



УКРАЇНА

(19) UA (11) 14809 (13) U  
(51) МПК (2006)  
G09F 15/00  
G09F 23/10 (2006.01)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ  
І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ  
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ  
ВЛАСНОСТІ

## ОПИС ДО ДЕКЛАРАЦІЙНОГО ПАТЕНТУ НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

видається під  
відповідальність  
власника  
патенту

### (54) СПОСІБ РЕКЛАМИ

1

(21) u200600774  
(22) 27.01.2006  
(24) 15.05.2006  
(46) 15.05.2006, Бюл. № 5, 2006 р.  
(72) Фельдман Борис, DE  
(73) ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "НІМЕЦЬКО-УКРАЇНСЬКЕ ВИДАВНИЦТВО 7 ПЛЮС 7 МЕДІА"  
(57) Спосіб реклами, що передбачає розповсюдження її у торговельній мережі разом із запропонованим для продажу товаром, який **відрізняється**

2

ся тим, що рекламно-інформаційний продукт у вигляді листівки або картки з розміщеною на ньому рекламною інформацією виготовляють, використовуючи харчові матеріали (фарби і основу, на яку вони нанесені), а як товар використовують хлібобулочний виріб, який обгортають шаром матеріалу, наприклад прозорим, накладають на обгорнутий виріб рекламно-інформаційний продукт і закріплюють його другим шаром прозорого матеріалу.

Корисна модель відноситься до галузі рекламування товарів або послуг, при цьому переважно застосування запропонованого способу реклами передбачається у торговельній мережі.

Достатньо добре відомі способи візуальної реклами товарів чи послуг з допомогою різноманітних плакатів, листівок і так інше, основне призначення яких привернути до себе увагу чисельних потенціальних покупців рекламованої продукції.

Найбільш поширеним й відомим є спосіб візуального показу такої реклами у місцях, які постійно відвідують люди, наприклад, у магазинах, на транспорті, в переходах, у розважально-культурних закладах і так далі.

Загальним недоліком такого способу є пасивне сприйняття реклами відвідувачами. У більшості випадків на розташовану таким чином рекламу просто не звертають уваги.

Відомий, наприклад, патент України на винахід (11) 27205; (46) 15.08.2000, Бюлетень №3; (54) "Спосіб реклами товарів чи послуг". Згідно з цим винаходом рекламну інформацію у торговельних точках на спеціальних стойках розкладають у вигляді безкоштовних листівок, буклетів, карток тощо. При цьому, будь-яке інформаційне джерело, що знаходиться на стойці, можна взяти в руки, ознайомитись з розміщеною в ньому рекламною інформацією і забрати інформаційне джерело з собою.

Недоліком способу за патентом (11) 27205 є, по-перше, знову ж таки, пасивне або байдуже від-

ношення до реклами пересичених різноманітною інформаційною продукцією покупців, які до того ж майже завжди поспішають а по-друге, навіть якщо щось із запропонованої на стойці інформації покупець і візьме, дуже мала імовірність того, щоб він звернув на неї серйозну увагу тим більше, розповів комусь про неї.

За найближчий аналог прийнятий патент України (11) 8333 на корисну модель (54) "Спосіб розповсюдження реклами" Спосіб за патентом (11) 8333 передбачає розповсюдження реклами шляхом фіксування рекламного продукту на комплекті одноразового посуду та сумісній передачі рекламного продукту і посуду у торговельну мережу для реалізації.

Недоліком способу за патентом України (11) 8333 є сезонність, оскільки одноразовий посуд, разом із яким відбувається розповсюдження рекламної продукту, купують, переважно, у теплу пору року.

В основу корисної моделі поставлено задачу створення такого способу розповсюдження реклами, який би, зберігаючи переваги її розповсюдження за патентом (11) 8333 забезпечував би надійне надходження рекламно-інформаційного продукту до потенційних користувачів у будь-яку пору року тобто не залежав би від сезонних коливань.

Вирішення поставленої задачі досягається тим, що в основу корисної моделі покладений спосіб реклами, згідно з яким у якості носія, з допомо-

(13) U  
(11) 14809  
(19) UA

гою якого провадять розповсюдження рекламної інформаційної продукції вибраний такий найпоширеніший продукт повсякденного попиту, яким є хлібобулочні вироби.

Здійснюється запропонований спосіб розповсюдження реклами наступним чином:

- заздалегідь, із застосуванням придатних для харчової галузі матеріалів - харчових фарб і основи, на яку наносять фарби, виготовляють рекламну-інформаційний продукт у вигляді листівки або картки з розміщеною на ній рекламною інформацією;

- обгортають хлібобулочний виріб, шаром наприклад, прозорого матеріалу;

- накладають на обгорнутий хлібобулочний виріб виготовлену з використанням харчових матеріалів (фарб та основи, на яку наносять фарби) рекламну картку або листівку і закріплюють її другим шаром з прозорого матеріалу.

Завдяки використанню за корисною моделлю у якості носія рекламного продукту хлібобулочного виробу, який всі верстви населення купують практично щоденно, забезпечується дуже високий і неодноразовий охват громадян рекламною інформацією. А якщо прийняти до уваги, що рекламну інформацію разом із купленим хлібобулочним виробом приносять додому і з нею, як правило, ознайомлюються всі члени родини, то ефективність запропонованого способу реклами набагато підвищується.

Запропонований спосіб розповсюдження реклами вигідно відрізняється від відомих високою ефективністю, невеликими витратами і широким охоптом всіх верств населення. Він може бути дуже широко використаний і забезпечити багаторазове доведення потрібної рекламної інформації до широкої аудиторії громадян у стислі строки.