



УКРАЇНА

(19) UA (11) 53313 (13) U  
(51) МПК (2009)  
G09F 23/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ  
І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ  
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ  
ВЛАСНОСТІ

## ОПИС ДО ПАТЕНТУ НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

видається під  
відповідальність  
власника  
патенту

### (54) РЕКЛАМНИЙ ЗАСІБ

1

2

(21) u200913163

(22) 17.12.2009

(24) 11.10.2010

(46) 11.10.2010, Бюл.№ 19, 2010 р.

(72) ПИЛЮШЕНКО ОЛЕГ ВОЛОДИМИРОВИЧ

(73) ПИЛЮШЕНКО ОЛЕГ ВОЛОДИМИРОВИЧ

(57) 1. Рекламний засіб, що включає носій інформації, з розміщеними на ньому елементами об'ємної рекламної інформації, який відрізняється тим, що елементи об'ємної рекламної інформації виконані за допомогою витискування безпосередньо матеріалу носія інформації, при цьому як носій інформації використовують рулонне або листове паперове полотно.

2. Рекламний засіб за п. 1, який відрізняється тим, що елементи об'ємної рекламної інформації розміщені в будь-якій області поверхні носія інформації.

3. Рекламний засіб за п. 1, який відрізняється тим, що елементи об'ємної рекламної інформації мають загальну товщину, яка більше товщини носія рекламної інформації.

4. Рекламний засіб за пп. 1-3, який відрізняється тим, що як елементи об'ємної рекламної інформації можуть бути використані візуально-текстові та/або цифрові, та/або графічні зображення.

Корисна модель відноситься до області рекламно-інформаційної технології і може бути використана в легкій промисловості при виготовленні паперових гігієнічних виробів разового користування, на які нанесені об'ємні рекламні зображення різного змісту з метою залучення уваги покупців і користувачів послуг, а також формування споживчого попиту у населення.

Відомий рекламний засіб, який включає носій інформації, виконаний у вигляді сумки з об'ємом, що змінюється, на зовнішній поверхні якої розміщена частина реклами з можливістю постійного її огляду при зміні об'єму сумки [див. пат. РФ № 2038635 МПК G09F23/00, заявл. 04.02.1991 р., опубл. 27.06.1995 р.]. Даний рекламний засіб характеризується низькою рекламоздібністю у зв'язку з обмеженням кількості носіїв рекламної продукції, які експлуатуються.

Найбільш близьким до корисної моделі, що заявляється, за технічною суттю і технічним результатом, що досягається, є рекламний засіб, що включає носій інформації з розміщеними на ньому елементами об'ємної рекламної інформації [див. пат. України на винахід № 68867А, МПК G09F23/00, заявл. 20.10.2003 р., опубл. 15.12.2003 р.]. Елементи об'ємної рекламної інформації виконані у вигляді попередньо обробленої на електронній обчислювальній машині (ЕОМ) матриці, лицьовою стороною якої безперервно приклеєна до лентокулярного аркушу, а зворотною стороною

до носія інформації. Таке виконання елементів рекламної інформації створює відчуття об'ємного зображення, що динамічно змінюється, із спеціальним оптичним ефектом. Як носій інформації використовують широкий спектр об'єктів різного призначення, наприклад вироби друкованої продукції, предмети побуту, транспортні засоби та таке інше.

Недоліком відомого рекламного засобу є висока трудомісткість виготовлення рекламного засобу, що значно здорожує систему надання рекламної інформації, а також обмежені інформаційні можливості рекламного засобу. Це пов'язано з необхідністю використання спеціальних технологій попередньої обробки інформації при формуванні матриці елементу рекламної інформації. Такі технології можуть бути реалізовані на дорогому електронному обладнанні. Для фіксації елементів рекламної інформації на носії використовують спеціальний лентокулярний аркуш, виконаний із полімерних матеріалів, що також приводить до підвищення витрат на виробництво рекламного засобу. Крім того, лентокулярний аркуш, нанесений на поверхню носія інформації, додає йому певну жорсткість, що не завжди є доцільним і зручним при розміщенні символів рекламної інформації на такі носії, як паперове полотно, яке використовується при виробництві гігієнічних виробів. Все це знижує інформаційні можливості рекламного засобу.

(13) U  
(11) 53313  
(19) UA

В основу корисної моделі поставлена задача удосконалення рекламного засобу, у якому нове виконання елементів об'ємної рекламної інформації шляхом формування їх тривимірної структури безпосередньо в матеріалі паперового носія забезпечує спрощення технології отримання рекламного засобу і за рахунок цього знижуються трудовитрати і вартість рекламної продукції, а також розширюється її інформаційні спроможності на паперовому носії.

Поставлена задача вирішується тим, що у відомому рекламному засобі, який включає носій інформації з розміщеними на ньому елементами об'ємної рекламної інформації, новим є те, що елементи об'ємної рекламної інформації виконані за допомогою витискування безпосередньо матеріалу носія інформації, а як носій інформації використовують рулонне і листове паперове полотно.

Новим є також те, що елементи об'ємної рекламної інформації можуть бути розміщені в будь-якій області поверхні носія інформації; новим є те, що загальна товщина елементів інформації більша ніж товщина непресованого носія інформації; новим є те, що як елементи об'ємної рекламної інформації можуть бути використані візуально-текстові та/або цифрові та/або графічні зображення.

Причинно-наслідковий взаємозв'язок між всією сукупністю суттєвих ознак корисної моделі, що заявляється, і технічним результатом, який досягається, пояснюється тим, що завдяки новому виконанню елементів реклами забезпечується формування їх тривимірної структури, що дає можливість двосторонньої смислової ідентифікації об'єкту реклами. Це значно підсилює зорове сприйняття об'єкту реклами, внаслідок чого можливе її прочитування як з лицьового, так і із зворотного боку паперового носія. Все це сприяє розширенню інформаційних можливостей рекламного засобу. Елементи об'ємної рекламної інформації формуються за допомогою відомих в техніці пристроїв і механічних пристосувань. Внаслідок цього, значно спрощується виготовлення рекламного засобу, знижуються трудовитрати і відповідно вартість рекламної інформації.

Суть корисної моделі пояснюється кресленнями:

на Фіг.1 наведений рекламний засіб у вигляді гігієнічної паперової серветки, загальний вигляд;

на Фіг.2 наведений схематичний перетин А-А, на Фіг.1

Рекламний засіб складається з паперового носія 1 і розміщених безпосередньо у матеріалі носія 1 елементів 2 об'ємної рекламної інформації. Елементи 2 являють собою символи словесно-текстових зображень I або цифрових зображень II або графічних зображень III.

Рекламний засіб може бути виконаний у вигляді будь-яких паперових гігієнічних виробів, наприклад серветок, рушників, туалетного паперу та таке інше, а елементи 2 об'ємної рекламної інформації можуть представляти логотипи, торгівельні марки, назви підприємств та таке інше.

Елементи 2 можуть бути розташовані в будь-якій області носія інформації, а їх загальна товщина  $h_2$  має бути завжди більше товщини  $h_1$  непресованого паперового полотна. Величина товщини елементів 2 рекламної інформації обмежена оптимальним та раціональним об'ємом рекламного виробу.

Рекламний засіб виготовляється таким чином. Носій 1 засобу рекламної інформації, що є паперовим полотном, пропускають через зону контакту спеціального пресуючого пристрою, де знаходиться валик, що обертається, який нагрітий і забезпечений малюнком опуклих і поглиблених ділянок, що чергуються, призначених для втискування їх в матеріал носія 1 - паперове полотно. В процесі формування елементів 2 реклами, носій 1 інформації зазнає стиснення, завдяки якому матеріал паперового носія набуває підвищеної щільності на деяких ділянках точно напроти відтисків і знижену щільність на проміжних ділянках. Це надає паперовому полотну додаткову щільність, пухкість і пружність. Таким чином, при використанні корисної моделі, що заявляється, отримують рекламні засоби на основі паперового носія у вигляді гігієнічних виробів, таких як серветки, кухонні рулонні рушники, паперові носові хустки, столові серветки та інші, що відрізняються високими механічними і споживчими властивостями, як то пружність, м'якість, пухкість, гігроскопічність, щільність. Ці засоби володіють широкими інформаційними можливостями, що забезпечує високий споживчий попит цих виробів на ринку товарів.

Рекламний засіб, що заявляється, виготовляється на відомому обладнанні з використанням відомих матеріалів, що підтверджує промислову придатність корисної моделі, що заявляється.

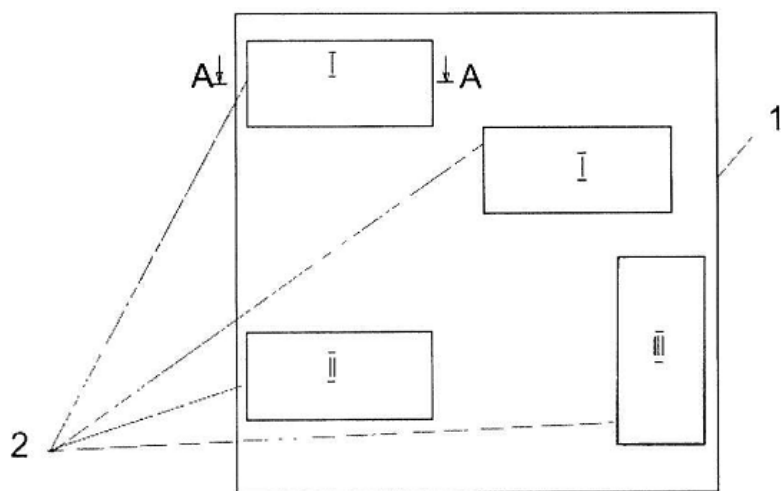


Fig. 1

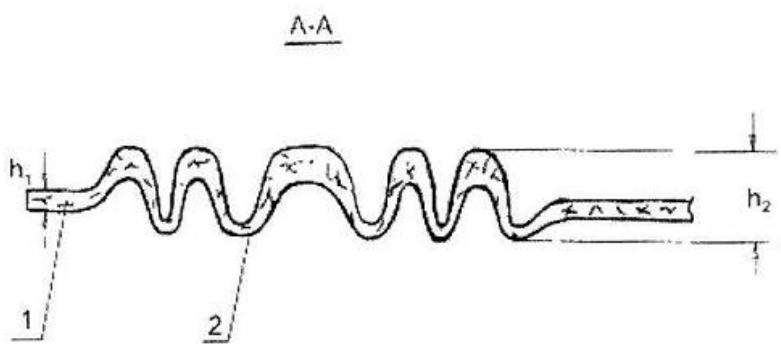


Fig. 2