

# ЭТИКЕТКА - ЛИЦО ТОВАРА

«ЕСТЬ МНЕНИЕ, ЧТО НАЗВАНИЕ ГОВОРИТ О МНОГОМ. ЭТОМУ НЕ ВЕРЬТЕ. НАЗВАНИЕ ГОВОРИТ НЕ О МНОГОМ, А ОБО ВСЕМ». В. Суворов. «Выбор»

«В человеке все должно быть прекрасно...» - говорил великий Чехов. Рискнем перефразировать гениальное высказывание с учетом требований современности: «В товаре тоже должно быть все прекрасно, особенно его этикетка». Этикетка - это визитная карточка товара, это та информация, которая обращена к покупателю непосредственно, минуя рекламные трюки и средства массовой информации. Усилим тезис: «Этикетка есть элемент интимного общения покупателя с товаром, эдакий фетишизм» - те самые важные слова «возьми меня...» покупатель читает именно между строк этикетки на товаре. Можно произвести товар высокого качества, провести гениальную рекламную кампанию и... обрушиться в одно мгновение все желание покупателя владеть товаром из-за небрежно сделанной или плохо продуманной этикетки. Более того, практика показывает, что все рекламные изыски по продвижению товара на рынок (тем более российский рынок) быстро забываются, а вот ошибку на этикетке цитируют постоянно. В мировой сети INTERNET существуют и постоянно пополняются коллекции этикеток, содержащие ошибки и различного рода нелепости. Мне удалось побывать на некоторых сайтах, содержащих «коллекции маразма». Результат публикуем с минимальными комментариями (а то и вовсе без оных).

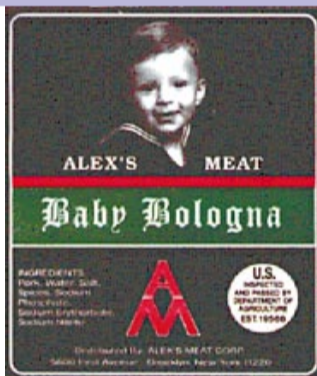
Пельмени с характерным названием: то ли исключительно для «новых русских», то ли уже из «новых русских» начали делать пельмени...



Снова пельменная тема, но уже на новый лад. Обратите внимание на список компонентов - прямо по известной поговорке: «Лучшая рыба - это колбаса!»



А вот еще один пример неудачной гастрономии. Обратите внимание: правильный русский перевод выглядит так: «Мясо Алекса». Бедный мальчик, за что же его так американцы переработали? На самом деле это неудачное название компании. Поскольку адрес компании - Бруклин (Нью-Йорк), с большой вероятностью можно предположить, что такое триллерное название своего бизнеса выдумал еврей-отъезжант, недоучивший английский еще в СССР. Однако возможны и другие объяснения...



Просто непереводаемая игра слов из бывшей «братской» страны Венгрии. Что тут скажешь... Хорошо еще, что «брат», а не «брантан».



Еще один пример на пищевую тему. Яблочный сок из... апельсинового концентрата. Комментарии излишни!



Небывалый пример квасного патриотизма из... Финляндии. Колбаса называется «Отечественная», а изготавливают ее «проклятые космополиты» в сопредельной независимой стране. Вот и покупай после этого отечественные товары!



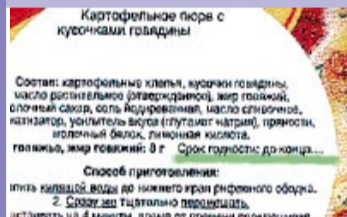
На этой этикетке на первый взгляд все в порядке. Тем не менее ее авторам не хватило элементарного знания истории. Дело в том, что слова «большевик» в 1855 году просто не было, «большевики» появились в результате работы Лондонского съезда РСДРП в 1903 году, так сказать, «по итогам». Французская промышленная группа ДАНОН, владеющая московской кондитерской фабрикой «Большевик», просто решила продемонстрировать глубокие исторические корни предприятия и переусердствовала. Уважаемые господа, в 1855 году фабрика «Большевик» называлась «СИУ».



Новогодняя лотерея - чисто российское изобретение. Играли, знаем!



Помните известную торговую марку обувных изделий «Мода-Вена-Австрия»? То же самое, но из Лондона. Прямой дословный перевод на русский язык: «лондонский способ». Интересно, способ чего?



Скажу вам честно, дорогие читатели, это наивысшее достижение в рекламном бизнесе нравится мне более всего: картофельное пюре с апокалиптическим сроком годности... Как говорится, все там будем!



И напоследок головоломка. Для детских игр девушка достаточно взрослая, наверное, это красивое обращение к спонсорам...

Мы продолжим публикацию коллекции этикеток в следующих номерах «Покупателя». Благодарим Артемия Лебедева (WWW.TEMA.RU) за любезное разрешение опубликовать некоторые экспонаты «Коллекции маразма», благодарим всех, кто прислал маразмки в коллекцию Артемия Лебедева. Не надо успокаиваться на достигнутом, господа, маразм, как говорится, крепчал!

СЕРГЕЙ АЛЕКСЕЕВ автор



Пример неудачного перевода. Английское LAGER BEER означает всего-навсего «пиво из бочки», то есть «бочковое». Оригинальный русский перевод и розлив по бутылкам осуществлен в Ямало-Ненецком АО на фирме «АГОЙ» города Ноябрьска.

**Пейджинговые услуги мирового уровня**

- сквозная нумерация сообщений
- "голосовой" почтовый ящик
- банк сообщений
- 7 бесплатных информационных каналов
- компьютерный пейджинг
- электронная почта из Internet, SprintMail
- роуминг в 11 городах

Абонентская плата от \$10  
 Пейджеры от \$80+3 мес. обслуживания

Озерковская набережная, д. 56  
 926-4271, 926-4272  
 948-0450, 948-0453

Российская пейджинговая компания  
 alphacom