

КИЇВСЬКІ ЛЬОДЯНИКИ ВІД КАШЛЮ – СТОЛІТНІЙ БРЕНД, ЗАСЕКРЕЧЕНИЙ ВІНАХІД

Антоніна Ферчук,
Музей правової охорони інтелектуальної власності Державного
підприємства «Український інститут інтелектуальної власності»

В останній чверті XIX ст. на газетних шпальтах, відведених для різноманітних оголошень, часто траплялася реклама карамелі від кашлю.



Приміром, газета «Кієвлянинъ» не раз репрезентувала відповідну продукцію фірми Л.Г. Цитш і К з Бреслау (тепер Польща, м. Вроцлав) – медово-трав'яні цукерки та мальц-екстракт з промовистою назвою «Huste-nicht» (з нім. «не кашляй»). У розлогіму тексті оголошення зазначалося, що товар пройшов хімічний аналіз та медичні досліди, а виробники отримали спеціальний дозвіл для реалізації в усіх аптеках Російської імперії зовсім не шкідливого для здоров'я препарату. Оголошення також містило зображення комбінованого товарного знака (фабричної марки) із застереженням, що справжнім продукт є тільки за наявності на упаковці зображення саме такого знака.

Лікувальні льодяники власного виробництва в той самий час почав пропонувати знаменитий київський кондитер і ресторатор Бернард Семадені. Оселившись у Києві 1877 року, кондитер-швейцарець досить швидко завоював прихильність містян як приємною для відвідування кав'ярнею-кондитерською (пізніше – ще й рестораном), так і безліччю вишуканих смаколиків. Каштани в сиропі, шоколадні таблетки, американські ананаси, мигдалеве драже, різні сорти шоколаду – це далеко не весь перелік асортименту, запропонованого киянам. Найбільшою популярністю користувалися фірмові тістечка та торти неймовірних форм та оздоблення. Свої витвори кондитерського мистецтва Б. Семадені випускав під різноманітними вигадливими назвами – «Avelan», «Excelsior», «Невада» та інші. Особливим попитом користувалися торти з морозива. Модний кондитер запропонував ще й свою версію лікувальної карамелі – «з трав від кашлю та відділення мокроті».



Як свідчить одне з газетних оголошень, стилізоване під аптечну сигнатуру, досвідчений підприємець підготувався до виробництва й реалізації нової продукції (лікувальної карамелі) за всіма правилами. По-перше, отримав у

Петербурзі дозвіл медичного департаменту Міністерства внутрішніх справ (№ 6830 від 23.09.1889, продовжений 16.02.1993 за №1429). По-друге, розробив спеціальну тару



для пакування – жерстяні овальні коробочки-бонбоньєрки із золотоавою амальгамою та червоним покриттям центру кришки. На споді кришки ємності містився напис рекомендаційного характеру: «Для страдающих кашлем», – а на її денці: «Для лиц, у которых

дыхательные органы подвергаются сильному утомлению как то: для военных, адвокатов, артистов, велосипедистов, охотников и туристов, а также для курящих как освежающее и подкрепляющее средство». Як бачимо, остання рекомендація здебільшого орієнтована на публіку забезпечену. Окрім того, для потенційних клієнтів та любителів промишляти контрафакцією на кришці містився застережний напис: «Этикет утверждён Департаментом торговли и мануфактур №13012». Застереження означало, що за тогочасним законодавством ця упаковка внесена до Держаного реєстру товарних знаків за вказаним номером та охороняється законом. На затверджений урядом товарний



знак видавали свідоцтво про виключні права на строк від 1 до 10 років з можливістю його пролонгації. Про видачу свідоцтва та про припинення його дії повідомляли публікацією у «Віснику фінансів, промисловості та торгівлі». Також на кришці вказаної коробочки містилися вихідні дані дозволів медичного департаменту, назва міста виробництва (Київ), прізвище виробника (Б. Семадені) та комерційна назва самих цукерок.

Ім'я власника продукції (іноді – винахідника товару) зазначалося на етикетах, які реєструвались у якості товарних знаків, та у відповідній рекламі, виступаючи гарантом якості товару, і могло виконувати функцію комерційної назви. Таким чином, позитивна репутація виробника також сприяла примноженню прибутків.

Походження комерційного найменування лікувальних льодяників (карамелі) від Б. Семадені й досі трактується неоднозначно. За однією версією це «усталена кондитерська легенда», за іншою – приклад «успішного використання псевдоніма [винахідника] у якості комерційного найменування».

Від моменту першої презентації продукту й до остаточного завершення діяльності підприємства, заснованого Бернардом Семадені, так звана лікувальна карамель реалізовувалася під назвою «Кетті Босс». За легендою прочитання назви у зворотному напрямі розкриває власне ім'я – С. Собітек. Прихильники версії про зашифроване прізвище автора розробленої (на замовлення Б. Семадені) рецептури льодяників вважають, що саме так звався кондитер-чех, знавець лікувальних трав, який жив на Пріорці, де й збирав лікарські рослини

для приготування льодяникової карамелі від кашлю. Утім сам Б. Семадені, здається, ніколи не згадував розробника льодяникової рецептури. Також невідомо, щоб кондитер отримував привілей на рецептуру виготовлення лікувальних льодяників. За тогочасним законодавством цій процедурі не підлягали хімічні, смакові, харчові речовини, а також лікарські препарати, способи та апарати для виготовлення останніх. Така заборона мотивувалася запобіганням монополізації виробництва продуктів першої необхідності. За життя Бернарда Андрійовича про конкретний перелік трав, які використовувалися для приготування льодяників, не йшлося. Рецепт не розголошувався та тримався в таємниці.



За іншою версією назва «Кетті Босс» – добре продуманий рекламний прийом виробника продукції. Б. Семадені не просто використовував рекламу для просування своєї продукції на ринку, він непогано знався на її засобах. Переповідають, що він сам готував тексти, ще й їх міг заримувати, складаючи щось на зразок такого:

Весна

*И покинув тяжесть лени,
чтоб забыться как-нибудь,
направляюсь к Семадени
и хочу там отдохнуть.*

У випадку з назвою льодяників від кашлю виробник вдало використав



інтригу навколо найменування товару як імені розробника рецепту карамелі. Кияни ж гадали, що це грайливо-манливе ім'я якоїсь утаємниченої особи. Адже з к. XIX ст. у назвах цукерок почали експлуатувати жіночі образи, використовуючи імена з романтичним присмаком, як от: «Мері»,

«Марго», «Офелія», «Азра», «Клео», «Лакме», «Демі-Лю», – та ще й з натяком на закордонне походження товару, бо іноземне в тогочасному суспільстві імперії вважалося престижним. Фахівці з маркетингу вважають, що фонетичний рівень найменування товару має «високий сугестивний потенціал, обумовлений звуковими асоціаціями, непідпорядкованими людській логіці». На думку психологів та маркетологів, сприймання споживачем комерційних найменувань передусім відбувається через звуковий образ імені, через сполучення літер, звуків, з яких складається назва, емоціональних образів, які вони викликають. А враження формується з відчуттів людини, яка вперше читає або чує незнайоме

слово, з фонетичних асоціацій, викликаних звучанням імені. Тому рекламні фахівці надавали важливого значення ще й фонетичному образу комерційної назви в процесі сугестивного впливу на споживача. Виробники намагалися присвоювати товару красиву, звучну назву, таку, щоб вона закарбовувалась у пам'яті потенціального споживача товару. Часом комерційні назви являли собою фантазійні номінації без реального змісту. Головним було «створити моду на предмет». Тож «Кетті-Босс» стало ефективним комерційним найменуванням як результат фахового маркетингу.

Реалізація льодяників «Кетті Босс» здійснювалася через аптеки «ЮРОТАТ» (*Южнорусское общество торговли аптечными товарами*) та аптечні магазини. В оголошенні газети «Восточное обозрение» 1899 р. міститься інформація про реалізацію лікувальної карамелі в Петербурзі з головного складу Олександра Ценделя за такими цінами: велика коробка – 25 коп., мала – 15 коп. У вже згаданому вище оголошенні ціни були такі: 45 та 25 коп. (залежно від розміру упаковки), пізніше відповідно – 30 та 20 коп. Окрім описаних коробочок, льодяники пакували в шкіряні пакети типу гаманців з витисненою назвою продукту й фірми.

Бернард Семадені не економив на рекламі, замовляв оголошення з пропозицією різноманітного товару на титульній сторінці газет. Майже всі «дореволюційні» адресні довідники Києва містять по декілька оголошень від Семадені, дорогі кольорові вкладки з рекламою його закладів, де назва карамелі «Кетті-Босс» обов'язково виведена значно більшим шрифтом ніж назви всього асортименту, або ж взагалі подана окремим оголошенням. Примітно, що в рекламних оголошеннях фірми Семадені періодично змінювалися назви тортів, але незмінно залишалася в асортименті назва карамелі «Кетті-Босс» (або «Кетті-Бос»).



Після смерті Б. Семадені (1907 р.) розпорядницею справ підприємства стала вдова Єлизавета Семадені. А 1914 року нащадки змушені були продати бізнес. При цьому виконувалася воля засновника фірми, викладена в його заповіті: виробництво й торгівля здійснювалися «під фірмою Семадені», тобто була збережена історична назва й бренд продовжував приносити прибуток.

Після націоналізації більшовиками майна нащадків Б. Семадені його молодший син Андреа, орендує колишній родинний будинок (В. Васильківська, 12) у Київського окружного комунального господарства, налагодив кондитерське виробництво в роки непу. Випускали й знамениті льодяники. У колекціонерів збереглися тогочасні коробочки з-під карамелі. Вони вже мали не таку вишукану форму, характерну для раннього періоду, а більш просту – круглу. При цьому оформлення тари і його кольорове вирішення витримані в традиційному

фірмовому стилі. А от зміст написів, нанесених поверх кришки, відкорегований з урахуванням тогочасних реалій. Текст виконаний з дотриманням офіційної мови УСРР. Назву продукту «леденци складно анісові», ім'я виробника та місце виробництва, виведені кирилицею, продублювали ще й латиною. Змінилися й назви дозвільних установ та номери відповідних документів: «Наркомздрав лист 45176 та Київськ. відділ охорони 45998 та 450». Інформації про реєстрацію етикету вже не було, лишився тільки напис «фірма існує з 1889р.» – посилення на рік першої реєстрації назви як товарного знака. Цікава деталь: у назві продукту вже зазначений один з компонентів, який входив до складу карамелі «Кетті-Босс», – аніс, раніше утаємничена біологічна складова продукту, яка

обмежувалася лише лаконічним натяком у рекламі та етикеті – «грудні трави», доповнювалася загальним декларуванням корисності продукту.



Після майже 40-річної представленості на ринку випуск карамелі «Кетті-Босс» припинили. Зі згортанням непу та ліквідацією приватних підприємств відновлену цукерню Семадені

закрили десь після 1925 року. Принаймні, ще 1925 р. у довіднику «Весь Киев» можна знайти рекламне оголошення від фірми «Б.А. Семадені» з пропозицією лікувальної карамелі. Нащадки славнозвісного кондитера згодом емігрували, таким чином був вивезений так і не розсекречений остаточно рецепт популярних лікувальних льодяників. І все ж історія загадкової «Кетті-Босс» ще мала продовження.

1965 року київське телебачення звернулося до глядачів з проханням до всіх, хто пам'ятав смак льодяників «Кетті-Босс», а то й знав якість подробиці про її виготовлення, поділитися інформацією, щоб допомогти відродити рецептуру льодяників та такий популярний колись бренд. Небайдужі кияни поділилися відомими їм подробицями історії цукерок та допомогли розгадати нюанси їх рецептури. Знайшлися й щасливі власники старовинних коробочок від самого Бернарда Семадені. Фахівці Київської кондитерської фабрики ім. Карла Маркса, зокрема інженер-технолог Елеонора Сергіївна Старицька, розпочали експерименти, до яких підключили медиків, фармакологів. До дегустування



карамелі долучили тих, хто знав і пам'ятав справжній смак цієї карамелі – киян І. Кишко, Н. Висоцьку, О. Баришеву. Секрет ніби розгадали: грудний еліксир з солодового корення, аніс тощо. Що саме крилося за «тощо» не уточнювали. До просування ідеї відродження старовинного київського бренду багато

зусиль доклали майстер карамельного цеху Ілля Петрович Штотланд і завідувач виробництвом Марія Мусіївна Сергієнко. Того самого року цукерки надійшли в продаж. Вартість 150 г. льодяників, розфасованих у жерстяну коробку,

становила 21 коп. На кришці круглої коробки, покритої золотавою амальгамою, – зображення стебла лікувальної трави, навколо якого розмістили напис старовинної назви з романтичним присмаком – «Кетті-Босс». Звичайно, змінився не тільки дизайн тари, змінилося й найменування виробника. Тепер по обідку коробки та на фабричному паперовому етикеті, наліпленому на її денце, красувався затверджений 1963 року Комітетом в справах винаходів і відкриттів (свідоцтво №25546 від 31.05.1963, клас 30, строк дії – 10 років) новий товарний



знак Київської кондфабрики ім. Карла Маркса. А от саму комерційну назву відновлених цукерок, судячи з усього, фабрика не реєструвала для закріплення права виключного використання. Не патентували й заново розроблений рецепт виготовлення льодовиків з огляду на те, що в електронному джерелі «База патентів ССРСР» жодного згадування про рецептуру таких цукерок

не було. Києвознавці та просто старші кияни згадують, що льодяник «Кетті-Босс» можна було купити ще у 1980-і роки. Мода на льодяники з присмаком анісу минула, лише історична пам'ять зберігає загадково-грайливе найменування одного з гучних брендів міста Києва.



На завершення розповіді не зайве пригадати про спробу відродження бренду «Семадені» та експлуатації його давньої слави. 2004 року за адресою вул. Велика Васильківська, 68 відкрився ресторан-кондитерська. Новий заклад, задекларувавши діяльність «у кращих кондитерських і кулінарних традиціях Бернарда Семадені», помістив прізвище прославленого кондитера на своїй вивісці. А 23 лютого 2004 року до Державного підприємства «Український інститут промислової власності» надійшла заявка про реєстрацію знака для товарів і послуг «Д.А. Семадені» на ім'я ТОВ «Торговельно-виробничої фірми "Незабудка"». Свідоцтво України на знак для товарів і послуг за №56976 було видано заявнику 15 грудня 2005 року зі строком дії до 23 лютого 2014 року. На сьогодні дія документа припинена, як і діяльність ресторану.

Джерела:

Газета «Кієвлянінъ». 1877-1914 роки.

Весь Киев.. Адресная и справочная книга / С. М. Богуславский. К., 1899-1915.

Весь Киев на 1925 г. Календарь-справочник. К., 1925.

Грушевська Ю. А. Власні назви в російському рекламному тексті: лінгвістичний і функціональний аспекти. Автореф. дис.... канд. філол.н. – Дніпропетровськ, 2005.

Пещеренко П.Н. Карамельный век. К., «КВИЦ», 2008.

Б.Сацюк. Як розкрили таємницю «Кетті-Бос»./ Журнал «Україна». 1965 №52 .С22.

Синявська О. Є. Роль філологічних досліджень в процесі неймінгу. // <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/8098/1/Syniavska%2040-42.pdf>

