



УКРАЇНА

(19) **UA** (11) **26757** (13) **U**  
(51) МПК (2006)  
G09F 23/00МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ  
І НАУКИ УКРАЇНИДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ  
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ  
ВЛАСНОСТІ**ОПИС  
ДО ПАТЕНТУ  
НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ**видається під  
відповідальність  
власника  
патенту**(54) СПОСІБ ПОДАННЯ РЕКЛАМИ**

1

(21) u200704086

(22) 13.04.2007

(24) 10.10.2007

(72) ВЛАСНЮК НАТАЛІЯ АНАТОЛІЇВНА, UA

(73) ВІДКРИТЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО  
"КРУШИНСЬКИЙ ПТАХОКОМПЛЕКС", UA

(56)

(57) 1. Спосіб подання реклами, що включає нанесення рекламної інформації на рекламний носій, який **відрізняється** тим, що як рекламний носій використовують шкаралупу курячого яйця.

2

2. Спосіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що на шкаралупу курячого яйця наносять печатний відбиток.3. Спосіб за п. 2, який **відрізняється** тим, що печатним відбитком є логотип.4. Спосіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що здійснюють повне фарбування шкаралупи рекламним зображенням.5. Спосіб за будь-яким з пп. 1-4, який **відрізняється** тим, що рекламну інформацію наносять поруч зі штампом терміну придатності яйця.

Корисна модель належить до рекламної справи, зокрема, до способів подання рекламної інформації, і може бути використана при рекламуванні товарів та/або послуг підприємств, компаній, організацій тощо, що направлені на збільшення обсягу продажу товарів, що ними рекламуються.

На сьогоднішній день існує безліч носіїв - матеріальних об'єктів, на яких розміщена та чи інша інформація і які оточують пересічного громадянина на кожному кроці і в усіх сферах.

Відомо різні способи подання реклами: візуальне представлення рекламної інформації про товари та послуги у торговельній точці чи точці надання послуг [UA №27205 C2, G06F15/00, 1998]; біля робочого місця фахівця у салонах-перукарнях [UA №2607 U, G06F23/10, 2004]; за допомогою телевізійного та звукового монітору [UA №47250 A, G06F27/00, 2001; UA №2363 U, G06F15/00, 2003]; у міському середовищі на рекламно-інформаційному стенді [патент РФ на корисну модель №13442, G06F15/00, 1998] або у вигляді щитів [патент України на корисну модель № 525, G06F15/00, 2000]; в журналах, книжкових блоках [UA №46184 A, G06F15/00, 1999]; у громадському транспорті за допомогою радіо та/або телевізійного приймача [UA №3223 U, G06F19/00, 2004; UA №31986 A, G06F23/00]; на транспортному засобі [UA №30598 A, G06F21/04, 1997]; на прапорі [UA №3250 U, G06F17/00, 2004]; у рухомому складі метрополітену на простінках між вікнами [UA №66314 A, G06F21/04, 2003]; в

приміщенні метрополітену на колійних стінках і склепіннях над ескалаторами [UA №66316 A, G06F23/00, 1997]; на поверхні стола [UA 16166 U, G06F23/00, 2006]; на стінці кабіни пасажирського підйомно-транспортного устаткування [UA 10884 U, G06F21/00, 2004] тощо.

Кожен спосіб з використанням різних носіїв інформації розраховано на якусь частину пересічних громадян.

Найближчим до корисної моделі, що заявляється, є спосіб подання реклами на пачці сигарет, яку використовують як носій рекламної інформації про різні товари і послуги, а також про соціально-політичні, моральні, етичні норми та установки [RU №2002125533, G09F23/00, 2004].

Зазначений спосіб подання реклами є ефективнішим за попередні аналоги через те, що рекламний носій людина досить часто тримає у руці і мимоволі читає рекламу, розміщену на ньому. Однак треба зважити на те, що така реклама попадає лише до тих, хто палить, і в тім є її обмеження і недостатня ефективність.

В основу корисної моделі поставлено задачу створити такий спосіб подання реклами, який би дав можливість підвищити ефективність надання реклами за рахунок частоти її використання та розширення аудиторії споживача.

Поставлену задачу вирішують тим, що у способі подання реклами шляхом нанесення рекламної інформації на рекламний носій, згідно з корисною моделлю, як рекламний носій використовують шкаралупу курячого яйця.

(13) **U**(11) **26757**(19) **UA**

На шкаралупу курячого яйця можуть наносити печатний відбиток, наприклад, логотип.

Можуть здійснювати повне фарбування шкаралупи рекламним зображенням.

Рекламну інформацію можуть наносити поруч зі штампом терміну придатності яйця.

Використання у способі як рекламного носія шкаралупи курячого яйця дозволяє проникнути у дім покупця реклами разом з продуктом, який він споживає майже щоденно. Важко собі уявити людину, яка візьме у руки яйце і не подивиться, що на ньому написано. Такий спосіб є ефективним, тому що гарантує рекламодавцю постійний контакт зі споживачем, зокрема з більшою частиною жіночої аудиторії. Ефективність способу підвищується, коли рекламний носій розміщують поруч зі штампом терміну придатності яйця, тому що кожен споживач звертає на це увагу не лише тоді, коли він купив продукт, а навіть при його покупці.

Спосіб здійснюють наступним чином.

На птахофабриці за допомогою спеціального обладнання на чисту шкаралупу яйця наносять печатний відбиток з рекламною інформацією, наприклад, логотип, або повністю фарбують шкаралупу рекламним зображенням. Для ефективного сприйняття рекламну інформацію наносять поруч зі штампом терміну придатності яйця.