



УКРАЇНА

(19) **UA** (11) **52942** (13) **U**  
(51) МПК (2009)  
G09F 21/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ  
І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ  
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ  
ВЛАСНОСТІ

## ОПИС ДО ПАТЕНТУ НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

видається під  
відповідальність  
власника  
патенту

### (54) СПОСІБ РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМИ

1

(21) u201007079

(22) 07.06.2010

(24) 10.09.2010

(46) 10.09.2010, Бюл. № 17, 2010 р.

(72) СТРЕКАЛОВСЬКИЙ ВЯЧЕСЛАВ ЄВГЕНОВИЧ,  
ГОРЕВ РОМАН СЕРГІЙОВИЧ

(73) СТРЕКАЛОВСЬКИЙ ВЯЧЕСЛАВ ЄВГЕНОВИЧ,  
ГОРЕВ РОМАН СЕРГІЙОВИЧ

(57) 1. Спосіб розміщення реклами, який включає нанесення рекламної інформації на рекламний засіб, що вибраний з кола матеріальних об'єктів, зокрема пакетів для алкогольних і безалкогольних напоїв, який **відрізняється** тим, що на лицьову поверхню матеріалу пакетів попередньо наносять

2

розгортку форми пакетів, в межах якої наносять рекламну інформацію, відділяють розгортку, складають і фіксують у відповідності до остаточної форми.

2. Спосіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що остаточну форму пакета виконують у вигляді паралелепіпеда або куба, або зрізаної піраміди, або зрізаного конуса, або циліндра з основою у вигляді кола або еліпса.

3. Спосіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що як матеріал використовують папір або картон, або тканину, або полімерну плівку світлопроникну, або полімерну плівку світлопоглинаючу.

Корисна модель відноситься до галузі реклами і призначена як для залучення уваги широкого кола потенційних покупців і користувачів до товарів, послуг, виробників та рекламування різноманітної інформації.

Відомий засіб подавання рекламної інформації, що складається з носія реклами і рекламного пристрою, який являє собою обладнаний щит і/або підготовлену поверхню для розміщення рекламної інформації. Носієм реклами є нижня або верхня поверхня столика літакового крісла і/або верхні поручні літакового крісла (RU, 2004125466 А, кл. G09F21/00, опубл. 10.02.2006р.).

Подавання рекламної інформації у відомому засобі недостатньо ефективне, оскільки її розміщують всередині повітряних транспортних засобів, що обмежує час рекламування часом використання транспортного засобу і звужує контакт потенційного споживача через те, що привертає увагу тільки пасажирів даного маршруту.

Відомий спосіб розміщення реклами, який передбачає нанесення рекламної інформації, щонайменше на один матеріальний об'єкт із можливістю постійного й, або періодичного її огляду (UA 31128 А). Такий спосіб передбачає використання об'єктів масового споживання: друкарської продукції, інших об'єктів зовнішньої реклами - саме рекламоносіїв.

Відомий спосіб надання рекламної інформації неефективний за рахунок збільшення радіусу огляду рекламної інформації споживачами.

Найбільш близьким по суті до заявленого способу розміщення реклами є спосіб нанесення рекламної інформації, який включає нанесення рекламної інформації на рекламний засіб, що вибраний з широкого кола матеріальних об'єктів різноманітного призначення. Згідно з даною корисною моделлю рекламну інформацію попередньо обробляють на ЕОМ, комбінуючі різні ракурси, чи суміщують декілька видів різної інформації на одній поверхні, наприклад аркуші, виготовляють лентичулярний лист. При чому рекламна інформація може наноситись на рекламний засіб шляхом лентичулярного друку чи на аркуш. Коли рекламна інформація нанесена на аркуш, то його лицьовою стороною приклеюють до лентичулярного листа, а зворотною - на рекламний засіб (UA 62867, кл. G09F19/12, G09F23/00, опубл. 15.12.2003р.).

Використання високотехнологічного і складного обладнання, додаткових матеріалів, процесів і дій призводять до зростання собівартості готової продукції, що виготовляється наведеним вище способом і обмежує його використання у широкому обсязі.

Задачею корисної моделі є зменшення кількості технологічних операцій при нанесенні інформаційного носія на матеріальний об'єкт, спрощен-

(19) **UA** (11) **52942** (13) **U**

ня самого технологічного устаткування, задіяного в процесі як нанесення носія, так і при формуванні готового виробу, що призводить до зниження витрат на розміщення рекламної інформації, підвищення ефективності реклами за рахунок розширення спектру призначення носіїв рекламної інформації і наближення рекламної інформації безпосередньо до користувача, формування його інтересу до рекламованих товарів і послуг, перетворення користувача інформації у споживача рекламованих товарів і послуг, а також необмежене розширення кола потенційних споживачів рекламованих товарів і послуг.

Поставлена задача вирішується тим, що:

на лицьову сторону матеріалу пакетів попередньо наносять розгортку форми пакетів, в межах якої наносять рекламну інформацію, відокремлюють розгортку форми, складають і фіксують у відповідності до остаточної форми пакету.

Спосіб за п.1, який відрізняється тим, що остаточна форма пакетів виконується у формі паралелепіпеду або кубу, або зрізаної піраміди, або зрізаного конусу, або циліндру з основою у вигляді кола або еліпсу.

Спосіб за п.1, який відрізняється тим, що в якості матеріалу пакетів використовують папір або картон, або тканину, або полімерну плівку світонепроникнену або світлопроникнену.

Сукупність суттєвих ознак забезпечує тісний причинно-наслідковий зв'язок з технічним результатом - зниженням витрат на розміщення рекламної інформації на рекламному засобі і підвищенням ефективності реклами через розширення спектру призначення носіїв рекламної інформації у вигляді пакетів для роздрібної торгівлі продовольчими і непродовольчими товарами, у т.ч. алкогольними і безалкогольними напоями шляхом безпосереднього багаторазового візуального і тактильного контакту покупців і споживачів купле-

них товарів з носіями рекламної інформації (пакетами), внаслідок якого здійснюється вплив через органи зору на свідомість і підсвідомість, завдяки чому необмежено розширюється коло потенційних споживачів рекламованих товарів і послуг.

Спосіб розміщення реклами на пакетах для роздрібної торгівлі продовольчими і непродовольчими товарами, у т.ч. алкогольними і безалкогольними напоями реалізується наступним чином:

обирають необхідний матеріал, зокрема, папір або картон, або тканину, або полімерну плівку світонепроникнену або полімерну плівку світлопроникнену і, в залежності від матеріалу, обирають спосіб нанесення рекламної інформації, наприклад, офсетний друк, глибокий друк, високий друк, трафаретний друк, літографію, шовкографію і т.і., готують зображення розгортки в залежності від обраної форми пакету: паралелепіпед, куб, зрізана піраміда, зрізаний конус, циліндр з основою у вигляді кола, циліндр з основою у вигляді еліпсу, в середині зображення розгортки розміщують рекламну інформацію - словесну або комбіновану, наносять підготовлене зображення на печатну форму і здійснюють друк зображення. Після друку відокремлюють зображення від основного матеріалу, складають в обрану форму і фіксують способом, який обирають в залежності від матеріалу пакету: склеювання, зварювання, прошивання, скріплювання і т.п.

Завдяки приведеній сукупності суттєвих ознак заявлений спосіб дозволяє зменшити витрати на виготовлення носіїв рекламної інформації заявленим способом, а також здійснювати безпосередній контакт широкого кола різних категорій користувачів з носієм рекламної інформації шляхом візуального і тактильного контакту в місцях придбання продовольчих і непродовольчих товарів завдяки чому підвищується рекламоспроможність носіїв рекламної інформації.