

צרכנות ושיווק

התמונה לא משקרת?



פעמים רבות אנשים קונים בסופרמרקט מוצר מזון בגלל התמונה היפה שעל האריזה. התמונה היפה משכנעת ו"עוזרת" לאנשים לקנות את המוצר, אבל לפעמים, כאשר הם מבינים ארוחה מהמוצר הזה, הם מבינים, שהתמונה והארוחה לא כל-כך דומות.

המטרה העיקרית של התמונה על האריזה היא להראות לקונה, איך נראה המוצר, אבל כדי שהמוצר יהיה יותר יפה, משתמשים בכל מיני דרכים וטכניקות. למשל, פְּשָׁמְצִלְמִים סלטים ועוגות, מרססים עליהם סְפָרִי לְשִׁיעָר, שהוא חומר מבריק. לכן העוגה או הסלט נראים יפים וטריים יותר. לעיתים קרובות המוצר שבתמונה נראה גדול ומלא, כי שמו אותו בצלחת קטנה מְהַרְגִיל. תמונה של גלידה היא כמעט אף פעם לא של גלידה אמיתית. משתמשים בתפוחי אדמה, באבקת סוכר ובמרגרינה, כדי לצלם תמונה יפה של "גלידה". גם כאשר מצלמים מזון אמיתי, משתמשים במחשב כדי ליצור תמונה יפה יותר. אבל חברות המזון מבינות, שאם אין "אמת בפרסום", זה יכול לפגוע במכירות שלהן: אם התמונה שעל האריזה יפה הרבה יותר מהמוצר עצמו, אנשים לא יקנו שוב את המוצר הזה.

לפי החוק האמריקני, חייבות חברות המזון לפרסם על האריזה תמונות אמיתיות של המזון. בישראל יש חברות מזון שעובדות לפי "השיטה הריאלית", ומצלמות מזון אמיתי באור אמיתי, אבל עדיין אין חוק בנושא, והן לא חייבות לעשות זאת.

מתוך " כלכליסט " 19 בנובמבר 2008, מעובד ע"י סרג' פרידמן

צרכנות ושיווק

התמונה לא משקרת?



פעמים רבות אנשים קונים בסופרמרקט מוצר מזון בגלל התמונה היפה שעל האריזה. התמונה היפה משכנעת ו"עוזרת" לאנשים לקנות את המוצר, אבל לפעמים, כאשר הם מכינים ארוחה מהמוצר הזה, הם מבינים, שהתמונה והארוחה לא כל-כך דומות.

המטרה העקרית של התמונה על האריזה היא להראות לקונה, איך נראה המוצר, אבל כדי שהמוצר יהיה יותר יפה, משתמשים בכל מיני דרכים וטכניקות. למשל, כשמצלמים סלטים ועוגות, מרססים עליהם ספריי לשיער, שהוא חומר מבריק. לכן העוגה או הסלט נראים יפים וטריים יותר. לעתים קרובות המוצר שבתמונה נראה גדול ומלא, כי שמו אותו בצלחת קטנה מהרגיל. תמונה של גלידה היא כמעט אף פעם לא של גלידה אמיתית. משתמשים בתפוחי אדמה, באבקת סוכר ובמרגרין, כדי לצלם תמונה יפה של "גלידה". גם כאשר מצלמים מזון אמיתי, משתמשים במחשב כדי ליצור תמונה יפה יותר. אבל חברות המזון מבינות, שאם אין "אמת בפרסום", זה יכל לפגוע במכירות שלהן: אם התמונה שעל האריזה יפה הרבה יותר מהמוצר עצמו, אנשים לא יקנו שוב את המוצר הזה. לפי החוק האמריקני, חיבות חברות המזון לפרסם על האריזה תמונות אמיתיות של המזון. בישראל יש חברות מזון שעובדות לפי "השיטה הראלית", ומצלמות מזון אמיתי באור אמיתי, אבל עדיו אין חוק בנושא, והן לא חייבות לעשות זאת.

מתוך " כלכליסט " 19 בנובמבר 2008, מעובד ע"י סרג' פרידמן

השלם את החסר

Traduction	הוא - הווה	הוא - עבר	שורש	שם הפועל
		שיכנע	שכנע	לשכנע
	הכין		כונ	להכין
montrer			ראה	להראות
		השתמש	שמש	להשתמש ב
	מרסס		רסס	לרסס
photographier			צלם	לצלם
		פגע	פגע	לפגוע ב
	מפרסם		פרסם	לפרסם

Vocabulaire

produit	מוצר
emballage	אריזה
semblable	דומה
moyen, chemin	דרך
cheveu	שיער
matière	חומר
brillante	מבריק
réel	אמיתי
poudre	אבקה
ordinateur	מחשב
publication, pub	פרסום
vente	מכירה, מכירות
méthode	שיטה
lumière	אור
loi	חוק

Les traductions sont données dans le contexte

שאלות

1) על איזו בעיה כתוב בקטע? _____

2) מדוע מציגים (שמים) תמונה על האריזה? _____

3) באילו דרכים משתמשים, כדי שהתמונה תהיה יפה?

א. _____

ב. _____

ג. _____

4) בטקסט כתוב: "...שאם אין "אמת בפרסום", זה יכול לפגוע במכירות שלהן".

א. מדוע? _____

ב. מהי "השיטה הריאלית"? _____