

# UŽITNÝ VZOR

(11) Číslo dokumentu:

## 14941

(13) Druh dokumentu: **U1**

(51) Int. Cl.<sup>7</sup>:

**G 09 F 19/22**

**G 09 F 13/08**

(19)  
ČESKÁ  
REPUBLIKA



ÚŘAD  
PRŮMYSLOVÉHO  
VLASTNICTVÍ

(21) Číslo přihlášky: **2004 - 15883**

(22) Přihlášeno: **06.10.2004**

(47) Zapsáno: **23.11.2004**

(73) Majitel:

Němcová Dana, Písek, CZ

(72) Původce:

Němcová Dana, Písek, CZ

(54) Název užitého vzoru:

**Reklamní prostředek**

**CZ 14941 U1**

## Reklamní prostředek

### Oblast techniky

Technické řešení se týká reklamního prostředku.

### Dosavadní stav techniky

- 5 Informace o výrobcích a službách se mezi spotřebitele dostávají rovněž pomocí reklamy. Reklamní prostředky je možné rozdělit na přímou reklamu a masovou reklamu. Přímá reklama zahrnuje zejména osobní kontakt s případnými zákazníky, jedná se především o doručování reklamy poštou a osobní hovory po telefonu. Mezi masovou reklamu patří především reklama pomocí hromadných sdělovacích prostředků jako je televize, noviny, časopisy, rozhlas a
- 10 venkovní média. Rovněž existuje reklama pomocí propagačních akcí umístěných přímo na prodejních místech, popřípadě v jejich nejbližším okolí. Jedná se například o plakáty, výstavy, obrazovky, hostesky a podobně.

- Pokud se týká televizní a rozhlasové reklamy, vnímá ji potenciální zákazník pouze v krátkém časovém intervalu a po vyslechnutí nebo shlédnutí reklamy již nemá zákazník možnost se k ní bezprostředně vrátit, popřípadě ji podrobněji prozkoumat. Náklady na rozhlasovou a především
- 15 televizní reklamu jsou mnohem vyšší než u ostatních médií. Nevýhodou televizního média je rovněž možnost publika v průběhu reklamního bloku od televize odejít, přepnout na jiný program, případně využívat technických novinek, které umožňují sledovat vysílání ze záznamu bez reklamních přestávek.

- 20 Tisková média jako jsou noviny, časopisy a podobně, mají ze všech médií nejlepší schopnost přenášet informace, neboť materiál zůstává čtenáři k dispozici, čtenář může číst jak rychle si přeje a v jemu vhodné dobu, materiál může být působivě zpracován, s možností poskytnout komplexní, podrobné či rozvláčné informace. I zde se však čtenář lehce vyhne působení reklamy prostým přeskocením strany s reklamním obsahem, pokud nevzbudí jeho okamžitou pozornost.

- 25 Pokud se týká venkovních reklam jako jsou různé billboardy, reklamní plochy na dopravních prostředcích a podobně, mají tu výhodu, že jsou mnohem více zaměřené lokálně a jsou vhodné především pro menší firmy, které si nemohou dovolit reklamu v hromadných sdělovacích prostředcích. Nevýhodou reklamních ploch umístěných okolo komunikací je to, že odvracejí pozornost řidičů a mohou být příčinou nehod. Nevýhodou plakátů je rovněž to, že jsou vystaveny
- 30 působení počasí a případně vandalů, což může v konečné fázi přinést inzerujícímu ztráty. Uvedené nevýhody jsou částečně odstraněny tak zvanými city vitrínami, které však nelze umístit do všech potřebných míst a navíc mohou způsobit problémy například zrakově postiženým lidem, maminkám s kočárky a podobně.

- V neposlední řadě je důležitá cena reklamy, kde u televizní reklamy je cena příliš nákladná.
- 35 U ostatních druhů reklamy je potřeba uvést nevýhody v délce působení, životnost reklamního materiálu je mnohdy značně krátká, velmi snadno se poškodí vlivem počasí, mechanickými vlivy, apod.

### Podstata technického řešení

- Výše uvedené nedostatky jsou do značné míry odstraněny reklamním prostředkem podle tohoto
- 40 technického řešení, jehož podstatou je to, že je tvořen alespoň z části průsvitnou a/nebo průhlednou plochou umístěnou ve vodorovném směru v úrovni plochy pro pohyb a/nebo stání osob nebo dopravních prostředků, pod kterou je umístěna reklama.

- Ve výhodném provedení je reklama opatřena osvětlením. Průsvitná a/nebo průhledná plocha je s výhodou opatřena protiskluzovým povrchem, popřípadě značením pro zrakově postižené osoby
- 45 nebo jiným výstražným označením.

Reklama je s výhodou opatřena zařízením pro pravidelnou obměnu reklamního motivu jako je například 3D reklama.

Nezanedbatelnými jsou výhody tohoto reklamního prostředku, kde náklady na výrobu jsou v trvání délky využitelnosti velmi malé, případné odstranění je velmi rychlé a časově nenáročné.

- 5 Velmi důležitým je zde přínos pro rekonstrukci venkovních ploch, jako jsou například chodníky, které se díky těmto plochám snadno upravují, je zde možnost kombinace při montáži pro umístění chodníkových nájezdů pro invalidy a matky s kočárky.

- 10 Dále při umístění u přechodů pro chodce výrazně označují tyto přechody a to i v noci. Tento reklamní prostředek tvoří výraznou část bezpečnosti chodců a dopravy, protože tato místa jsou zřetelná a tvoří i esteticky zajímavou část měst a obcí.

### Přehled obrázků na výkresech

Technické řešení bude podrobněji popsáno na příkladech konkrétního provedení s pomocí přiložených výkresů, kde je na obr. 1 až 8 znázorněno v pohledu shora různé provedení reklamního prostředku podle tohoto technického řešení.

### 15 Příklady provedení technického řešení

- Na obr. 1 je znázorněn reklamní prostředek v pohledu shora s průsvitnou nebo průhlednou deskou vytvořenou ze skla nebo plastu. Na obr. 2 je znázorněno další provedení reklamního prostředku s průsvitnou nebo průhlednou deskou, kde pod touto deskou jsou po stranách umístěna osvětlení 1 v podobě osvětlovací tělesa. Na obr. 3 je znázorněn reklamní prostředek s průsvitnou nebo průhlednou deskou, která je opatřena protiskluzovým povrchem 2. Na obr. 4 je znázorněn další reklamní prostředek s průsvitnou nebo průhlednou deskou, která je opatřena povrchovými body 3 pro výstrahu zrakově postiženým. Na obr. 5 je znázorněn reklamní prostředek, kde pod průhlednou nebo průsvitnou deskou je umístěna pomocí pohonného mechanismu měnící se reklama 4. Na obr. 6 je znázorněn reklamní prostředek, kde pod průhlednou nebo průsvitnou deskou je umístěna 3D reklama 5. Na obr. 7 je znázorněn reklamní prostředek, kde nášlapná plocha je opatřena kovovým rámem 6 a na obr. 8 je znázorněn reklamní prostředek, kde nášlapná plocha je opatřena kovovým rámem 6, opatřeným světelnými body 7.

- Reklamní prostředek je tedy obecně tvořen průhlednou plochou umístěnou ve vodorovném směru v úrovni plochy pro pohyb osob, konkrétně v úrovni chodníku v blízkosti přechodu pro chodce a pod touto průhlednou plochou je umístěna reklama v podobě reklamního plakátu opatřeného osvětlovacím tělesem. Horní nášlapný povrch průhledné plochy je opatřen protiskluzovým povrchem 2 a značením v podobě povrchových bodů 3 pro zrakově postižené osoby. Reklama je opatřena zařízením pro pravidelnou obměnu reklamního motivu. Průhledná plocha je umístěna v kovovém rámu 6, který může být opatřen světelnými body 7.

- 35 Celá nášlapná deska tvořená průhlednou skleněnou plochou je vsazena do rámu 6, který je opatřen panty, a zařízením pro odemykání a otevírání desky, tak aby byla zaručena vodotěsnost a mohla být reklamní plocha často a rychle vyměněna.

- 40 Pod úrovní desky je prostor, který je opatřen osvětlovacími tělesy, která jsou zapojena tak, aby osvětlovala nebo prosvětlovala plakátovou reklamní plochu a byla zapojena podle platných norem.

Při vkládání nášlapné desky nejlépe do chodníku, se při tomto vkládání upraví i část chodníku tak, že nájezdová plocha, tj. obrubník chodníku se zarovná s úrovní silnice nebo jiné plochy, tak, aby byl bez okrajů s hladkou nájezdnou plochou pro osoby postižené a kočárky.

- 45 Kromě chodníků lze reklamní prostředek využít i v obchodech, pasážích, na parkovištích a podobně.

Průmyslová využitelnost

Reklamní prostředek, podle tohoto technického řešení nalezne uplatnění především při stavbě a rekonstrukci chodníků, zviditelnění přechodů pro chodce, pasáží, nákupních ploch, parkovišť a podobně.

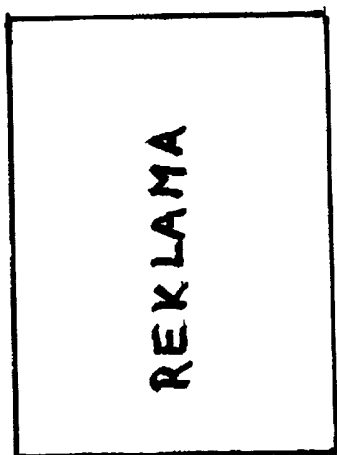
5

**N Á R O K Y   N A   O C H R A N U**

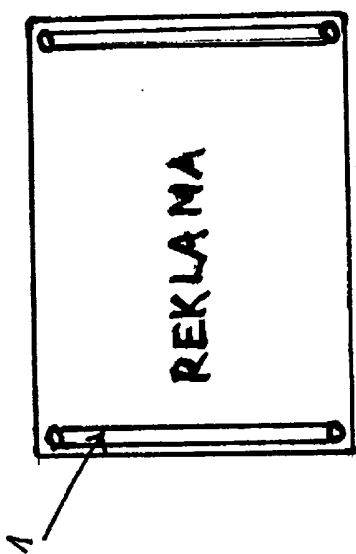
1. Reklamní prostředek, **vyznačující se tím**, že je tvořen alespoň z části průsvitnou a/nebo průhlednou plochou umístěnou ve vodorovném směru v úrovni plochy pro pohyb a/nebo stání osob nebo dopravních prostředků, pod kterou je umístěna reklama.
- 10 2. Reklamní prostředek podle nároku 1, **vyznačující se tím**, že reklama je opatřena osvětlením (1).
3. Reklamní prostředek podle nároku 1 nebo 2, **vyznačující se tím**, že průsvitná a/nebo průhledná plocha je opatřena protiskluzovým povrchem (2).
4. Reklamní prostředek podle nároku 1 nebo 2, **vyznačující se tím**, že průsvitná a/nebo průhledná plocha je opatřena značením pro zrakově postižené osoby.
- 15 5. Reklamní prostředek podle kteréhokoli z výše uvedených nároků, **vyznačující se tím**, že reklama je opatřena zařízením pro pravidelnou obměnu reklamního motivu.
6. Reklamní prostředek podle kteréhokoli z výše uvedených nároků, **vyznačující se tím**, že reklama je tvořena 3D reklamou.
- 20 7. Reklamní prostředek podle kteréhokoli z výše uvedených nároků, **vyznačující se tím**, že reklama je tvořena průsvitnou a/nebo průhlednou plochou, na níž je připevněn rám (6).
8. Reklamní prostředek podle kteréhokoli z výše uvedených nároků, **vyznačující se tím**, že reklama je tvořena průsvitnou anebo průhlednou plochou, na níž je připevněn svítící rám.

25

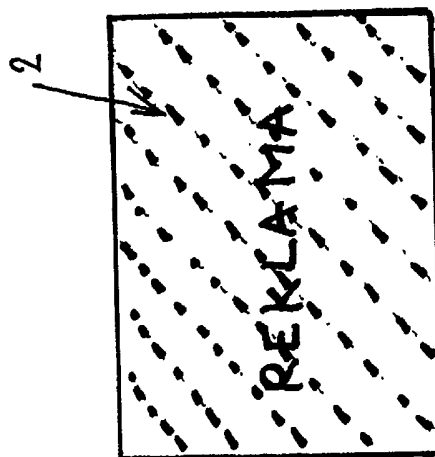
2 výkresy



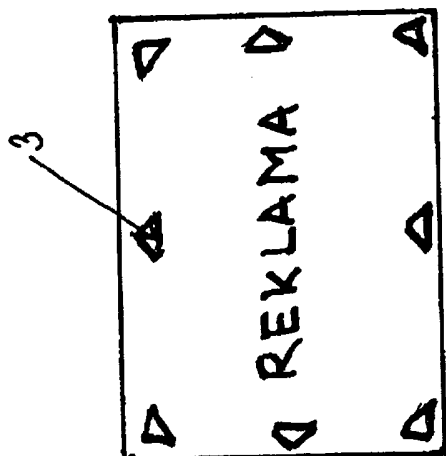
Obr. 1



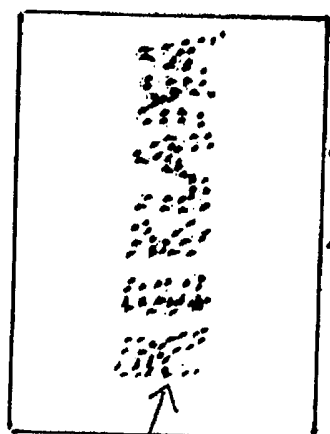
Obr. 2



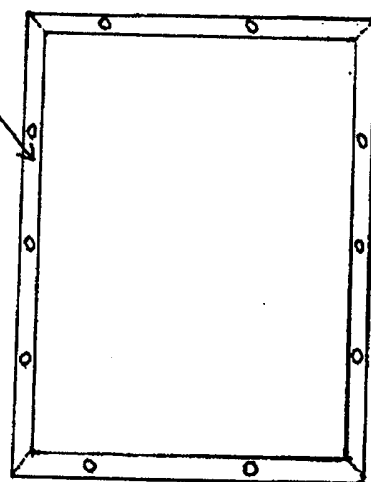
Obr. 3



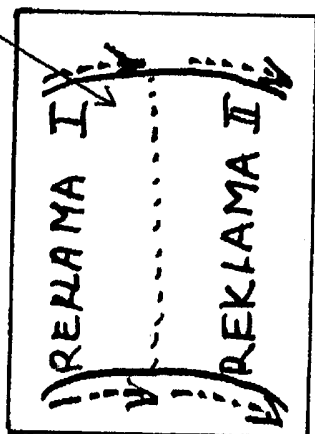
Obr. 4



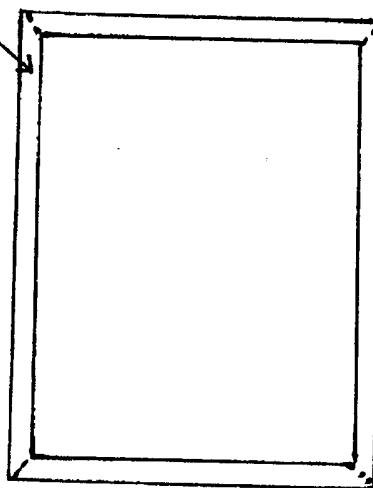
obr. 6



obr. 8



obr. 5



obr. 7

Konec dokumentu