-Cola с 1895 по 1903 год, в течение которых вышло не менее 10 постеров.

Символ Coca-Cola – белый мишка – впервые украсил французский плакат почти 100 лет назад. В телерекламе Coca-Cola он «засветился» в начале 1990-х, спустя семь десятилетий. Тогда же выпустили первые игрушки, причем делали их из керамики. Следом, в 1993-м, появился и плюшевый медведь, к образу которого мы так привыкли.

Coca-Cola — один из первых брендов, которые стали размещать логотип и слоганы на футболках.

В 1931 году случилось еще одно знаменательное событие в истории Coca-Cola. Компания заказала американскому художнику Хаддону Сундблому дизайн красно-белого костюма для Санта-Клауса.

Художник долго думал, какое лицо нарисовать Санте и… сделал свой автопортрет. Вот так, уже много лет в Рождество на нас смотрит добрый и веселый Санта-Хаддон. Так с 30-х годов компания начинает активно использовать образ Санта-Клауса – любителя колы. С тех пор, каждый год, в канун Рождества появляется очередная «праздничная» реклама с краснощеким добряком и бутылкой напитка.

В 1939 году корпорация «Coca-Cola» выпускает первый рекламный видеоролик. После рекламы колы на телевидении, масштабы ее популярности уже имели межконтинентальный характер, а количество продаваемых бутылок в день исчислялось миллионами.

В начале 90-х Coca-Cola создает красивую рождественскую сказку о том, как украшенные лампочками красные грузовики развозят в подарок бутылки кока-кола и счастье детям. Песня «Holidays Are Coming» (в русском варианте «Праздник к нам приходит») изначально звучала как «Santa packs are coming» (подарки от Санты приходят). Рождественская реклама, из года в год транслируемая в эфирах многих стран под Новый Год, стала символом наступающих праздников. В это же время появились и истории со знаменитыми полярными медведями, построенные на семейных ценностях.

Современную рекламу продукции компании характеризуют стильность, юмор и сказочность.

Слайд 12

Считается, что напитки компании «Кока-Кола» впервые начали продавать в СССР во время Олимпиады-1980 в Москве. Однако известно, что компания «Кока-Кола» подписала соглашение о сотрудничестве с Государственным комитетом Совета министров СССР по науке и технике за 6 лет до Игр, в июне 1974 года. Тогда была достигнута договоренность о выпуске в СССР фанты. Первая линия по ее розливу открылась на Московском пивобезалкогольном комбинате в августе 1979 года, и уже тогда ограниченные партии продукта появлялись на прилавках столичных магазинов. Кроме Москвы, фанту можно было купить в Таллине и Киеве.

Когда администрация президента Рейгана решила бойкотировать Олимпийские игры-80 в Москве, руководство компании «Кока-Кола» этот бойкот не поддержало, заявив, что, поскольку является межконтинентальной корпорацией, стоит выше политических игр. Поэтому в 1980-м напитки кока-кола и фанта стали официальными напитками московской Олимпиады.

В декабре 1986 года было подписано соглашение о производстве «советской» кока-колы для широкой продажи. Согласно договору, концентрат кока-колы из Атланты поставлялся в Москву, где превращался в напиток и разливался.

В 1988 году производство напитка было налажено на Москворецком пивоваренном заводе. В том же году в холле гостиницы «Международная» в Москве был установлен первый в Советском Союзе автомат по продаже напитков Coca-Cola.

В 1989 году символом нового времени стал огромный неоновый знак Coca-Cola на Пушкинской площади в Москве. По большому счету вывеска Coca-Cola стала первой полноценной наружной рекламой в СССР.

Слайд 13

Обычно компания не занимается непосредственным производством напитков, а привлекает для этого независимые компании-боттлеры. Однако, учитывая необычность нового рынка, первые производственные площадки в Ставрополе и Волгограде компания покупает сама. Старые советские заводы реконструируются, устанавливаются современные линии.

В 1994 году торжественно открывается завод в Москве — первый из построенных компанией «с нуля». В течение трех лет открываются заводы на всей территории страны: в Санкт-Петербурге, Орле, Нижнем Новгороде, Красноярске, Самаре, Екатеринбурге, Новосибирске и Владивостоке.

Добившись отличных результатов на российском рынке, компания Coca-Cola решает воссоздать и в нашей стране классическую схему своей работы. Все 11 заводов продаются одному из крупнейших боттлеров компании – греческой Coca-Cola Hellenic.

Так и в России выстраивается система, которая эффективно работает во всем мире: компания Coca-Cola производит и поставляет основы напитков, занимается продвижением марок и следит за качеством, а её партнер-боттлер сосредотачивается непосредственно на производстве и продаже готовой продукции.

Coca-Cola в России – лидер в производстве высококачественных безалкогольных напитков и один из крупнейших инвесторов в российскую экономику. В нашей стране производится и продается около 400 различных напитков с товарными знаками The Coca-Cola Company в различной упаковке.

Слайд 14

Орловский завод Coca-Cola Hellenic работает с 1996 года и играет важную роль в экономике региона. Предприятие предоставляет 310 рабочих мест для орловцев. Завод обеспечивает напитками Орловскую, Брянскую, Смоленскую, Калужскую, Тульскую, Липецкую, Тамбовскую, Воронежскую, Курскую и Белгородскую области.

По итогам 2011 года орловский завод Coca-Cola занял 1 место среди 290 заводов Coca-Cola в Африке и Евразии в номинации «Лучший завод в области качества».

На протяжении почти 20 лет орловский завод Coca-Cola Hellenic открывает свои двери всем желающим и дает возможность погрузиться в мир Coca-Cola, посетив запоминающиеся экскурсии.

4 сентября 2015 года на заводе Coca-Cola в Орле запущена новая производственная линия по розливу сокосодержащих напитков с апельсиновой мякотью. Линия стала первой в России и второй в Европе по своей технической оснащенности.

Слайд 15

Сегодня компания Coca-Cola – это более 2 800 напитков, которые производятся и продаются в более чем 200 странах мира. Бренд Coca-Cola – самый известный бренд в мире, знакомый 94% населения Земли. Оценивая стоимость самых дорогих брендов в 2016 году, журнал Forbes поставил Coca-Cola на четвертое место с результатом - 58,5 млрд. долларов.

Каждый день в мире продается более 1,9 миллиарда порций напитков системы Coca-Cola. Компания владеет такими известными брендами, как DANNON, Dr. Pepper, Fanta, Фруктайм, NESTEA, Nestle, Pulpy, Rich, Schweppes, Sprite, Добрый, Кружка и Бочка, Моя Семья и многими другими.

В этом проекте мы попытались узнать немного интересного о компании Coca-Cola. Эта компания знакома нашему поколению с детства. Казалось бы – чем может она нас удивить? Оказалось – может.

И все-таки, есть то, что нам так и не удалось узнать – это секретный рецепт Coca-Cola. Говорят, что в 1978 году компания отказалась от многомиллионного потребительского рынка Индии только из-за того, что местные чиновники в обмен на разрешение продавать напиток потребовали раскрыть его полный состав. Спустя 15 лет чиновники передумали, и Coca-Cola появилась на прилавках индийских магазинов, но рецепт так и остался тайной. Секретная формула, написанная рукой Джона Пембертона, долгое время находилась в главном хранилище банка SunTrust в Атланте, а в 2011 году сейф с рецептом переехал в музей Coca-Cola в Атланте, где его (сейф) может увидеть любой желающий. Однако доступ к содержимому ящика есть лишь у двух людей из высшего руководства компании.

Так в чем же главный секрет компании Coca-Cola?

Я думаю, что он не в том сейфе, а в духе компании, ее традициях, ее стремлении создавать новое.