



УКРАЇНА

(19) UA (11) 62867 (13) A

(51) 7 G09F19/12,G09F23/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІОПИС
ДО ДЕКЛАРАЦІЙНОГО ПАТЕНТУ
НА ВИНАХІДВидається під
відповідальність
власника
патенту

(54) СПОСІБ РОЗМІЩЕННЯ ОБ'ЄМНОЇ РЕКЛАМИ ТА РЕКЛАМНИЙ ЗАСІБ

1

2

(21) 2003109419

(22) 20 10 2003

(24) 15 12 2003

(46) 15 12 2003, Бюл. № 12, 2003 р

(72) Задорожній Володимир Михайлович

(73) Задорожній Володимир Михайлович

(57) 1 Спосіб розміщення об'ємної реклами, який включає нанесення рекламної інформації на рекламний засіб, що вибраний із широкого кола матеріальних об'єктів різноманітного призначення, який відрізняється тим, що рекламну інформацію попередньо обробляють на ЕОМ, комбінуючи різні ракурси тієї ж інформації, чи суміщають декілька видів різної рекламної інформації на одній поверхні, наприклад аркуші, виготовляють лентикулярний лист із суміші пластмаси шляхом виливання чи видавлювання або насичкою, причому рекламна інформація наноситься безпосередньо на рекламний засіб чи на лентикулярний лист

2 Спосіб за п 1, який відрізняється тим, що коли рекламна інформація нанесена на, наприклад, аркуш, то його лицьовою стороною приклеюють до лентикулярного листа, а зворотною - на рекламний засіб

3 Спосіб за пп 1, 2, який відрізняється тим, що як рекламна інформація використовується логотип, товарний знак, фірмове найменування чи будь-яка інша візуальна інформація

4 Спосіб за пп 1-3, який відрізняється тим, що рекламна інформація наноситься, наприклад, приклеюванням до рекламного засобу з одного боку

5 Спосіб за пп 1-3, який відрізняється тим, що рекламна інформація наноситься, наприклад, приклеюванням до рекламного засобу щонайменше з двох боків

6 Спосіб за пп 1-5, який відрізняється тим, що рекламну інформацію розміщують на доступній для огляду частині рекламного засобу з можливістю постійного або періодичного її огляду

7 Спосіб за п 1, який відрізняється тим, що використовують суміш пластмас, наприклад PVC

8 Спосіб за п 1, який відрізняється тим, що використовують суміш пластмас, наприклад MS-Resin

9 Спосіб за п 1, який відрізняється тим, що матеріальним об'єктом різноманітного призначення є, наприклад, іграшки, пазли, шашки, шахи та інші

10 Рекламний засіб, що містить носій інформації з нанесеною рекламною інформацією, який відрізняється тим, що рекламна інформація лицьовою стороною, наприклад, нерозривно приклеєна до лентикулярного листа, виготовленого з різних сумішей пластмас видавлюванням чи виливанням або насичкою, а зворотною - до носія інформації

11 Рекламний засіб за п 10, який відрізняється тим, що носій інформації вибраний із широкого кола матеріальних об'єктів різноманітного призначення, наприклад об'єктів друкарської продукції або інших

12 Рекламний засіб за пп 10, 11, який відрізняється тим, що рекламна інформація нанесена безпосередньо на носій

13 Рекламний засіб за п 12, який відрізняється тим, що на рекламну інформацію нанесений, наприклад приклеюванням, лентикулярний лист

14 Рекламний засіб за п 10, який відрізняється тим, що рекламна інформація нанесена безпосередньо на лентикулярний лист, який у переважному варіанті виконання приклеєний до носія інформації

Винахід відноситься до галузі рекламно-інформаційних технологій, різним галузям дизайну, декоративно-прикладного мистецтва, а також до оптичної промисловості, зокрема, до способу розміщення реклами, рекламних засобів, які створюють об'ємне зображення з особливим оптичним ефектом, що забезпечує створення у спостерігача візуально-об'ємних кольорових зображень, а також

до візерунків і малюнків, що використовують лінзові системи для створення об'ємних кольорових зображень художньо-декоративного або /і/ рекламного характеру, і може бути використаний для одержання різноманітних художньо-декоративних і сувенірних виробів, виставочних стендів, вітрин, панно, вітражів, демонстраційних таблиць, елементів декоративного інтер'єра і т.д., що використовують

(13) A

(11) 62867

(19) UA

ефект у виді об'єму барвистих декоративно-художніх і рекламних зображень, що динамічно змінюються

Відомий спосіб розміщення реклами, який передбачає нанесення рекламної інформації, що найменше, на один матеріальний об'єкт із можливістю постійного й, або періодичного її огляду (UA 31128A). Цей спосіб є найбільш близьким до заявленого способу й охоплює широке коло інформаційних носіїв

Такий спосіб передбачає використання об'єктів масового споживання

друкарської продукції, поштового відправлення, побуту, особистого користування, транспортних засобів, інших об'єктів зовнішньої реклами - саме рекламоносіїв, засобів масової інформації та інших, але він недостатньо забезпечує підвищення ефективності надання реклами за рахунок збільшення радіуса огляду рекламної інформації споживачами. Крім того, цей спосіб не дає можливість створити рекламну інформацію у вигляді просторового об'єкта (3-D ефект) котрий динамічно змінюється

Найбільш близьким по суті до заявленого рекламного засобу є рекламний засіб (RU 38635), що містить носій інформації у формі сумки з обсягом, що змінюється, на зовнішній поверхні якої розташована частина рекламної інформації з повідомленням про вчинення дії з можливістю постійного її огляду при зміні обсягу сумки

Проте рекламозпроможність такого засобу обмежена кількістю експлуатованих носіїв цієї реклами і їхнього призначення, не сприяє формуванню у потенційного покупця цілеспрямованого психологічного інтересу, не створює об'ємне зображення з особливим оптичним ефектом, що забезпечує створення у спостерігача візуально-об'ємних кольорових зображень

В основу винаходу покладена задача підвищення ефективності реклами за рахунок застосування нових комплексних прийомів подачі, технології виготовлення об'ємної рекламної інформації, підвищення інформативності та естетичності реклами, а також розширення спектру й частоти її використання, завдяки чому з'являється можливість формування цілеспрямованого психологічного інтересу в потенційного споживача товарів або послуг

Поставлена задача вирішується шляхом удосконалення способу нанесення рекламної інформації (UA 31128), який включає нанесення рекламної інформації на рекламний засіб, що вибраний із широкого кола матеріальних об'єктів різноманітного призначення і/або предметів побуту і/або засобів масової інформації, при цьому в якості об'єкту масового споживання використовують

- ручки, олівці, зошити, гумки, підставки й набори канцелярські, блокноти, фломастери, папки, килимки для миші, калькулятори, касові апарати, телефонні картки, Інтернет, банківські та поповнення рахунку картки, упаковка картонна (наприклад, для чаю), паперова, пластикова, поліетиленова, вакуумна, та ін., пакети, кульки, пляшки (у переважному варіанті на їх кришках) та ін.,

- як об'єкт друкарської продукції використовують брошури, календарі, книги, підручники, посіб-

ники, журнали, газети, плакати, прапори, вимпели, довідники, каталоги, буклети, візитки та ін.,

- як об'єкт поштового відправлення використовують конверти, листівки, бланки телеграм, марки та ін.,

- як об'єкт побуту використовують меблі, сірники, серветки, скатертини, чашки, одноразовий посуд, тенти, годинники, кухлі та ін.,

- як об'єкт особистого користування використовують одяг, парасольки, спеціальний одяг, носові хустки, ремні, фурнітура для одягу та ін.,

- як транспортний засіб використовують вагони поїздів метрополітену, поїздів, трамвайні вагони, тролейбуси, автобуси, автомобілі, причепи, літаки, човни, кораблі, велосипеди, мотоцикли, моторолери та ін. (на вагонах поїздів метрополітену, поїздів, трамвайних вагонах, тролейбусах, автобусах, автомобілях, кораблях, літаках, човнах реклама розміщується як зовні так і з середини),

- як об'єкту зовнішньої реклами використовують рекламоносії типу Bill Board, City Light, Light Box, зупинки, малі архітектурні форми, банери, тумби, інформаційні табло, рекламні щити та ін.

Згідно з даним винаходом

- рекламну інформацію попередньо обробляють на ЕОМ, комбінуючи різні ракурси тієї ж інформації чи суміщають декілька видів різної рекламної інформації на одній поверхні, наносять, наприклад, безпосередньо на рекламний засіб чи бум агу і т.п., із подальшим виготовленням лентиккулярного листа із суміші пластмаси, шляхом виливанням чи видавлюванням або насичкою (у вигляді лентиккулярного друку)

- як об'єкт масового споживання використовують іграшки, а саме пазли, шашки, шахи та інші

Поставлена задача вирішується шляхом удосконалення рекламного засобу (RU 38635), який містить носій інформації з нанесеною рекламною інформацією, згідно до даного винаходу інформація нанесена лицьовою стороною, наприклад, нерозривно приклеєна до лентиккулярного листа, який виготовлений з різних сумішей пластмаси, наприклад, PVC або MS-Resin, а зворотного до носія інформації (чи безпосередньо на носій або лентиккулярний лист і т.п.)

В якості носія інформації використовують матеріальний об'єкт різноманітного призначення (наприклад, авторучка, упакування харчового продукту), об'єкт друкарської продукції або поштового відправлення (наприклад, конверт), предмет побуту (наприклад, серветка, електроприлад), предмет особистого користування (наприклад, наручний годинник, одяг), транспортний засіб (наприклад, вагон поїзда метрополітену) або інший об'єкт зовнішньої реклами (наприклад, об'єкт щитової реклами), а рекламну інформацію розміщують на доступній для огляду частині його поверхні з можливістю постійного або періодичного її огляду

Існує тісний причинно-наслідковий зв'язок усієї сукупності суттєвих ознак та технічним результатом

1 Внаслідок розширення асортименту і спектру призначення носіїв інформації, а також комплексного використання різноманітних видів рекламної інформації і різноманітного призначення

необмежене розширюється коло користувачів і підвищується рекламспроможність такого засобу

2 "Динамічність" та об'ємність рекламної інформації формує інтерес у користувачів до цієї інформації

3 Інформативність (інформаційна наповненість) рекламної інформації дає розширену інформацію для її користувача, визначаючи коло зацікавленості потенційних споживачів

4 Декоративна привабливість і естетичність рекламного образу сприяє просуванню товарів і послуг на ринку завдяки довготривалому утриманні уваги покупця

5 Пізнавальне призначення рекламної інформації веде до кращого запам'ятовування рекламного товару

6 Рівень активності сприйняття та запам'ятовування лентиккулярного "образу" товару в порівнянні зі звичайним збільшується, так як "рухома" графіка стимулює роботу мозку

7 Такий рекламний засіб важко фальсифікувати

Таким чином, очевидно, що заявлений спосіб та засіб містить удосконалення в порівнянні з попереднім рівнем техніки, а значить заявлені технічні рішення відповідають критерію "новизна"

Аналіз відомих технічних рішень (аналогів) у досліджуваній галузі, тобто рекламно-інформаційних технологій і суміжних галузях (оптиці,), дає можливість зробити висновок про відсутність в них ознак, подібних із суттєвими відмінними ознаками в заявлених рішеннях - способу розміщення об'ємної реклами та рекламному засобі, та визнати заявлені рішення, як такі, що відповідають критерію "винахідницький рівень" Що стосується критерію "промислова придатність", то можна зазначити, що технічні рішення вже впроваджені у виробництво і використовуються як досліджуванні зразки

Перелік фігур, які пояснюють суть винаходу

Фіг 1 - рекламний засіб із нанесеною рекламною інформацією (лицьова сторона),

Фіг 2 - рекламний засіб із зворотної сторони,

Фіг 3 - рекламний засіб із зворотної сторони у другому варіанті виконання,

Фіг 4 - місцевий розріз рекламного засобу з торця (А-А)

Сутність винаходу, що стосується рекламного засобу та способу розміщення його полягає в тому, що рекламний засіб, наприклад, телефонна картка 1

- при першому варіанті виконання рекламного засобу (фіг 1, 2) має тільки з лицьової сторони (стосовно розміщення реклами) рекламну інформацію - хлопчик з битою 2,

- при другому варіанті виконання рекламного засобу рекламна інформація міститься, як з лицьової сторони 2 (фіг 1) так і з зворотної - інший хлопчик з битою 3 (фіг 3), неподалік накопичувана інформація 4

На фіг 4 видно місцевий розріз (А) телефонної картки 1 (фіг 3), що містить рекламну інформацію (2 та/чи 3), яка складається (спосіб отримання описаний далі) із самої візуальної інформації 5 в переважному, (але не вичерпному) варіанті виконання використовується логотип, товарний знак, фірмове найменування чи люба інша інформація, яка полягає в комбінації різних ракурсів тієї ж самої картини чи/і іншої рекламної інформації чи суміщення декількох різних картинок або/і іншої рекламної інформації на одній поверхні з цілю створення зорових ефектів (як видно із фіг 1, 3), та безпосередньо нанесена на носій інформації (матеріальний об'єкт різноманітного призначення) чи на, наприклад, аркуш чи інший матеріал, в тому числі можливо безпосередньо нанести на лентиккулярний лист з подальшим приклеюванням його до носія

Коли рекламна інформація нанесена, на наприклад, аркуш , чи на лицьову сторону рекламної інформації приклеюють до лентиккулярний лист 6 із наступним приклеюванням (нерозривним) до картки 1

Приклад 1

На ЕОМ спеціальна програма закодує початкові дані зображення 2 або 3 ріже їх на тоненькі "смуги" та мікшує їх в, один на основі якого створюють лентиккулярний лист 6

Лист, виготовлений із суміші різних пластмас, наприклад, MS-Resin (відомий термін, який непотрібно розшифрувати)

- виливанням (US 4414316 та US 4420502)

Приклад 2

Теж саме, що і в прикладі 1, але лентиккулярний лист 6, виготовлений із суміші різних пластмас, наприклад, PVC (відомий термін, який непотрібно розшифрувати) пресуванням (US 5362351)

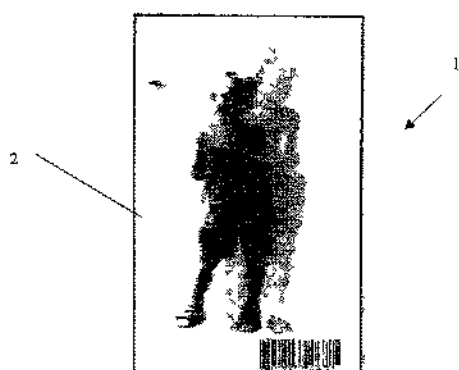
Приклад 3

Теж саме, що і в прикладі 1 або 2, але лентиккулярний лист 6 Лист виготовлений із суміші різних пластмас, наприклад, PVC

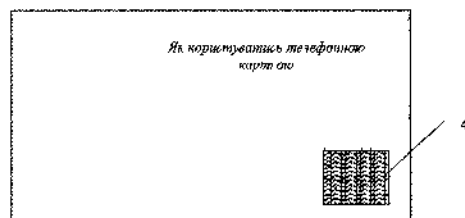
- насичкою

Використовувати той чи інший метод виготовлення лентиккулярних листів 6 та суміш пластмас визначається, де реклама буде розташована Якщо реклама розташовується в приміщенні, то бажано використати суміш (PVC) та виготовляти методом описаним у прикладі 2, 3 так як розмір преса та трудомісткість насички не дає можливість її використовувати ззовні, тоді як виливаючи її із суміші (MS-Resin) можна використовувати ззовні

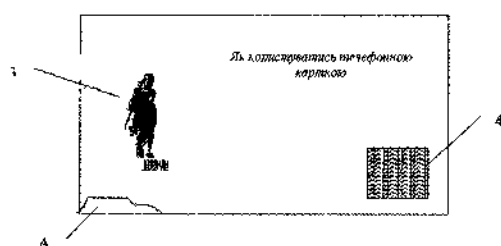
Дані приклади винаходу описані, не для звуження його суті, а для ілюстрації рекламного засобу та способу його розміщення Можливі і інші варіанти виконання (еквівалентні варіанти) винаходу, можливі також зміни в конструкції рекламного засобу та в порядку виконання дій пов'язаних із способом розміщення рекламного засобу, але всі вони не виходять за об'єм домагань даного винаходу



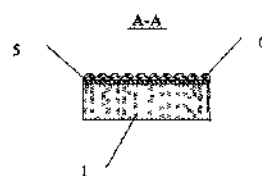
Фиг.1



Фиг.2



Фиг.3



Фиг.4