



УКРАЇНА

(19) UA

(11) 53735

(13) C2

(51) 7 G09F19/02

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІОПИС
ДО ПАТЕНТУ НА ВІНАХІД

(54) РЕКЛАМНИЙ СТЕНД

1

2

(21) 2000021194

(22) 29 02 2000

(24) 17 02 2003

(46) 17 02 2003, Бюл. №2, 2003 р

(72) Данильчук Валентин Федорович, Кузьменко
Ганна Василівна, Кононіхін Сергій Васильович(73) ДОНЕЦЬКИЙ ІНСТИТУТ ТУРИСТИЧНОГО
БІЗНЕСУ

(56) US A 5292564 08 03 94

US A 5668750 16 09 97

(57) 1 Рекламний стенд, який містить каркас у вигляді коробка, закритого з усіх боків, з прозорою передньою панеллю і пристрій для підводу і відводу рідини і освітлення, що має рекламний щит із зображенням предметів реклами на фоні флори і рекламним написом, перед яким розміщені елементи стенда, що об'ємно зображують і доповнюють елементи реклами на рекламному щиті і задній стінці, який відрізняється тим, що має пристрій для підводу і відводу повітряного потоку і пристрій для зміни його швидкості між передньою панеллю і рекламним щитом, а елементи стенда і реклами, що розміщені між ними,

закріплені консольно унизу на гнучких стержнях із можливістю коливання під дією повітряного потоку

2 Рекламний стенд по п. 1, який відрізняється тим, що містить труби, які закріплені зверху над простором між передньою панеллю і рекламним щитом, в яких виконані дрібні отвори для виходу крапель води, що імгують дощ, який випадає на предмети реклами

3 Рекламний стенд по п. 1, який відрізняється тим, що доповнений джерелами світла, які направлені на рекламувану продукцію і вмикаються по чергово, імгуючи сонячні промені у різний час протягом доби

4 Рекламний стенд по п. 1, який відрізняється тим, що по чергова зміна швидкості потоку повітря, який імгуює вітер, подача крапель води, що імгують дощ, і по чергове увімкнення і вимикання джерел світла, які імгують різний час протягом доби, пов'язані з різноманітним звуковим і музичним супроводом і виконані за заздалегідь складеною програмою і/або кнопковим перемиканням в залежності від певного контингенту глядачів

Передбачуваний винахід належить до технічних пристроїв рекламного характеру і призначений для привернення уваги потенційних покупців і користувачів послуг до об'єктів і організацій, де їх можуть обслужити

Відомий рекламний стенд за авторським свідоцтвом СРСР №369610, клас 5G09F19/00 [1], що містить світлопроникний щит і прилади для підводу і відводу рідини, забезпечений другим переважно рельєфним щитом, що встановлений паралельно першому, при цьому рельєфне утворення забезпечує переміщення рідини між щитами, імгуючи рух крапель води під льодом, що тане

Недоліком цього стенду є обмеженість його можливостей, відсутність спектру широкої зміни інформації, що несе стенд, розміщення рекламованих товарів в середину стенду

Відомий також прилад для створення відеоефекту за міжнародною заявкою №94/07232, клас 5G09F19/12, в якому декілька вікон W, що розмі-

щені навколо вісі С, що обертається, і багатокутний другий об'єкт В, який можна частково бачити через вікна W. Об'єкти обертаються навколо вісі С. При цьому складається враження, що об'єкт В розширюється, звужується, деформується і обертається, відхиляючись від траєкторії кола

Недоліком цього приладу є обмеженість і вузьконаправленість дій під час реклами об'єкту

Найбільш близьким до передбачуваного винаходу (прототипом) є патент США №52922584, клас 5G09F19/02 "Елемент вітрини, заповнений рідиною" [3], що являє собою прозорий контейнер, заповнений рідиною першої щільності. Допоміжний елемент розміщений в рідині другої щільності, що відрізняється від першої. При цьому, якщо цей елемент розміщений коло одного торця контейнера, то при перевертанні контейнера елемент починає зміщуватися до другого торця контейнера. У склад пристрою також входить у крайньому разі один елемент з нанесеними написами, один кінець

(13) C2

(11) 53735

(19) UA

якого зв'язаний із допоміжним елементом, а другий - з одним із торців контейнера. При цьому, якщо допоміжний елемент зміщений до того торця контейнера, де прикріплений елемент з написами, то елемент з написами складеться, а якщо до протилежного торця, то розтягнеться.

Недоліком цього елемента втрини є те, що елементи з написами знаходяться тільки в рідині і не можуть підлягати дії повітряного потоку, що імітує вітер, відсутня можливість зміни швидкості складання і розкладання елемента з написами, а також обмежені можливості цього елемента реклами, що вимагають перевертати контейнер на 180 градусів.

Задачею передбачуваного винаходу є усунення перелічених недоліків, створення рекламного пристрою, що дозволить створювати ефект руху для привертання уваги до рекламованого об'єкту, а також підкреслити його стійкість до атмосферних впливів вітру, дощу, сонця.

Указана мета досягається тим, що рекламний стенд, який містить каркас у вигляді коробки, закритого з усіх боків з прозорою передньою панеллю і пристроєм для підводу і відводу рідини і освітлення, що мають рекламний щит із зображенням предметів реклами на фоні флори і рекламним написом, перед яким розміщені елементи стенду, що об'ємно зображують і доповнюють елементи реклами на рекламному щиті і задній стінці. Має пристрій для підводу і відводу повітряного потоку і пристрій для зміни його швидкості між передньою панеллю і рекламним щитом, а елементи стенду і реклами, що розміщені між ними, закріплені консольно внизу на гнучких стержнях, що забезпечують можливість коливатися під дією повітряного потоку. У трубах, закріплених зверху над простором між передньою панеллю і рекламним щитом, зроблені дрібні отвори для виходу крапель води, що імітують дощ, який випадає на предмети реклами. Джерела світла, направлені на рекламовану продукцію вмикаються по чергово, імітуючи сонячні промені у різний час протягом доби. Почергова зміна швидкості потоку повітря, який імітує вітер, подача крапель води, що імітують дощ, і по чергове увімкнення і вимкнення джерел світла, які імітують різний час протягом доби, пов'язані з різноманітним звуковим і музикальним супроводом, і виконуються за здалегідь складеною програмою, а також вручну, кнопочним переключенням, залежно від певного контингенту глядачів.

Рекламний стенд зображено у вигляді трьох проекцій: вид спереду, фіг 1, вид зверху, фіг 2, та вид збоку, із розрізом по А-А, фіг 3.

Рекламний стенд має короб 1, передня панель 2 короба 1 виконується прозорою, за нею на певній відстані встановлюється рекламний щит 3 із зображенням предметів реклами на фоні фауни і рекламним написом, а за нею задня стінка 4. Між прозорою передньою панеллю 2 і рекламним щитом 3 знизу встановлюється планка 5, на якій консольно із закріпленням внизу встановлюються окремі предмети 6, які об'ємно додають експозицію, наприклад, штучні квіти, кущі, дерева чи інші предмети реклами. З боків до торцевих поверхонь коробу 1 поєднуються два кожуха прямокутної форми, з одного боку кожух 7 для підводу повітря-

ного потоку від вентилятора 8, а з протилежного боку кожух 9 для відводу повітряного потоку, який поєднується з системою вентиляції приміщення. Кожух 7 поєднується одним кінцем з вентилятором 8, за допомогою повітряного проводу 10, а на другому його кінці перед коробом встановлена лопатка 11, що дозволяє змінити швидкість потоку повітря перед рекламним щитом. Лопатка 11 закріплена на вісі 12, яка може обертатися у підшипниках 13, а на одному кінці вісі 12 закріплений важіль 14 для можливості обертання вісі 12 разом з лопаткою 11. Лопатка 11 також може повертатися за допомогою виконавчого механізму 15, який отримує команди від програмного пристрою 16, або кнопок ручного управління 17. Зверху над рекламованими предметами встановлюються труби з дрібними отворами у бокових стінках, направлені вниз, до яких підводиться вода від водопроводу, а під нижньою планкою 5 встановлюється кожух 19, в нижній частині якого встановлений патрубок 20, з'єднаний трубами зі зливною каналізацією. Перед панеллю з експозицією 3 зверху над рекламованими предметами, праворуч і лворуч у панелі встановлені джерела світла 21 з рефлекторами, які вмикаються по чергово за заданою програмою.

Рекламний стенд працює таким чином. При увімкненні вентилятора 8 повітряний потік проходить крізь повітряний провід 10, кожух 7, простір між прозорою панеллю 2 і рекламним щитом 3, кожух 9 і далі використовується для провітрювання приміщення. Проходячи крізь простір між рекламним щитом 3 і прозорою панеллю 2, повітряний потік діє на предмети реклами, розміщені на гнучких стержнях, і починає їх коливати. Ефект коливання предметів привертає до них більше уваги, ніж коли вони нерухомі. Швидкість повітряного потоку регулюється повертанням лопатки 11, закріпленої на вісі 12, шляхом повертання вручну за важіль 14 або виконавчим механізмом 15, який керується програмним пристроєм 16, або кнопочним пультом 17. При повертанні лопатки 11 лворуч на вигляді зверху, фіг 1, частина повітря проходить між задньою стінкою 4 і рекламним щитом 3, що зменшує швидкісний потік між прозорою панеллю 2 і рекламним щитом 3. Швидкість потоку повітря може змінюватися за бажанням оператора залежно від типу глядачів і потенційних покупців, їх кількості, може бути зв'язана з музичним супроводом. Період коливань підбирається залежно від маси предметів реклами, їх опору повітряному потоку, гнучкості, діаметру та довжини стержнів, на яких вони закріплені. Для зміни предметів реклами знімається кожух 19, від'єднується від короба 1 нижня планка 5 і виймається зовні.

Для імітування дощу у труби 18 подається з трубопроводу вода, яка через дрібні отвори, зроблені по всій довжині труб збоку предметів для реклами, випливає на них дрібними краплинами. Вода від дощу через отвори у пластині 5 надходить у кожух 19 і крізь патрубок 20 та з'єднані з ним труби далі надходить у зливну каналізацію. Джерела світла 21, які поміщені у рефлектори, вмикаються послідовно залежно від того, що треба показувати: схід сонця, захід сонця чи полуденне сонце.

Джерела інформації

1 Авторське свідоцтво СРСР №369610, клас G09F19/00, опубліковане 08.11.1973, Бюл. №10

2 Патент по міжнародній заявці РСТ (WO) №94/07232, клас 5G09F19/12, Реферативний журнал, "Изобретения стран мира", випуск №96 - М

1995 р., №7 - с. 50

3 Патент США №5292564, клас 5G09F19/02) 428-12, (40) 940308, том 1160 №2, Реферативний журнал "Изобретения стран мира", випуск №96 - М 1995, №7 - с. 34

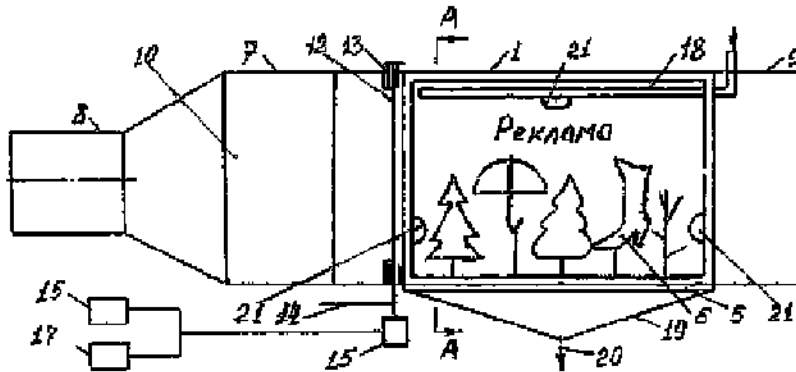


Fig. 1

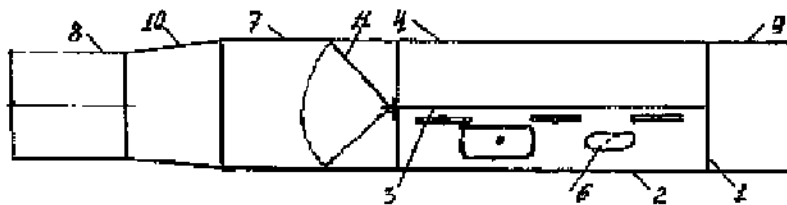


Fig. 2

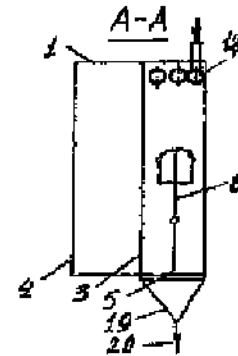


Fig. 3