

В последние несколько лет супер- и гипермаркеты подарили нам, простым покупателям, массу самых разных удобных новшеств. К примеру, ради пары луковиц или морковок больше не нужно покупать упаковку весом минимум в килограмм и затем ломать голову, куда деть остатки, чтобы они не сгнили. Подойдите к витринам, где разложены овощи и фрукты, наберите нужное количество, взвесьте пакетик, и из весов тут же выскочит **весовая этикетка**

с массой полезной информации, от страны-производителя до точной стоимости вашего товара. Это ли не свобода выбора?

Ее второе название – **термоэтикетка**, или **термочек**. Она знакома нам всем с тех пор, как рынки с их регулярными обвесами сменились на цивилизованные магазины свободного доступа, где каждый покупатель мог самостоятельно взвесить продукт на современных электронных весах и получить

термочек

. Наименование товара и его производитель, цена за килограмм (или за штуку) и стоимость отдельно взвешенной пачки, дата изготовления и срок годности, условия хранения и индивидуальный штрих-код – пожалуй, вряд ли вам понадобится что-то еще, чтобы составить о товаре полное представление. Кстати, эта же этикетка позволяет покупателям спокойно собирать нужные продукты, не оплачивая их частями в разных отделах и не беспокоясь о том, что после итогового взвешивания у центральной кассы им на что-то не хватит денег: все цены будут у них перед глазами!

Кстати, **термоэтикетка** бывает двух видов – для обычных продуктов, которые хранятся в нейтральных условиях и быстро распродаются и для продуктов, которые предварительно необходимо куда-то перевозить, да и сами по себе они являются достаточно агрессивными. Термоэтикетка ЕСО не имеет защитного слоя, поэтому используется, в основном, для овощей, фруктов, круп и прочих сухих продуктов – именно она «вылезает» из весов, когда вы взвешиваете понравившееся яблочко. А вот термоэтикетка TOP с защитным слоем идеально подходит для мяса, рыбы, сыра и прочих продуктов, которые выделяют жир и тем самым повреждают обычную термоэтикетку. Термоэтикетка TOP не подвергается механическим повреждениям, поэтому если товар предстоит транспортировать, производители предпочитают использовать именно ее.

Кстати, каждая **этикетка** несет и еще одну функцию, о которой покупатели не задумываются: рекламную. Причем в самом лучшем, ненавязчивом ее проявлении! Отрицательные ассоциации с рекламой проявляются только в том случае, если она прерывает любимую передачу. А в нашем случае термочек несет исключительно полезную информацию, рядом с которой скромно располагается название компании-производителя. Такая реклама не вызывает раздражения и воспринимается как важные сведения. Значит, битву за потребителя производитель выигрывает!