

МАРГАРИТА ВАСИЛЬЕВА

СЕМЬ ПРОСТЫХ МЫСЛЕЙ ПО ПОВОДУ УПАКОВОК

ГАЗЕТНЫЙ КУЛЕКС С СЕМЕЧКАМИ — ШТУКА СПЕЦИФИЧЕСКАЯ, ЗАТО ГАРМОНИЧНАЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ФОРМЫ И СОДЕРЖАНИЯ. ПЕЛЬМЕНИ, МОЛОКО И ЧИПСЫ В СТАРУЮ ГАЗЕТУ ЗАВОРАЧИВАТЬ НЕ ПРИНЯТО; ДЛЯ ЭТОЙ ЦЕЛИ БОЛЬШЕ ПОДХОДИТ ПЛАСТИКОВАЯ УПАКОВКА.

КАК ПРАВИЛО, НА УПАКОВКАХ ЧТО-ТО НАПИСАНО И НАРИСОВАНО. ПРИЧЕМ ЭТИ НАДПИСИ И РИСУНКИ НАВОДЯТ НА МЫСЛЬ, И ДАЖЕ НЕ НА ОДНУ...

Мысль ПЕРВАЯ: В ДИЗАЙНЕ УПАКОВКИ ДОЛЖНА ПРИСУТСТВОВАТЬ ХОТЬ КАКАЯ-НИБУДЬ ИДЕЯ!

На *двадцати трех* упаковках молока из *пятидесяти* присутствовали коровы. В том числе — и бешеные, судя по их прыжкам через букву «О» в слове «Молоко».

Семьдесят пельменных упаковок из *ста* были украшены изображением тарелки с пельменями.

Да, нарисованные тарелки были разной формы и с различными цветочками на краях, но это дела не меняет: если вы хотите сделать свой товар заметным, проявите фантазию.

Мысль ВТОРАЯ: УРОВЕНЬ ИСПОЛНЕНИЯ ДОЛЖЕН БЫТЬ ТЕРПИМЫМ

Нет сил смотреть на убогодных птичек и патологически кривоногих зайцев; дегенеративные человечки вызывают непреодолимое желание взглянуть в глаза их создателю и спросить: «За что?»

Покупать товар в подобной оболочке просто страшно!

Мысль ТРЕТЬЯ: ТЕКСТ НА УПАКОВКЕ ДОЛЖЕН БЫТЬ КАК МИНИМУМ ГРАМОТНЫМ, И РАЗМЕЩАТЬ ЕГО СЛЕДУЕТ С СОБЛЮДЕНИЕМ ЭЛЕМЕНТАРНОЙ ЛОГИКИ

Двусмысленности хороши только на дружеской пирушке; на упаковке им не место. Надпись

ПОП
КОРН

в домашних условиях

напоминает про попа, его домашние условия и Балду. Словосочетание «ЧП ЖЕЛУДКОВ», помещенное непосредственно под названием товара, никак не ассоциируется с частным предприятием под предводительством данного господина. Нашим желудкам никакие ЧП не нужны!

А если вы живете в поселке Подсинее и откармливаете там цыплят на продажу, то не пишите

ПОДСИНЕЕ
ЦЫПЛЯТА,

как это сделали птицеводы из указанного населенного пункта.

Кстати, как вам «ПТИЦЕФАБРИКА “ОРЛОВЩИНА”»? Кого же там выращивают?

Потребитель — тоже человек, и пугать его вредно для вашего бизнеса!

Мысль ЧЕТВЕРТАЯ (В ПРОДОЛЖЕНИЕ ТРЕТЬЕЙ): ПОТРЕБИТЕЛЬ — ТОЖЕ ЧЕЛОВЕК: ОН НЕ ЛЮБИТ, КОГДА НЕ ДО ОЦЕНИВАЮТ ЕГО МЫСЛИТЕЛЬНЫЕ СПОСОБНОСТИ И ЖИЗНЕННЫЙ ОПЫТ

А потому не нужно сообщать очевидные вещи; скажем, помещать на упаковку с сахаром инструкцию по употреблению продукта. Кстати, таковая имеется:

«Содержимое пакета добавляют по вкусу для приготовления кофе, чая...» — дальше нужно?

«Молоко питьевое» — тоже интересный случай. Судя по всему, у данного молокозавода богатый ассортимент...

Мысль ПЯТАЯ: СТИХИ НА УПАКОВКЕ — ЭТО ПОЧТИ СМЕРТЕЛЬНО

Имеются в виду плохие стихи. Потому что хороших там не бывает. Хорошие обычно публикуются в других изданиях. Плохие стихи портят аппетит, повышают давление, обостряют радикулит и вызывают изжогу. Поэтому пожайте потребителя, не пишите на упаковке:

Обязательно купи, очень быстро отвари,

Съешь пельмени «Равиоли»,

Будешь всем всегда доволен!

Тем более что ниже, под нарисованной тарелкой с пельменями (!), следует квази-продолжение:

Вас приятно удивят

Наши вкусные пельмени.

Это низкая цена,

Оригинальная рецептура.

Мысль ШЕСТАЯ: НЕ ПОМЕЩАЙТЕ НА УПАКОВКУ СВОЕГО ТОВАРА РЕКЛАМУ ЧУЖОЙ ФИРМЫ

И без нее тошно! Лучше подумайте о собственных продажах и не пишите на упаковке с удобрениями:

Ваш путь будет радостен, светел и прост

С прекрасной компанией «Аэромост!»

Мысль СЕДЬМАЯ И НЕОРИГИНАЛЬНАЯ: НЕ УМЕЕШЬ — НЕ БЕРИСЬ!

Пусть пироги печет пирожник, а упаковки разрабатывают специально обученные люди.

P.S. Чувствительно благодарю фирму INTRAPACK-СПб за предоставленную коллекцию пластиковых упаковок.