

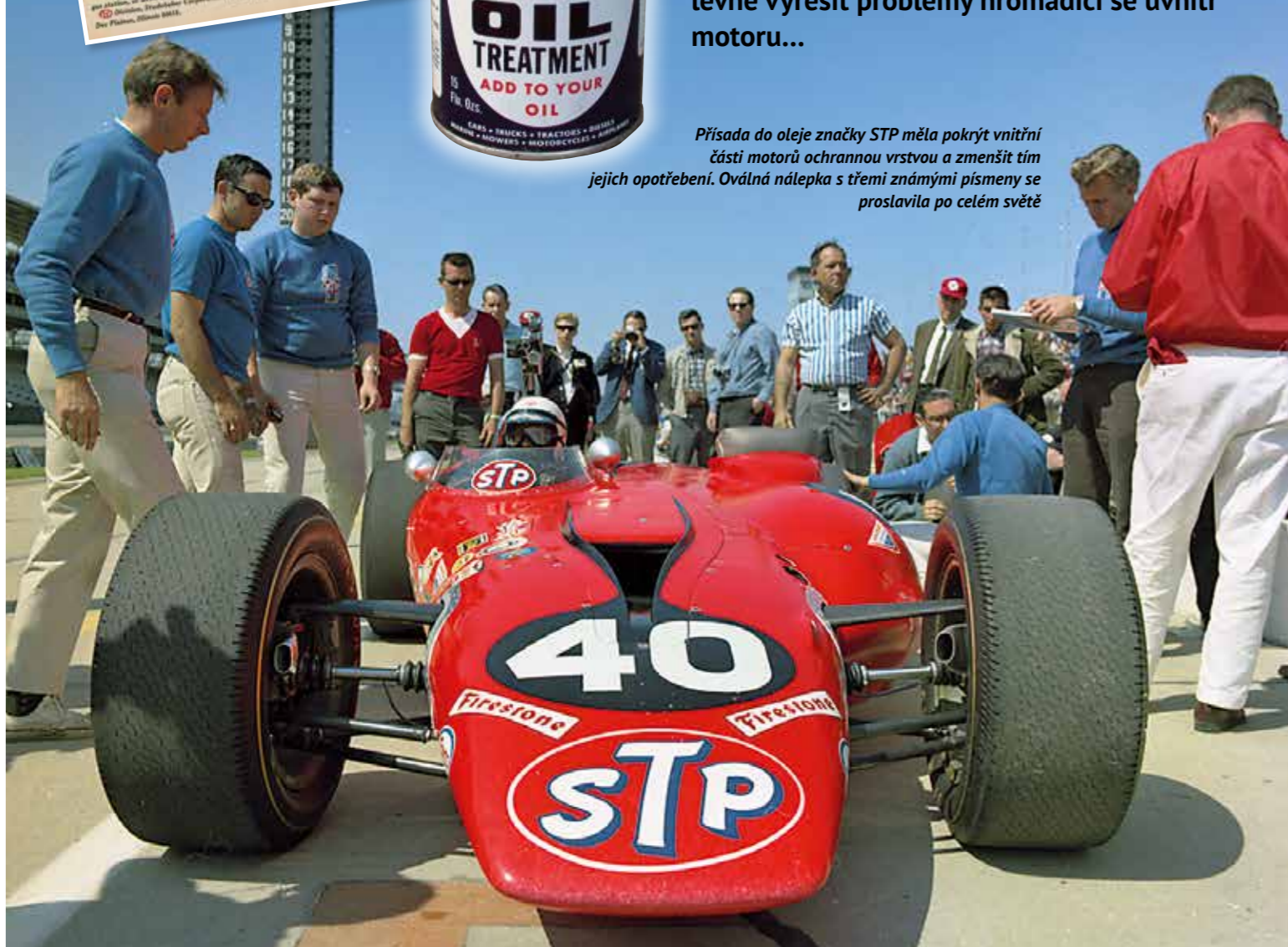
# THE STP STORY

V 60. letech a až do počátku 70. let bylo logo STP stejně známé jako mírový znak hippies!

Psal se rok 1954, když trojice mužů ze St. Joseph (Missouri) vyvinula přípravek, zlepšující vlastnosti motorového oleje při vysoké teplotě a tlaku. Přísada zároveň snižovala opotřebení. Jméno, které Charles „Doc“ Liggett, Jim Hill a Robert DeHart pro nový přípravek vymysleli, se zapisovalo zkratkou STP (Scientifically Treated Petroleum). Trojice s počátečním provozním kapitálem 3.000 USD přinesla na trh ceněný výrobek a tím tehdy umožnila tisícům řidičů levně vyřešit problémy hromadící se uvnitř motoru...



*Přísada do oleje značky STP měla pokrýt vnitřní části motorů ochrannou vrstvou a zmenšit tím jejich opotřebení. Oválná nálepka s třemi známými písmeny se proslavila po celém světě*



*Závodní Kurtis sponzorovaný STP se objevil v Indianapolis 1963. Poháněl jej kompresorový V8 Novi s rozvodem OHC*



*Jezdec Art Malone se účastnil v roce 1965 za volantem svého slingshotu závodu na čtvrtmíli – samozřejmě s reklamou STP na karosérii dragsteru*

V rané fázi existence STP plnili zakladatelé plechovky ručně svým přípravkem a sami na ně lepili vlastnoručně zhotovené štítky. Svůj vynález pak prodávali ze zavazadelníků rodinných aut u benzínek, na výstavách a prezentacích nových vozů a na nejručnějších trzích. Ale už brzy se o jejich výrobku začalo pochvalně hovořit. Tehdy totiž musela většina řidičů do motoru pravidelně dolévat olej. Naproti tomu tvůrci STP prohlásili, že spotřeba oleje klesne a zároveň se prodlouží trvanlivost pohonných jednotek.

STP se musela samozřejmě prosadit proti početné konkurenci, jako například Rislone, Bardahl, Wynn's nebo Miracle Power. K tomu posloužila naprosto jednoduchá metoda: účinnost přípravku demonstrovali jeho autoři pomocí obyčejného plochého šroubováku a trochy obyčejného motorového oleje. Když namočili špičku šroubováku do oleje, mohli šroubovák lehce zdvihnout a držet jen palcem a ukazováčkem. Ale pokud jej namočili do přípravku STP, podobný pohyb nebyl možný!

Vlastností viskózního a jako med se táhnoucího přípravku si všimli i stavitelé závodních motorů. STP pronikla na soutěžní tratě po celém americkém území, s rychle vzrůstajícím odbytem nabídla společnost další produktovou řadu vysoce koncentrované přísady do benzínových motorů „Auto Blitz“ a do dieselů „Diesel Blitz“.

První oficiální účast STP na sportovním poli přišla se sponzorováním proudnicového speciálu „City of Salt Lake“, který v roce 1958 dosáhl na vyschlém povrchu bonnevillských solných jezer rychlosti 344,761 mph. Přibližně ve stejné době hledala společnost Studebaker Corporation jakýkoliv možný přírůstek, protože bylo nad slunce jasnější, že se ani usilovnou výrobou aut neudrží nad hladinou. Značka STP byla čím dál populárnější (tehdejší obrát činil 10 miliónů dolarů). Studebaker pod vedením Sherwooda Egberta koupil STP v březnu 1961. Egbert jako zkušený obchodník okamžitě rozpoznal rostoucí potenciál nové „Chemical Compound Division“ a o dva roky později se setkal s Andym Granatellim

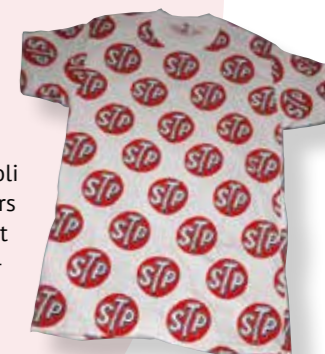


*V rámci soutěže nechal výrobce hádat význam zkratky STP. Kdo si přečetl náš článek, zná odpověď, ale už nic nevyhraje ©*



*Monopost Lotus, s nímž v roce 1966 dosáhl Jim Clark druhého místa v Indy, také vozil nálepku STP, i když jen malou*

– tedy mužem s mnoha závodními zkušenostmi, a navíc se schopností prosadit vysoce kvalitní automobilové doplňky na trhu. Granatelli postupně nejen vlastnil a řídil velké množství závodníků, ale také na nich pracoval, takže je znal dopodrobna a tím byl ideálním Egbertovým mužem. Samozřejmě byl obeznámený i s vlastnostmi přísady STP. V roli prezidenta společnosti Paxton Superchargers měl zkušenosti z rekordních jízd na Bonneville Salt Flats a rovněž věděl, co znamenají překročené teplotní limity vysokovýkonných motorů. Jednou na radu starého roddera Eda Winfielda nalil trochu



*STP nevynechala jedinou příležitost k sebe prezentaci!*

*Turbínovému speciálu vítězství sice uniklo, ale reklamní dopad pomocí „Whooshmobile“ byl přesto ohromný*





STP uvažovala ve spolupráci s Plymouthem o nasazení speciálu „Super Wedge“ v Indy 500 ročníku 1969, ovšem monopost s pohonem všech kol neměl dostatečný výkon, aby zdolal konkurenci



Ronnie Peterson se stal v roce 1971 vicemistrem světa v F1. Jeho March sponzorovala STP



**New car insurance only \$1.35**

**ADD FIRE TO THE FUEL**

**Introducing:**

**STP Keep-Kool RADIATOR TREATMENT**

Takes the heat off your engine.

mět všechny vrstvy současných i budoucích motoristů na svých autech či dětských kolech k propagaci výrobku na své vlastní náklady. Pořizovací cena nálepek se tak několikrát násobně vrátila.

Dalším propagačním médiem se staly turbínové Indy Cars. Díky nim se výrobky STP stávaly rok od roku známějšími. Granatellimu se podařil ohromný reklamní „majstrštyk“, když pozval v roce 1967 Johnnyho Carsona z pořadu „Tonight Show“, jednoho z nejpopulárnějších lidí americké televize, na závody do Indianapolis. Carson si mohl vyzkoušet pár koleček na nejslavnějším americkém oválu, což dokázal s průměrem 138 mph. Celá akce byla samozřejmě vysílaná jako zvláštní pořad Late Night Show a do vědomí diváků pronikly i velké červené nálepky STP... Několik slov k technickému zárazku, kterým se Carson svezl: říkalo se mu „Whooshmobile“, což mělo souvislost s jeho zvukem. Poháněla jej totiž turbína Pratt & Whitney, původně určená výhradně pro helikoptéry. Během Indy 500 seděl za volantem Parnelli Jones a byl na nejlepší cestě k vítězství, když jej tři kola před cílem vyřadila technická závada. Přesto se turbínový speciál STP stal hvězdou dne a jeho tým se v roce 1968 vrátil na trať „Staré cihelny“. Ale i tentokrát se štěstěna otočila zády: turbínový speciál se řítit na vedoucí pozici, ale devět kol před cílem prasklo palivové vedení. To byl konec.

V roce 1969 konečně odmávla Granatelliho a STP šachov-

nicová vlajka Indy 500. Prvním v cíli byl i v Evropě proslulý Mario Andretti, tentokrát za volantem Fordu STP, a navíc vytvořil nový traťový rekord rychlostí 156,867 mph! Na konci závodu prý Andretti vypadal hodně překvapeně, když jej jako obvykle nepolíbila „královna“ závodu, ale šťastný Granatelli. Fotka prý byla dlouho součástí reklamních materiálů. Granatelli byl na přelomu 60. a 70. let doslova tvář a hlasem koncernu STP, jeho popularita byla taková, že jej chtěli dokonce producenti filmových studií Walta Disneye do prvního dílu filmové série o Volkswagenu „Herbie“.

Vítězství v Indy bylo událostí roku, ale soudobý rychlý rozvoj seriálu NASCAR umožnil Granatellimu zvýšit reklamní potenciál STP. Zároveň se rozrostly jeho obchodní aktivity, protože se obrátil na Richarda Pettyho. V sezóně 1972 se oba muži dohodli na sponzorské částce 250.000 USD. Smlouva zahrnovala mimo jiné i velký ovál znaku STP na boku Pettyho Plymouthu se startovním číslem 43. Ještě před prvním startem v Riverside rozhodl Granatelli, že Pettyho Plymouth musí být z reklamních důvodů

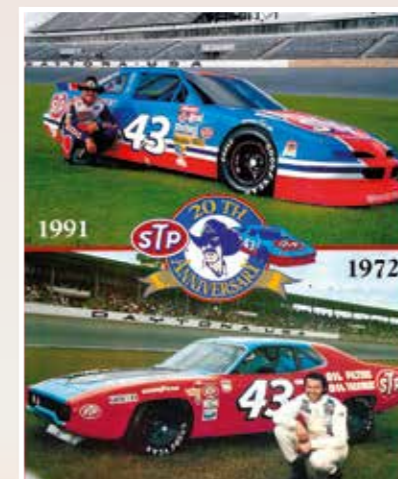


Na burzách mají sběratelé možnost získat do svých kolekcí původní plechovky STP, například od chladič kapaliny (na snímku)

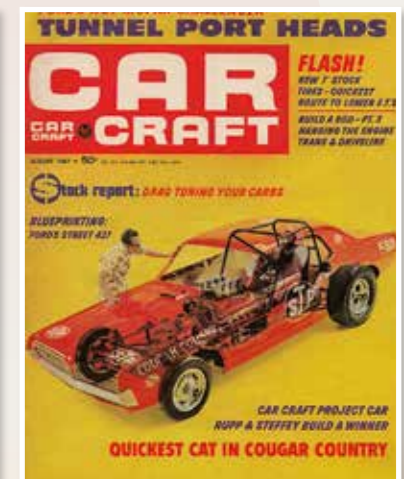
Celoplošné inzeráty v první řadě zdůrazňovaly oblibu výrobků STP v motoristickém sportu

přelakovaný do červeného odstínu. Na to Petty odpověděl rozhodným „NE!“. Modrá barva, již se říkalo „Petty Blue“ totiž tvořila součást jezdcova image. Přelakování nechtěl připustit za žádnou cenu, a tak z výhodného sponzoringu (prozatím) sešlo. Ale Granatelli to nevzdal a podařilo se mu dotlačit Pettyho ke kompromisu – ten spočíval ve dvoubarevné kombinaci karosérie. Část Plymouthu směla zůstat modrá, zbytek ovládl odstín „STP Red“. Dějiny dokládají,

Car Craft přinesl v roce 1967 na obálce Funny Car s karosérií Mercury Cougar. Díky sponzoringu STP se značka dostala více do povědomí



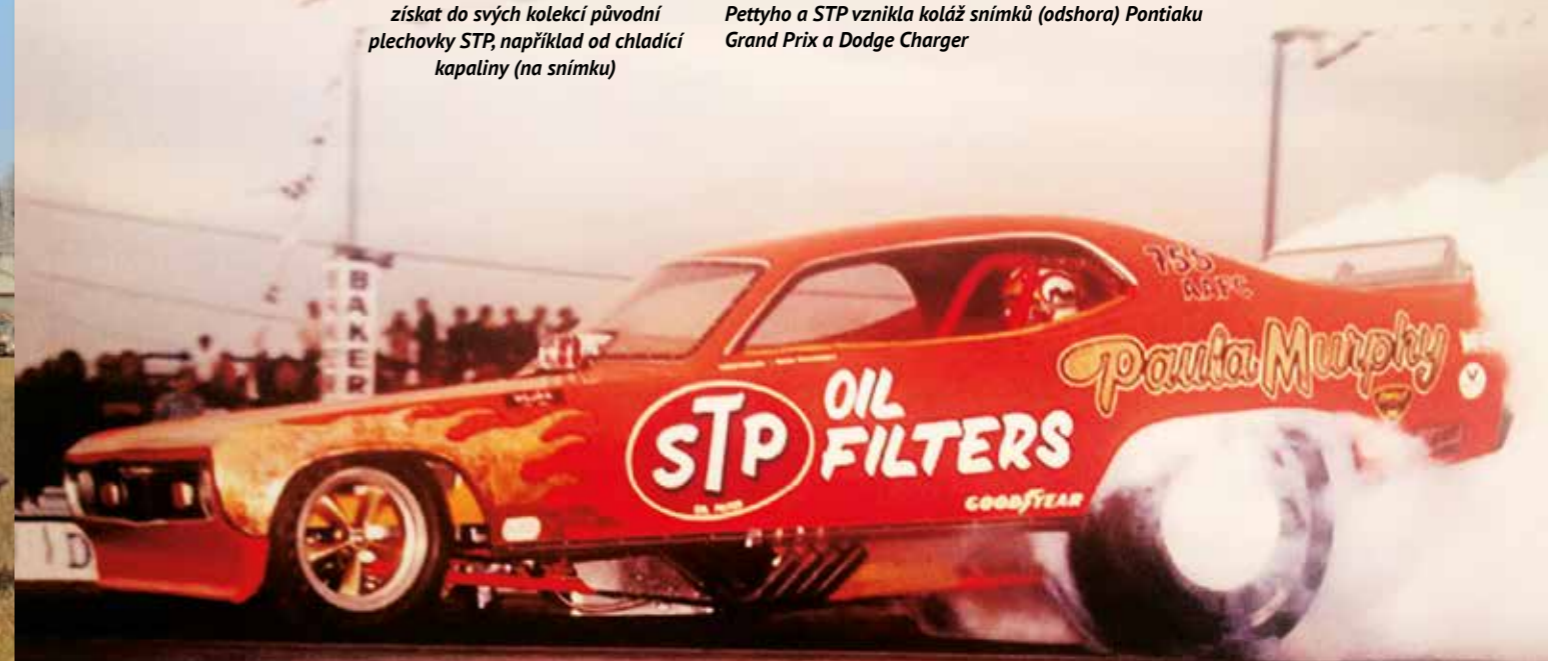
U příležitosti dvacetiletého výročí partnerství Richarda Pettyho a STP vznikla koláž snímků (odshora) Pontiaku Grand Prix a Dodge Charger



Andy Granatelli dobře věděl, že hlásky patří k reklamě, proto s nimi STP nešetřila

přípravku STP do oleje svého Studebakeru Avanti (Paxton zabezpečoval dodávky kompresorů pro všechny přeplňované motory) a problémy jako zázrakem zmizely. Hned na to zkusili Granatelli a jeho bratr Vince kápnout stejnou přísadu i do útrobu ručně řazené převodovky, protože neustále „vyskakovaly kvalty“. Chemikálie opět zafungovala a přesvědčila Granatelliho, že může věřit výrobku, který hodlá prodávat! Andy Granatelli pěl na STP doslova ódy, a to i v novinových článcích, takže přísady pomohl dostat do obecného povědomí motoristů. Nechával rozdávát velké množství typických červených nálepek u benzínek doslova „coast to coast“, mimoto čtenáři nejznámějších automobilových periodik (také Hot Rod či Motor Trend) dostali samolepku jako přílohu svého čtiva. To byl velmi chytrý tah, jak při-

Paulu Murphy a její Nitro Funny Car sponzorovala STP, obrázek závodnice po boku stroje pochází ze sezóny 1970. Snímek na protější stránce ukazuje tradiční burn out na dráze v Bakersfieldu. Je z pozdější doby a ukazuje přepracovanou podobu jejího Dusteru





Maybe it's just a dirty carburetor.



Sure it sure like a lemon! What do you expect a car to do with dirty oil? It won't start! It won't run! Confusion, clean your engine... with STP Double Power... Classic Treatment. It helps clean your carburetor and helps keep your engine in top condition. Add it to your next fill-up. Performance is there for the asking. You'll really feel the difference.



V 70. letech přišel velký rozmach poháru NASCAR. Na snímku bývalý jezdec Fordu David Person vedle svého Pontiacu GTO týmu Richarda Nichelse, výhradně sponzorovaný STP

Kromě přísad do olejů vznikla později i přísada do benzínu „Citron“. Vyčištěním karburátoru měl motor chodit lépe...

la jinak a iniciovala v roce 1977 své oddělení spotřebitelské ochrany k zákroku. Výbor totiž v průběhu let obdržel řadu stížností, vztahujících se k reklamnímu tvrzení, že přísada „o 20 % zmenšuje spotřebu oleje“. STP musela zaplatit pokutu 500.000 dolarů a publikovat následující vysvětlení: „Jízdní testy, na nichž jsme založili naše tvrzení, byly nespolehlivé. Proto naše původní reklama porušovala platné zákony.“ A bylo...

V roce 1995 byl vydaný další platební příkaz, tentokrát na 888.000 USD. Ve hře byla opět klamavá reklama. Proces měl ale na prodejnost přípravků minimální vliv, a dodnes se na mnoha internetových diskusních fórech rozebírají nové i dřívější zkušenosti s STP a dobré výsledky. Na druhé straně ovšem existují i skupiny poukazující na studie, podle nichž jsou přísady do dnešních vysoce kvalitních motorových olejů – nezávisle na jejich značce – jen zbytečným vyhazováním peněz.

STP neustále rozšiřovala nabídkovou paletu výrobků a postupně vybudovala celé impérium

Čistící účinky podporovaly různé filtrační vložky. Tehdy to bylo progresivní řešení, dnes jej považujeme za překonané



Firebird NHRA Pro Stock Rickieho Smitha vypadá jako dragsterová verze původního Pettyho stroje poháru NASCAR. Díky němu se STP dostala do čela čtvrtmíle...

Údajně je úplně jedno, co dokáže STP udělat ať už se starším nebo supermoderním motorem, protože se tady jedná o klasický americký recept na úspěch: třem chlapíkům odkudsi z vnitrozemí se osobním nasazením podařilo uvést na trh průlomový výrobek, který překonal všechny potíže růstu a dodnes se prodává!

Text: James Maxwell  
Foto: James Maxwell Collection  
Překlad & adaptace: J.F.K.



Před montáží olejového čerpadla STP doporučuje naplnit jej viskózním přípravkem



Reklamy na aditiva zářily barevností i pestrostí svých motivů



že dvojí odstín laku udělal rychlý Plymouth i samotného Pettyho mnohem známější, než by to dokázala jediná barva. Během historie změnila značka STP několikrát majitele, dnes

je součástí společnosti Armored AutoGroup. Licencované, vyvíjené a prodávané jsou i další produktové řady, například chladicí kapaliny, oleje, olejové a vzduchové čističe apod. Ve svých nejslavnějších dobách byl ovál STP vidět naprosto všude. Nápis byl tak proslulý, že New York Times dokonce přišly s karikaturou Neila Armstronga, který spatřil po dosednutí lunárního modulu na měsíčním povrchu znak STP!

Nabízí se otázka, zda byl přípravek opravdu tak kvalitní, jak zdůrazňovala reklama? Inzeráty slibovaly: „Přidejte přísadu do motorového oleje a všechno bude lepší.“ Výrobce zdůrazňoval delší životnost motoru, nižší provozní teplotu, menší opotřebení, rychlejší starty, menší spotřebu oleje a další pozitivita. Nálepky STP na karosériích závodních speciálů přispívaly k tomu, že si mnoho běžných řidičů pořizovalo přísady STP v domnění, že výrobky musí být tím nejlepším pro jejich vozidla. Federal Trade Commission (FTC) to ale viděla zce-

Mario Andretti „uměl“ asfalt i plochou dráhu. Na snímku za volantem speciálu s reklamou STP



V roce 1981 se Mario Andretti objevil za volantem monopostu týmu Patrick Racing. Vůz měl techniku Cosworth a v Indy 500 se umístil na druhé pozici

