

Винахід відноситься до упакування і може використовуватися для збереження, транспортування і демонстрації індивідуальних гігієнічних виробів разового використання, наприклад презервативів.

Відомий спосіб упакування індивідуальних гігієнічних виробів, який полягає в тому, що кожен виріб упаковують в оболонку з паперового або полімерного матеріалу, на зовнішній поверхні якого нанесені зображення, що мають вигляд текстів та/або малюнків пізнавального, розважального, повчального або іншого привабливого для споживача змісту, з наступним розміщенням деякого числа таких виробів у спільній упакуванні, на зовнішній поверхні якого нанесені зображення, що несуть стандартизовану інформацію про даний товар (див. патент РФ №2133116, МПК А6 ІF15/00, 1999р.).

Недоліком даного способу є те, що привабливу для споживача інформацію наносять на оболонки виробів, що розміщують усередині спільного упакування, унаслідок чого ця інформація не доступна для споживача в момент здійснення покупки і не може бути стимулом для придбання іменного даного виробу.

За прототип прийнятий спосіб упакування презервативів, що передбачає приміщення окремих презервативів в індивідуальні упакування і наступне розміщення деякого числа презервативів в індивідуальних упакуваннях у спільне упакування, що представляє собою жорстку конструкцію з щільного матеріалу, на поверхні якої нанесена мінімально необхідна інформація про товар. На внутрішній поверхні спільних упакувань нанесені зображення у вигляді текстів та/або малюнків еротичного, сексуального, інтимного або подібного характеру (див. Заявку на винахід РФ №99102804, В65D85/00, 2001р.).

Недоліком прототипу є те, що приваблива для споживача інформація міститься на внутрішній поверхні спільного упакування і не доступна для огляду в момент здійснення покупки, унаслідок чого не може служити стимулом для придбання іменного даного виробу завдяки залученню уваги й інтересу споживача. При цьому варто помітити, що в момент здійснення покупки домінуючим при виборі того або іншого товару (при рівних умовах відповідності вимог до якості) є перше враження від його упакування.

Крім того, у прототипі звужена значеннєва спрямованість зображень, обмежена тільки сексуальною або еротичною тематикою, що обмежує ступінь емоційного впливу на покупця, який є в ряді випадків додатковим стимулом для здійснення покупки.

В основу розробки корисної моделі покладене завдання підвищити інтерес споживача саме під час покупки, створивши умови для можливості вибору товару, що відповідає настрою, стану покупця і ситуації, що створилася. Це забезпечить збільшення об'єму реалізацій.

Для вирішення завдання запропонований спосіб упакування презервативів, який передбачає приміщення окремих презервативів в індивідуальні упакування і наступне розміщення деякого числа презервативів в індивідуальних упакуваннях у спільне упакування, на поверхні якої нанесена мінімально необхідна інформація про товар, а також зображення у вигляді текстів та/або малюнків, за яким, згідно з корисною моделлю, вищезгадані тексти та/або малюнки носять іронічний або гумористичний, або жартівний характер, розташовані, щонайменше, на одній зовнішній, доступній для огляду поверхні спільного упакування і являють собою незакінчені за змістом фрагменти, значеннєве закінчення яких розміщено на індивідуальних м'яких упакуваннях.

Зображення можуть бути розташовані на кількох зовнішніх доступних для огляду поверхнях спільного упакування й об'єднані спільною ідеєю або змістом.

Для підвищення інтересу зображення можуть представляти собою загадки або гадання, або побажання.

Зображення, також, можуть являти собою жартівні вказівки щодо призначення.

Спільне упакування може являти собою жорстку або м'яку конструкцію з щільного матеріалу.

Для забезпечення розмаїтості, одне або кілька зображень на спільному упакуванні та/або на індивідуальних м'яких упакуваннях розташовані під шаром, що легко відокремлюється.

Для відповідності різноманітним естетичним смакам, зображення на упакуваннях можуть бути виконані рельєфними, або у вигляді одного плоского зображення, нанесеного поліграфічним та/або друкованим способом і, щонайменше, одного об'ємного зображення, що забезпечує створення з плоским зображенням необхідного художнього або значеннєвого образу.

Для більшої привабливості для покупця тексти та/або малюнки, що носять іронічний або гумористичний, або жартівний характер можуть бути виконані з ефектом зміни зображень та/або з ефектом зміни розмірів, та/або з ефектом анімації, та/або з ефектом перетворення об'єкта з однієї форми в іншу, та/або з ефектом переливу кольору, та/або зі стерео ефектом.

Для кращого запам'ятовування виробника або розповсюджувача презервативів у жартівні зображення введений його знак для товарів та/або послуг.

Для посилення ігрового елемента, зображення розташовані на додатковій поверхні, з'єднаній з основою клейовим або механічним способом з можливістю її легкого відділення.

Суть корисної моделі пояснюється кресленнями, де на фігурах 1-3 зображені спільні упакування і розташовувані в них індивідуальні м'які упакування з різними варіантами жартівних текстів. Слід зазначити, що креслення, як і опис прикладу конкретного виконання упакування, наведені лише для ілюстрації заявленої корисної моделі і не обмежують її.

Сутність винаходу полягає в наступному.

Кожен презерватив поміщують в індивідуальне м'яке упакування, деяке число таких презервативів в індивідуальних упакуваннях поєднують у блок і поміщують у спільне упакування, яке представляє собою жорстку конструкцію з щільного матеріалу. На зовнішніх поверхнях спільного і кожного індивідуального упакування знаходяться зображення у вигляді текстів та/або малюнків, зв'язаних між собою за змістом. На зовнішній поверхні спільного упакування, також, знаходяться мінімально необхідні відомості про товар.

Приклади текстів, розташованих на спільному й індивідуальних упакуваннях.

1. На спільному упакуванні: Для щасливих бізнесменів.

На індивідуальних м'яких упакуваннях: Коли захочеш, Коли захочеш, Коли захочеш.

2. На спільному упакуванні: Для невдах

На індивідуальних м'яких упакуваннях: Січень, Лютий, Березень, Квітень, Травень, Червень, Липень, Серпень, Вересень, Жовтень, Листопад, Грудень.

3. На спільному упакуванні: Для улюблених чоловіків.

На індивідуальних м'яких упакуваннях: Сніданок, полуденок, обід, вечеря.

4. На спільному упакованні: Для песимістів. На індивідуальних м'яких упакованнях: Перший квартал, Другий квартал, Третій квартал, Четвертий квартал.

5. На спільному упакованні: Для зразкових чоловіків.

На індивідуальних м'яких упакованнях: Понеділок, Середа, П'ятниця.

Або

На індивідуальних м'яких упакованнях під наклейкою, що знімається, різні написи, наприклад:

1. Ви створені друг для друга
2. Ця зустріч буде мати продовження
3. Покажи свої здібності
4. Не поспішай визнаватися в любові

