

UŽITNÝ VZOR

(11) Číslo dokumentu:

17831

(13) Druh dokumentu: **U1**

(51) Int. Cl.:
G09F 1/00 (2006.01)

(19)
ČESKÁ
REPUBLIKA



ÚŘAD
PRŮMYSLOVÉHO
VLASTNICTVÍ

(21) Číslo přihlášky: **2007 - 18899**
(22) Přihlášeno: **12.06.2007**
(30) Právo přednosti: **27.03.2007 SK 2007/45**
(47) Zapsáno: **10.09.2007**

(73) Majitel:
ProWeb, s. r. o., Trenčín, SK

(72) Původce:
Ježík Martin Mgr., Trenčín, SK

(74) Zástupce:
Jan Brykner, Resslova 741, Hradec Králové, 50002

(54) Název užitého vzoru:
Reklamní brožura

CZ 17831 U1

Reklamní brožura

Oblast techniky

Technické řešení se týká tiskovin zvláštního formátu, v kategorii nevázaných listů spojovaných do bloků.

5 Dosavadní stav techniky

V současnosti reklama hodně využívá tiskoviny různého druhu pro zprostředkování marketingových informací spotřebitelské veřejnosti. Tak například jsou využívány reklamní stránky vyhrazené v denním nebo jiném periodickém tisku, nebo vycházejí speciální reklamní noviny, ve kterých jsou uveřejňovány inzeráty, většinou obchodního charakteru. Jinou používanou formou reklamních tiskovin jsou volné listy, nabízené osobně nebo vkládané do jiných, vícestránkových tiskovin: Uschovávání listů různých velikostí je nepraktické. Příhláška užitého vzoru SK 17-2007 přináší řešení reklamního letáku s odpojitelným dílem rozměrů obvyklé vizitky, jejíž uschovávání a následné využití je pohodlnější. V některých situacích je však výhodné združit nabízené reklamní informace do bloků.

15 Podstata technického řešení

Tuto úlohu umožňuje vyřešit následující technické řešení, jehož podstata spočívá v tom, že leták jako informační médium na volném listu, výhodně z papíru, je rozdělený nejméně na dvě části vyznačením, perforací nebo jiným zeslabením tak, že jedna, informační část letáku je nosičem textových a případně grafických informací, pro které je reklamní leták zveřejněn, přičemž ostatní části jsou oddělitelnými kontaktními částmi, ze kterých je alespoň jedna zhotovená ve formátu blízkém nebo stejném s formátem standardní vizitky a jsou nositeli především kontaktních informací o inzerentovi a / nebo jsou využitelné přímo nebo alternativně jako kupón na slevu, akciový kupón apod., přičemž nejméně dva reklamní letáky tohoto druhu jsou při jednom okraji navzájem spolu spojené.

25 Výhodou řešení je poskytnutí většího množství rozličných informací, výhodně také od většího počtu poskytovatelů při zachování výhody, spočívající v jednoduché úschově a přehledné skladovatelnosti kontaktů na užitečné inzerenty. Reklamní brožura najde uplatnění například na výstavách, kde se v jednom bloku nabídne reklama od různých vystavovatelů.

Příklady provedení technického řešení

30 Papírové reklamní letáky stejného obdélníkového formátu mají na jednom konci listu perforací vyznačený díl s rozměry vizitky. Letáky jsou uloženy na sobě tak, že se jejich obrysy kryjí a perforovaný díl mají všechny umístěny na stejné straně. Na protilehlém okraji proti perforaci vyznačenému dílu jsou letáky navzájem spojeny slepením, sešitím nebo sepnutím do bloku. Po spojení jsou okraje jednotlivých listů společně zarovnané. Tím je vytvořena reklamní brožura.

35 Jiným příkladem provedení je uspořádání reklamní brožury, ve které se rozměry jednotlivých listů navzájem neshodují. Shodné mají to, že každý z listů má alespoň jeden ústřížek vizitkového formátu.

40 1. Reklamní brožura z papíru, tenkého plastu nebo jiného oddělitelného materiálu, **vy-**
značující se tím, že je sestavená z listů, na kterých je vyznačením, perforací nebo ji-
ným zeslabením vyčleněná oddělitelná část o rozměrech shodných nebo blízkých rozměrům stan-
dardní vizitky, přičemž na jednom okraji jsou tyto listy spolu spojeny slepením, sešitím, sepnutím
apod.

45

Konec dokumentu

- 1 -