



УКРАЇНА

(19) **UA** (11) **74584** (13) **U**
(51) МПК (2012.01)
B65D 79/00
A99Z 99/00

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ
УКРАЇНИ

(12) ОПИС ДО ПАТЕНТУ НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

(21) Номер заявки: u 2012 01276	(72) Винахідник(и): Луппа Микола Миколайович (UA), Луппа Людмила Степанівна (UA)
(22) Дата подання заявки: 07.02.2012	
(24) Дата, з якої є чинними права на корисну модель: 12.11.2012	(73) Власник(и): Луппа Микола Миколайович, пр. Лісовий, 12-б, кв. 15/2, м. Київ, 02166 (UA), Луппа Людмила Степанівна, пр. Лісовий, 12-б, кв. 15/2, м. Київ, 02166 (UA)
(46) Публікація відомостей про видачу патенту: 12.11.2012, Бюл.№ 21	(74) Представник: Таранущенко Ольга Іванівна, реєстр. №77

(54) РЕКЛАМОНОСІЙ

(57) Реферат:

Рекламоносій містить вільну площу для розміщення рекламної інформації та самоклеїну наліпку.

UA 74584 U

Корисна модель належить до рекламоносіїв, за які може бути використана будь-яка упаковка товару (продукту), тара, ярлик, бирка або цінник, що має суху поверхню.

Відомий пакувальний матеріал [Патент України № 21140, В 65 D 65/00, від 15.02.2007 р.], що виконаний з плівки, на лицьову поверхню якої нанесено декоративне зображення у вигляді декоративних смуг, виконаних з шарів металу та фарби і розміщених вздовж всієї довжини плівки, вся поверхня або частина поверхні лицьового боку плівки між декоративними смугами покрита не менше ніж одним шаром фарби та/або на ній нанесені інші декоративні зображення, виконані не менше ніж з одного шару фарби, який відрізняється тим, що на шар металу декоративних смуг нанесено послідовно не менше двох шарів фарби.

Недоліком відомого пакувального матеріалу є те, що площа матеріалу виконує лише естетичну та оздоблювальну функції та не несе корисної та/або цікавої інформації. Оформлення пакувального матеріалу є завжди однаковим для будь-якої кількості упакованого в нього товару (продукту).

Відома упаковка для хліба і хлібобулочних виробів [Патент України № 29030, В65В 25/00, А21D 15/00, від 15.02.2007 р.], що виготовлена з полімерної плівки, яка відрізняється тим, що на її поверхні є щонайменше дві ділянки, одна з яких призначена для розміщення інформації про виріб в упаковці, друга - для технічної і/або рекламної інформації, а площа кожної ділянки C відповідає виразу $C=(0,3...0,4)P$, де P - площа розгортки поверхні упаковки.

Недоліком відомої упаковки є те, що для рекламної або технічної інформації заздалегідь відведено певну площу поверхні упаковки. Упаковка та її оздоблення розраховані для обмеженого переліку товарів, а саме для хліба та хлібобулочних виробів. Розміщення рекламної інформації передбачається лише у певному місті упаковки та має чітко визначені розміри площі поверхні упаковки.

Найближчим технічним рішенням до рекламоносія, що заявляється, є пакувальний матеріал і спосіб підвищення привабливості товару під час продажу [Заявка Російської Федерації № 98116627, В65D 65/00, В65D 65/38, В65D 65/40, від 09.09.1998 р., дата публікації заявки 10.09.2000 р.]. Пакувальний матеріал для товарів, які продаються у роздріб, що зображення на його поверхні являють собою тексти і/або малюнки, які мають розважальний, пізнавальний, повчальний або інший характер, привабливий для споживача, при цьому зображення на окремих частинах цього матеріалу, достатніх для упаковки товарної одиниці, не є однаковими. У відомому технічному рішенні передбачено, що пакувальний матеріал містить зображення у вигляді фірмової символіки підприємства та/або знаку обслуговування торгового підприємства і необхідні стандартні написи.

Недоліком відомого пакувального матеріалу є те, що площа матеріалу вкрита різноманітними малюнками, позначками та написами, що виконані для конкретного замовника та використовуються як оздоблення упаковки. Оформлення пакувального матеріалу є заздалегідь визначеним для будь-якої кількості упакованого в нього товару (продукту). З відомого пакувального матеріалу виконують упаковку лише певної якості, наприклад, паперову коробку для пакетів з пральним порошком.

Задачею корисної моделі є вдосконалення рекламоносія щодо розширення можливостей його застосування шляхом розміщення на ньому рекламної, пізнавальної та/або розважальної інформації, яку заздалегідь друкують на самоклейній наліпці, а наліпку прикріплюють до поверхні упаковки товару (продукту), тари, ярлика, бирки або цінника на вільне від споживачької інформації місце на поверхні упаковки товару (продукту), тари, ярлика, бирки або цінника.

Задача корисної моделі вирішується тим, що на сухій поверхні упаковки або тари, або ярлика, або бирки, або цінника розміщено самоклейну наліпку, яка являє собою паперову або пластикову, або іншу пласку основу, що має з одної сторони клейкий шар, а з іншої сторони на неї заздалегідь нанесено рекламну та/або пізнавальну, та/або розважальну інформацію. Отже, як рекламоносій використовують вільну площу поверхні упаковки товару (продукту), тари, ярлика, бирки або цінника, що є сухою. На таку поверхню, наприклад, на упаковки товару наносять клейким шаром до упаковки самоклейну наліпку з рекламною, пізнавальною та/або розважальною інформацію. При цьому самоклеюча наліпка являє собою паперову, пластикову або іншу пласку основу, що має з одної сторони клейкий шар, а з іншої сторони на неї заздалегідь друкарським способом нанесено рекламну, пізнавальну та/або розважальну інформацію. Розмір та форму наліпки визначають відповідно до розміру та форми площі поверхні упаковки, що є вільною від споживачької інформації, яка вже міститься на поверхні упаковки товару. Вибір матеріалу для виготовлення самоклейної наліпки залежить від бюджетних можливостей рекламодавця та санітарно-гігієнічних вимог, що висуваються до поверхні упаковки товару (продукту), тари, ярлика, бирки або цінника.

У разі недостатнього розміру вільної площі поверхні упаковки або наявності заборони, наприклад, санітарними нормами, до товару у розміщенні будь-чого на поверхні товару, наліпка з рекламною інформацією прикріплюється до зворотного боку бирки, етикетки, цінника або ярлика, що прикріплюється до товару виробником або продавцем. При цьому розмір рекламної наліпки є таким, що його достатньо для прикріплення до бирки, етикетки або ярлика. Самоклеїну наліпку наносять автоматично на вільну площу поверхні упаковки товару (продукту), тари, ярлика, бирки або цінника, за допомогою спеціального обладнання безпосередньо у місцях упакування товару (продукту) або вручну у закладах торгівлі, де відбувається пропонування до продажу такого товару (продукту).

Отже, можливості застосування рекламоносія, що заявляється, значно розширюються завдяки тому, що на сухій поверхні упаковки або тари, або ярлика, або бирки, або цінника наносять самоклеїчу наліпку, яка являє собою паперову або пластикову, або іншу пласку основу, що має з одної сторони клейкий шар, а з іншої сторони на неї заздалегідь нанесено рекламну та/або пізнавальну, та/або розважальну інформацію.

Приклади реалізації рішення, що заявляється.

Приклад 1

На пластикову упаковку, наприклад, мийного засобу або йогурту, нанесено заздалегідь замовлену рекламодавцем наліпку з рекламною інформацією. Наліпку виготовляють із щільної самоклеїної пластикової плівки або із щільного паперу, одна сторона якої має клейкий шар, а на іншу сторону, за допомогою поліграфічних (друкарських) технологій, нанесено рекламну інформацію. Розмір та форма самоклеїної наліпки визначені рекламодавцем та відповідають, наприклад, розміру та формі денця пластикової упаковки мийного засобу або йогурту. Наліпку прикріплюють до упаковки таким чином, щоб вона не затуляє споживачької інформації, яка вже міститься на упаковці.

Приклад 2

Самоклеїну наліпку виготовлено так само, як у прикладі 1. На зворотний бік бирки, цінника або ярлика, що прикріплено, наприклад, до ковбасного виробу, спеціальною стрічною (ниткою, шпагатом) прикріплено наліпку з рекламною інформацією. У разі відсутності вільного місця на зворотному боці бирки, цінника або ярлика, наліпку з рекламною інформацією чіпляють у вигляді прапорця на вільне місце до спеціальної стрічки (нитки, шпагату).

Таким чином, корисна модель може бути реалізована за допомогою існуючих технологій та технічного оснащення. Отже, корисна модель, що заявляється, є промислово придатною та може вільно застосовуватись у господарському обігу.

ФОРМУЛА КОРИСНОЇ МОДЕЛІ

1. Рекламоносій, що має вільну площу для розміщення рекламної інформації на поверхні упаковки товару або продукту, який **відрізняється** тим, що містить на сухій поверхні упаковки або тари, або ярлика, або бирки, або цінника самоклеїну наліпку, яка являє собою паперову або пластикову, або іншу пласку основу, що має з одної сторони клейкий шар, а з іншої сторони на неї нанесено рекламну та/або пізнавальну, та/або розважальну інформацію.

2. Рекламоносій за п. 1, який **відрізняється** тим, що самоклеїна наліпка з рекламною та/або пізнавальною, та/або розважальною інформацією прикріплена до поверхні упаковки товару або тари, або ярлика, або бирки, або цінника на площу, що є сухою та вільною від споживачької інформації.

Комп'ютерна верстка Л. Ціхановська

Державна служба інтелектуальної власності України, вул. Урицького, 45, м. Київ, МСП, 03680, Україна

ДП "Український інститут промислової власності", вул. Глазунова, 1, м. Київ – 42, 01601