



УКРАЇНА

(19) UA

(11) 57796

(13) C2

(51) 7 G09F23/06

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

(54) СПОСІБ РЕКЛАМУВАННЯ, РЕКЛАМНИЙ ЗАСІБ, СПОСІБ ВИГОТОВЛЕННЯ РЕКЛАМНОГО ЗАСОБУ ТА ПРИСТРІЙ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ СПОСОБУ ВИГОТОВЛЕННЯ.

1

2

(21) 2000021015

(22) 22 02 2000

(24) 15 07 2003

(46) 15 07 2003, Бюл. №7, 2003 р.

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

(56) GB 2168834 A, 25 06 1986

(57) 1 Спосіб рекламування, що включає подання рекламного засобу із рекламним символом, який відрізняється тим, що рекламний засіб виготовляють утворенням рекламного символу в елементі замороженої рідини або в вигляді елемента замороженої рідини, і подають споживачеві для занурювання в ємність з напоєм

2 Спосіб за п 1, який відрізняється тим, що перед занурюванням елемент замороженої рідини, що містить рекламний символ, роз'єднують, щонайменш на дві частини для демонстрування рекламних символів

3 Рекламний засіб, що містить рекламний символ, утворений в елементі замороженої рідини або в вигляді елемента замороженої рідини

4 Засіб за п 3, який відрізняється тим, що елемент замороженої рідини виконаний в формі куба, а рекламний символ, що відрізняється кольором, є літерою або сполученням літер, або зображенням рекламованого об'єкта, що розміщені в щонайменш одній площині куба

5 Засіб за п 3, який відрізняється тим, що елемент замороженої рідини має об'ємну форму, що відповідає літері, сполученню літер або образу рекламованого об'єкта

6 Спосіб виготовлення рекламного засобу, при якому матрицю щонайменш частково заповнюють

рідиною, занурюють пуансон, форма якого відповідає формі рекламного символу, заморожують, виймають пуансон, утворену вилітку заповнюють рідиною із кольоровими домішками, заморожують, процес повторюють по числу додаткових рекламних символів в елементі замороженої рідини

7 Спосіб за п 6, який відрізняється тим, що нижня випукла частина пуансона має форму рекламного символу

8 Спосіб за п 6, який відрізняється тим, що пуансон має об'ємну форму, яка відповідає формі рекламного символу

9 Спосіб за будь-яким із пп 6-8, який відрізняється тим, що при повторюванні процесу використовують різні пуансони, що мають різні форми і/або розміри

10 Спосіб за пп 6-9, який відрізняється тим, що при повторюванні процесу в рідину додають домішки різних кольорів

11 Спосіб за пп 6-10, який відрізняється тим, що додатково використовують смакові домішки

12 Спосіб за будь-яким із пп 6-11, який відрізняється тим, що кольорові домішки додають в рідину, якою заповнюють матрицю

13 Спосіб за будь-яким із пп 6-12, який відрізняється тим, що матриця має форму, яка відповідає рекламному символу

14 Спосіб за будь-яким із пп 6-13, який відрізняється тим, що для утворення роз'ємного рекламного засобу, при повторюванні процесу місто стиковки поливають теплою рідиною

15 Пристрій для здійснення способу виготовлення, що містить матрицю і порожнистий пуансон, який відрізняється тим, що в верхній частині пуансона виконані отвори

Передбачуваний винахід належить до засобів для реклами і призначений для привертання уваги потенційних покупців та користувачів послуг до об'єктів та організацій, які їх можуть обслуговувати

Відомо «Довідковий посібник» за патентом

Швейцарії №683486, кл. 5G 09 F 23/10, В 42 F 21/12, типу брошури, який містить на сторінках медичні відомості що стосуються питань здоров'я, а також перелік повідомлень лікарів різного фаху. Зрізані кутки дозволяють швидко знаходити потрібну інформацію. На сторінках зарезервовані місця

(19) UA (11) 57796 (13) C2

для рекламної інформації

Недоліком нього довідкового посібника є те, що потенційний покупець продиляючись посібник, звичайно стурбований пошуком медичних симптомів, відхилення від норми у своєму здоров'ї і недостатньо звертає увагу на рекламну інформацію розташовану на сторінках посібника

Відомо також «Засіб для реклами» за патентом Російської Федерації №2038635, кл. 6 О 09 F 23/00, який містить носій інформації у формі кошика із змінним об'ємом, на зовнішній поверхні кошика розміщена частина рекламної інформації із повідомленням про здійснення дії з можливістю її постійного огляду, друга частина рекламної інформації з повідомленням про користь виконаної дії розташована на зовнішній поверхні кошика з можливістю огляду її при зміні об'єму кошика

Недоліком цього засобу для реклами є те, що кошик носять у руках на рівні нижче поясу і рекламна інформація незручна для читання потенційними покупцями, котрі ідуть з боків, чи ззаду, та думкою не готові до сприйняття рекламної інформації

Відомо також (Спосіб рекламування і рекламний носій для його здійснення» за авторським свідоцтвом Російської Федерації №93035682/12, клас 6 О 09 F 19/00, 23/10, 23/14. За суттю винаходу спосіб рекламування полягає у розміщенні та поданні реклами у засоби індивідуально-масового користування, при цьому розміщення та подачу реклами здійснюють у вигляді символу виграшу, наприклад, при визначенні виграшу миттєвої лотереї. Рекламний носій містить лотерейну сітку, на котрій розміщена реклама, у тому числі під захисною поверхнею або на ній

Недоліком цього способу рекламування є те, що людина, яка грає у миттєву лотерею, повністю поглинена ідеєю виграшу, має свій гострий спалах емоцій і недостатню звертає уваги на супутню лотерейну інформацію, при всьому цьому рекламна інформація проходить повз свідомість гравця і не досягає мети

Метою припустимого винаходу є усунення перелічених недоліків тобто подання рекламної інформації у той момент, коли людина найбільш сприятлива до цього - знаходиться у спокійному стані і чекає задоволення від охолоджуючої дії напою, крім того, реклама знаходиться у динаміці, при таненні льоду інформація змінює свій колір та форму, що автоматично зв'язано із ступенем охолодження напою

Згадана мета досягається тим, що

1) рекламна інформація розміщується у кубіку льоду та подається потенційному покупцеві для занурювання в склянку з напоєм та його охолодження, коли потенційний покупець відпочиває, нікуди не поспішає, та передбачує утамування жаги, очікує коли лід розтане та напій охолоне,

2) перед занурюванням в склянку з напоєм кубик льоду з розміщеною у ньому рекламною інформацією роз'єднується (розколюється) на дві, або декілька, частин і споживачеві демонструється внутрішній зміст кубіку льоду з рекламованим виробом

3) рекламна інформація розміщується у кубіку льоду у вигляді площинного літеросполучення,

який при розтаванні змінюється, привертаючи до себе увагу потенційного покупця

4) рекламна інформація розміщується у кубіку льоду у вигляді об'ємного виробу, який нагадує, або копіює, рекламований об'єкт

5) в матрицю заливається трохи рідини, вставляється пуансон, нижня випукла частина якого виконана у вигляді площинного літеросполучення або рекламної інформації і заморожується, після виймання пуансону в утворену виїмку у льоді у вигляді площинної рекламної інформації заливається рідина з кольоровими та смаковими добавками і заморожується, процес повторюється стільки разів скільки треба зробити рекламних написів за висотою у льодовому виробі, далі матриця заливається рідиною до краю та знову заморожується

6) в матрицю заливається трохи рідини, вставляється пуансон у формі об'ємного рекламованого виробу, який після замерзання рідини виймається і у створену ним об'ємну виїмку вставляється новий пуансон менших розмірів тієї чи іншої форми, заливається рідиною з кольоровою харчовою домішкою і заморожується, процес повторюється декілька разів і при цьому з кожним разом заливається рідина з іншою кольоровою харчовою домішкою, в останню виїмку після виймання найменшого пуансону теж заливається рідина з іншою кольоровою харчовою домішкою, ніж у попередню

7) матриця для заливання рідини має форму визначеного літеросполучення, товарного знаку, або форму рекламованого виробу

8) у виробі із льоду з кількома написами за висотою виїмки виготовляються різної форми, з різною рекламною інформацією, в кожну виїмку у заморожений основний рідині наливається рідина з різними кольоровими і смаковими домішками

9) в основну рідину для льоду додаються кольорові домішки

10) виробі складної конструкції складаються з двох частин шляхом поливання місць стиковок теплою водою і їх заморожування до потрібного ступеню

11) пуансоні зроблені отвори для з'єднання зовнішньої та внутрішньої порожнин, над випуклою, робочою частиною пуансону та в верхній його частині

Пристрій для реалізації способу, зображено на фіг 1 та фіг 2. На фіг 1 зображено блоки з трьох матриць, середня в розрізі, вид спереду та вид згори. Де 1 - корпус матриці, 2 - порожнина для рідини, 3 - пуансон з першим літеросполученням, 4 - літеросполучення на першому пуансоні, 5 - друга порожнина для рідини над першим літеросполученням, 6 - пуансон з другим літеросполученням, 7 - третя порожнина для рідини над другим літеросполученням, 8 - пуансон з третім літеросполученням, 9 - четверта, остання порожнина над третім літеросполученням, 10 - площа для з'єднання матриць у блок. На вигляді згори показано розріз по А-А, відкриваючий вид на торцеву частину пуансона з випуклим літеросполученням. На фіг 2 показано пуансон 3, вигляди на нижню, торцеву, частину пуансону та вигляд пуансону згори в розрізі по В-В, Де 11 - корпус пуансону, 12 - нижня,

торцева частина пуансону, 13 - випукле літеросполучення на нижній, торцевій частині пуансону, 14 - верхня пластина для з'єднання блоку пуансонів, 15 - отвір, 16 - обмежувальники, 17 - порожнина у середині пуансону. Матриця 1 (фіг 1) для приготування льоду має вигляд поверненої зрізаної чотиригранної піраміди із невеликим кутом граней і внутрішньою порожньою частиною. Позиції 3 та 11, 4 та 13 однакові, але для різних пуансонів.

Спосіб виготовлення рекламного виробу, який полягає у наступному. У матрицю 1 (фіг 1) наливається трохи рідини 2, наприклад не більш однієї четвертої об'єму, вставляється пуансон 3 та поміщається у морозильну камеру. При заповненні матриць 1 рідиною, їх знаходиться у блоці поряд декілька, рідина дозується в кожну з них окремо, але в залежності від якості дозування рівень рідини у різних матрицях може бути різним. Під своєю вагою пуансон занурюється в рідину та встановлюється обмежувальниками 16 (фіг 2) на верхню основу матриці 10 (фіг 1) так, що в рідину занурюється тільки випукле зображення 13 та торцева частина пуансону на її товщину. Залишки рідини крізь отвори 15 проходять у внутрішню частину корпусу пуансону 17.

Якщо у декількох матрицях рівень рідини вище загального рівня то за рахунок підбраної ваги пуансонів в цих матрицях занурюються у надмірну глибину і рідина по каналах 5 проходить у внутрішню їх частину. Таким чином відбувається автоматичне вирівнювання стовпчиків рідини у матрицях, що забезпечує необхідне занурення у рідину робочих частин усіх пуансонів.

Після замерзання рідини пуансон 3 (фіг 1) виймається із матриці, із його внутрішньої порожньої частини 15 (фіг 2) та каналів 15 усувається надмірна рідина у замерзлому стані. В утворену в льодовий виїмку від випуклої частини пуансона 4 (фіг 1) заливається рідина іншого кольору із домішками харчової фарби, наприклад червоного кольору. Кольорова рідина заливається у виїмку в льоді наприклад із шприцу для приготування тортів, далі матрицю поміщають у морозильну камеру до заморожування кольорової рідини.

Після заморожування кольорової рідини у виїмці в льоді у матрицю 1 заливається основна рідина та заповнює порожнину 5, наприклад у кількості однієї четвертої об'єму матриці, вставляється то й же пуансон 3, або другий, з іншим зображенням на робочій частині, та поміщається у морозильну камеру для заморожування. Після замороження рідини у порожнині 5 із матриці виймається пуансон 3, у виїмку зроблену у льоді виступом 13 пуансону 6 заливається рідина з іншим кольоровим харчовим домішком і матриця встановлюється в морозильну камеру. Після заморожування кольорової рідини у виїмці після пуансона 6 зверху заливається рідина у порожнину 7, встановлюється пуансон 8 чи третій пуансон з іншим третім зображенням і так далі. Процес треба повторювати стільки разів скільки зображень інформації треба отримати. Від кількості повторень залежить привабливість поданої інформації. Після заморожування останнього шару рідини із відповідним написом матриці перевертаються і з них добуваються готові вироби, які мають зовнішній вигляд зобра-

жений на фіг 3.

Пристрій для реалізації способу та рекламного виробу за 4 зображено на фіг 4 у двох виглядах: вигляд з боку (фіг 4 а, б, в) і вигляд з гори, фіг 4 г. На вигляді збоку (фіг 4а) показано в розрізі матриці №2 і №3. Матрицю №2 (фіг 4а, №2) показано в розрізі разом з пуансоном першої оболонки нижньої частини виробу, показаного на фіг 6, а на фіг 4а, №3 показано в розрізі матриця з пуансоном першої оболонки верхньої частини того ж самого виробу.

На фіг 4б показано те саме, що й на попередній, фіг 4а, але в розрізі показано матрицю і пуансон для виготовлення другої оболонки. На вигляді №2 - нижньої частини, а на вигляді №3 - верхньої частини виробу, який накреслено на фіг 6. На фіг 4 в показано те саме, що на фіг 4а, але для матриці і пуансона в розрізі, які виготовляють третю оболонку. На фіг 4а, б, в зображено 18-матриця, 19-пуансон першої оболонки, 20-пуансон другої оболонки і 21-пуансон третьої оболонки (на виглядах №2 для нижньої частини виробу показаного на фіг 6, а на виглядах №3 - для верхньої частини того ж виробу), 22 - рівень рідини, 23 - отвір, 24 - внутрішня порожнина пуансону.

На фіг 4а, б, в, г 25 - перша оболонка з льоду, 26 - друга оболонка з льоду, 27 - третя оболонка з льоду, 28 - внутрішня частина з льоду рекламного виробу.

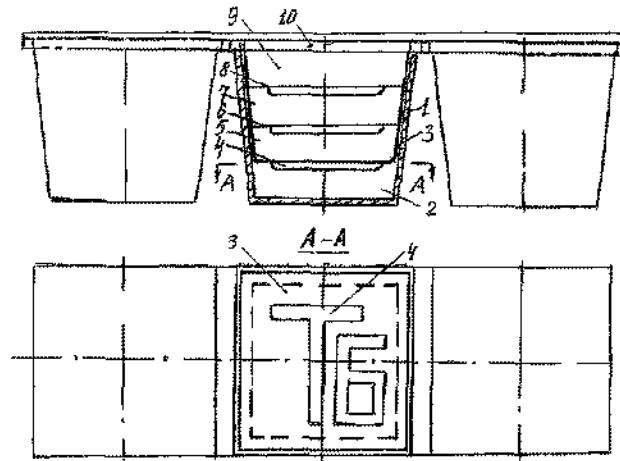
Рекламний виріб виготовляється таким чином. У матрицю 18 заливається основна рідина для зовнішньої оболонки виробу, наприклад вода без харчових кольорових додатків, далі у матрицю вставляється пуансон 19 до упору його обмежувачів 16 у верхній край матриці. Рідина у матриці підіймається до свого найбільшого рівня 22, а надмірна рідина крізь канали 23 надходить у внутрішню частину пуансону 24. Матриця із рідиною і пуансоном вставляється у морозильну камеру. Після замерзання основної рідини пуансон 19 виймається і на його місці залишається виїмка, яка копіює його форму до верхнього рівня 22. У виїмку заливається рідина з кольоровим харчовим додатком потрібного кольору і в цю ж виїмку встановлюється другий пуансон 20 (фіг 4б) меншого розміру, ніж попередній, тієї форми чи іншої, для зображення виробу, що рекламується у динаміці змінень, до упору його обмежувачів у верхню частину матриці. Нова кольорова рідина підіймається також до верхнього рівня 22. При надмірній кількості рідини частина її крізь канали 23 надходить у внутрішню частину пуансону. Матриця з новою рідиною 26 та пуансоном 20 також вставляється у морозильну камеру. Після замерзання кольорової рідини 26 пуансон 20 виймається, і в утворену на його місці виїмку заливається рідина із харчовим додатком другого кольору 27 (фіг 4в). Далі в матрицю з рідиною вставляється пуансон 21, кольорова рідина 27 підіймається до рівня 23, а її збиткова частина надходить в середину пуансону 24. Матриця 18 з рідиною 27 і пуансоном 21 також ставиться у морозильну камеру. Після замерзання кольорової рідини 27 пуансон 21 виймається. Цей процес може повторюватися багато разів, кількість повторювань буде залежати від ступені важливості, яку треба вкласти в рекламу. На фіг 4г показа-

ний вид зверху матриці, в якій залиті і заморожені перша 25, друга 26, третя 27 та четверта 28 поверхні кольорової рідини. Після виймання із матриці кубик льоду має вигляд зображений на фіг 5.

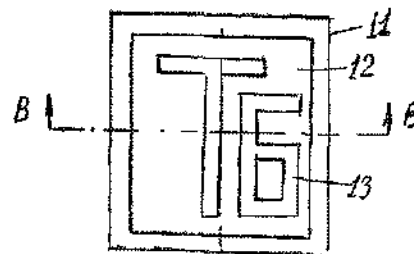
Якщо форма виробу, який рекламується дуже складна і можна скласти з двох кубиків льоду. При цьому в одному кубикові треба виповнити нижню частину виробу, а в другому - верхню його частину, поверхні, які стикаються, полити теплою водою і поставити у морозильну камеру. Після замерзання двох кубиків льоду вони приймають вигляд зображений на фіг 6, їх можна подавати споживачам

і можливим потенційним покупцям разом, і на їх очах розкопоти на дві частини по не дуже кріпкому шару стиковки. При цьому демонструються внутрішні частини виробу.

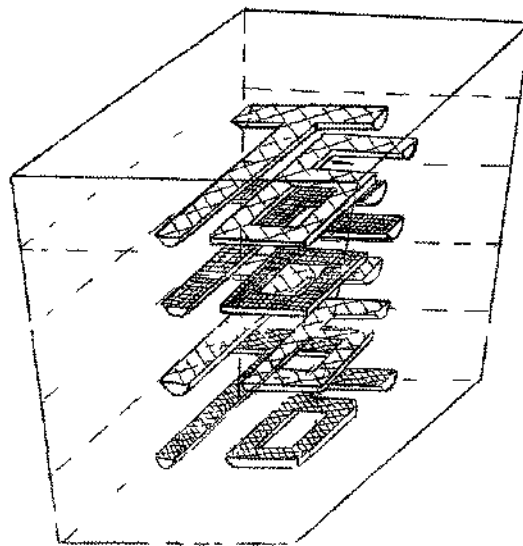
При таненні кубика льоду у склянці з напоєм, фіг 6 форма виробу у льоді змінює свій колір і зовнішній вигляд, коли використовувались пуансони різної форми. Динаміка змінення кольору, форми і смакових додатків у льоді допомагає збільшувати увагу покупців на вироби, що рекламуються, збільшує цікавість до закладу, де подаються прохолоджуючі напої.



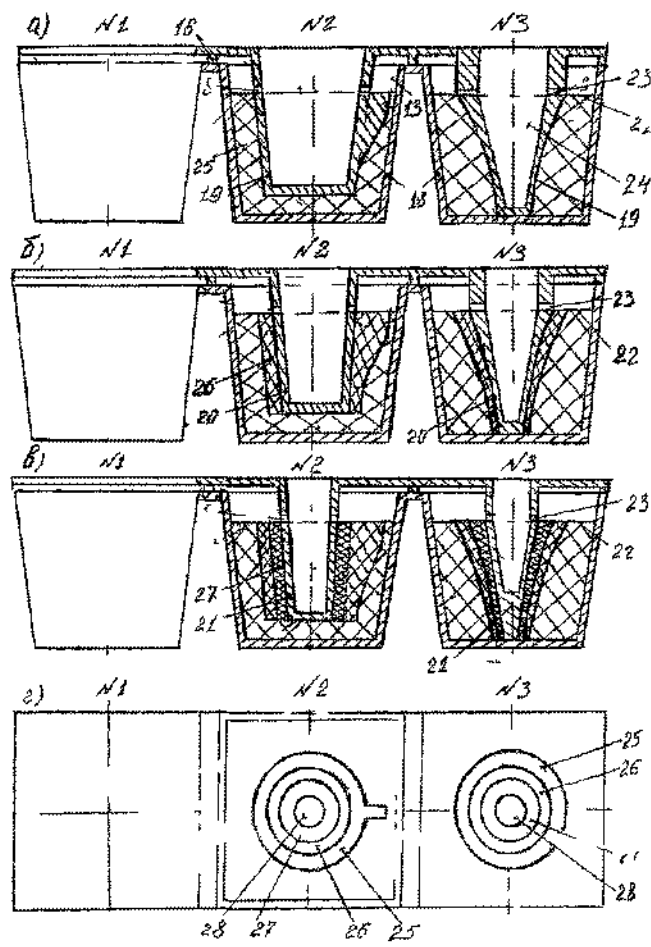
Фиг. 1



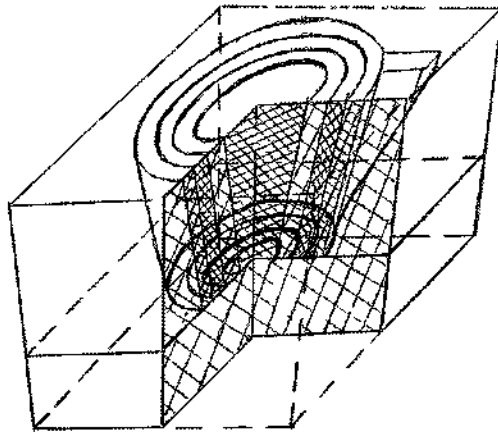
Фиг. 2



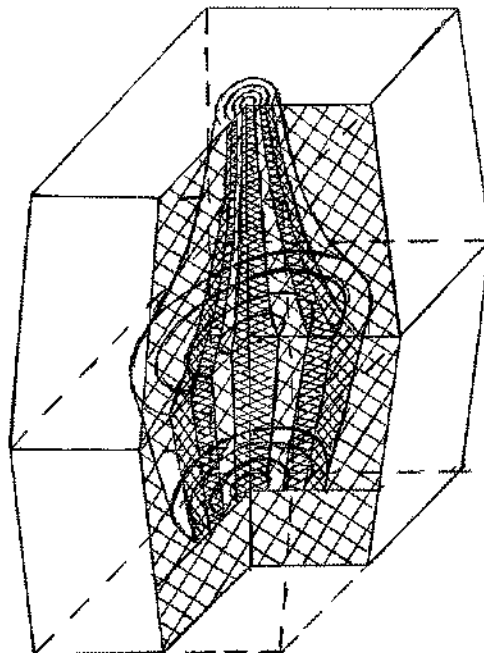
Фиг. 3



Фиг. 4



Фиг. 5



Фиг. 6