

①9



OFICINA ESPAÑOLA DE
PATENTES Y MARCAS

ESPAÑA



①1 Número de publicación: **1 068 496**

②1 Número de solicitud: U 200801623

⑤1 Int. Cl.:
G09F 9/30 (2006.01)

⑫

SOLICITUD DE MODELO DE UTILIDAD

U

②2 Fecha de presentación: **30.07.2008**

④3 Fecha de publicación de la solicitud: **16.10.2008**

⑦1 Solicitante/s: **GRUPO DE EXCLUSIVAS
PUBLICITARIAS, S.A. GREPSA**
Fray Junipero Serra, 13
07014 Palma de Mallorca, Baleares, ES

⑦2 Inventor/es: **Terrasa Reynés, Lorenzo**

⑦4 Agente: **Marqués Morales, Juan Fernando**

⑤4 Título: **Valla publicitaria.**

ES 1 068 496 U

DESCRIPCIÓN

Valla publicitaria.

El objeto de la presente invención tal y como se expresa en el enunciado de esta memoria descriptiva consiste en una "Valla publicitaria" del tipo destinado al soporte de publicidad y a la protección peatonal.

En la actualidad no se encuentran en el mercado vallas que integren un fácil montaje y mantenimiento, con la posibilidad de incluir un espacio para el soporte de mensajes publicitarios. En este sentido, las vallas de montaje sencillo suelen corresponder a las de señalización y cerramientos que, en algún caso, pueden contemplar el soporte de publicidad sin ser éste su objetivo principal. Mientras que las vallas que actualmente tienen por objeto el soporte de publicidad y la protección peatonal, suelen presentar una estructura compleja y monobloque que dificulta tanto su transporte como su reparación y, por tanto, encarecen los costes de instalación, mantenimiento y reparación.

La principal característica de la presente "Valla publicitaria" es su carácter modular, que determina su fácil transporte, montaje y reparación, lo que se traduce en un bajo coste de instalación y de mantenimiento, cuestión de vital importancia teniendo en cuenta que el mobiliario urbano es el principal objetivo de los actos vandálicos realizados en la vía pública.

La presente invención consiste en una valla dotada mínimamente de dos columnas verticales de sección variable, dos travesaños, un panel portador de publicidad, y una pluralidad de soportes que, por una parte, unen las columnas a los travesaños y, por otra, fijan el panel portador de publicidad. La unión entre soportes y columnas se efectúa mediante tornillos de inmovilización roscados al cuerpo del soporte, que al mismo tiempo presionan contra la superficie interna de la columna.

Con el objetivo de dar mayor solidez a la estructura, los travesaños se sitúan uno en la parte superior de las columnas, y el otro en un nivel inferior dejando un espacio intermedio tal que permite situar entre ellos el panel portador de la publicidad.

El soporte está constituido por un elemento tubular hueco que se inserta en la columna pudiéndose desplazar por su superficie, fijando su posición a través de los anteriormente mencionados tornillos de inmovilización. En este elemento tubular se distinguen

uno o más asientos para el anclaje de los travesaños, así como uno o más asientos para la fijación del panel portador de publicidad. En el caso de que hayan más de dos asientos de cada tipo, éstos pueden distribuirse formando entre ellos un ángulo variable a fin de poder realizar vallados y cercados rectos o curvos. Asimismo, los soportes situados en la parte alta de las columnas, presentan su extremo superior ciego, garantizando la seguridad de los peatones al evitar cantos peligrosos.

Por último mencionar que los elementos que constituyen la presente "Valla publicitaria", excepción de los soportes que se fabrican preferiblemente mediante molde, son elementos normalizados y estandarizados, por lo su coste de producción es mínimo, con lo que se rebaja el coste final de la "Valla publicitaria".

Descripción de los dibujos

Con el objeto de ilustrar cuanto hasta ahora hemos expuesto, se acompaña a la presente memoria descriptiva, formando parte integrante de la misma, una hoja de dibujos en la que se ha representado de manera simplificada y esquemática un ejemplo de realización únicamente ilustrativo y no limitativo de las posibilidades prácticas de la invención.

En dichos dibujos la figura 1 corresponde a una vista frontal y proyecciones de la "Valla publicitaria".

La figura 2, muestra una vista explotada.

La figura 3, 4, 5 y 6 muestran una vista en perspectiva de algunos de los posibles soportes que puede incorporar la siguiente invención.

Descripción de un caso práctico

El novedoso dispositivo consiste en una "Valla publicitaria" en el que se observa dos columnas verticales de sección circular (1), dos travesaños de sección circular (2), un panel portador de publicidad (3), y cuatro soportes (4 y 5) que por una parte, unen las columnas (1) a los travesaños (2) mediante asientos de anclaje (6) y, por otra, fijan el panel portador de publicidad (3) mediante asientos en forma de pinza (7). La unión entre soportes y columnas se efectúa mediante tornillos de inmovilización (8) roscados al cuerpo del soporte, que al mismo tiempo presionan contra la superficie interna de la columna.

Establecido el concepto expresado, se redacta a continuación la nota de reivindicaciones, sintetizando así las novedades que se desean reivindicar.

REIVINDICACIONES

1. Valla publicitaria, del tipo destinado al soporte de publicidad y a la protección peatonal, **caracterizado** esencialmente por estar constituido por un mínimo de dos columnas verticales (1), dos travesaños (2), un panel portador de publicidad (3), y una pluralidad de soportes (4 y 5) que por una parte, unen las columnas (1) a los travesaños (2) mediante asientos de anclaje (6) y, por otra, fijan el panel portador de publicidad (3) mediante asientos de inmovilización (7).

2. Valla publicitaria, según reivindicación anterior, **caracterizada** porque los soportes (4 y 5) están constituidos por un elemento tubular hueco que se inserta en la columna (1) pudiéndose desplazar por su superficie, fijando su posición a través de un tornillo de inmovilización (8).

3. Valla publicitaria, según reivindicaciones anteriores, **caracterizada** porque los soportes situados en

la parte alta de las columnas (4), presentan su extremo superior ciego.

4. Valla publicitaria, según reivindicaciones anteriores, **caracterizado** porque los soportes (4 y 5) pueden presentar un asiento que une una columna a un travesaño (6), y un asiento que fija el panel portador de publicidad (7).

5. Valla publicitaria, según reivindicaciones 1 a 3, **caracterizado** porque los soportes (4 y 5) pueden presentar dos o más asientos que unen columnas a travesaños (6), y dos o más asientos que fijan el panel portador de publicidad (7), coincidiendo ambos tipos de asientos en número.

6. Valla publicitaria, según reivindicaciones 1 a 3 y 5, **caracterizado** porque los soportes (4 y 5) que presenten dos o más asientos que unen columnas a travesaños (6), y dos o más asientos que fijan el panel portador de publicidad (7), pueden formar entre ellos un ángulo variable a fin de poder realizar vallados y cercados rectos o curvos.

25

30

35

40

45

50

55

60

65

Fig.1

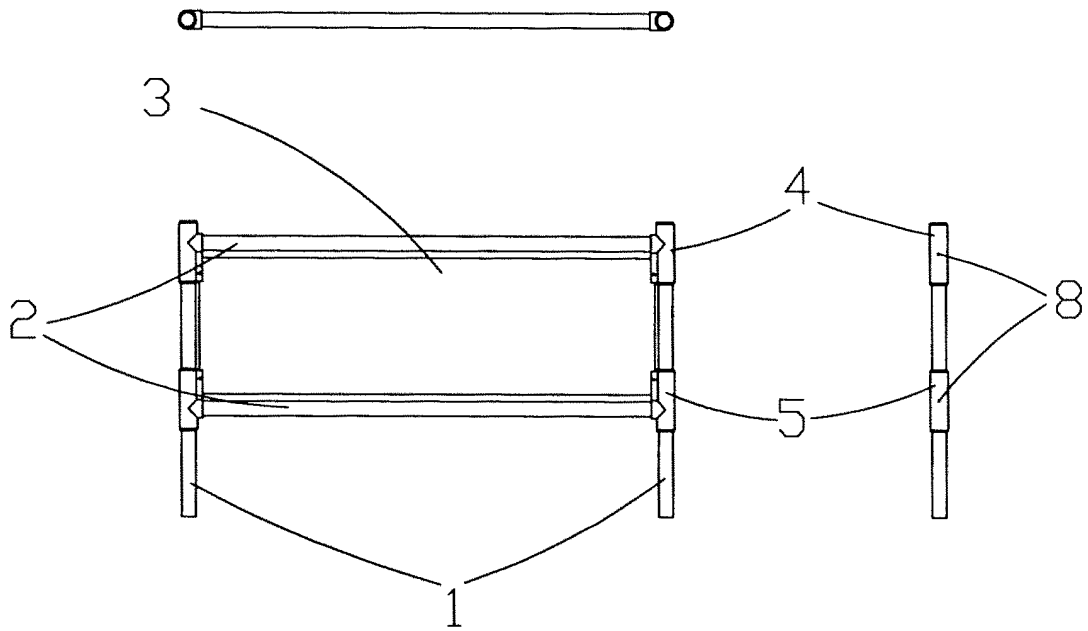


Fig.2

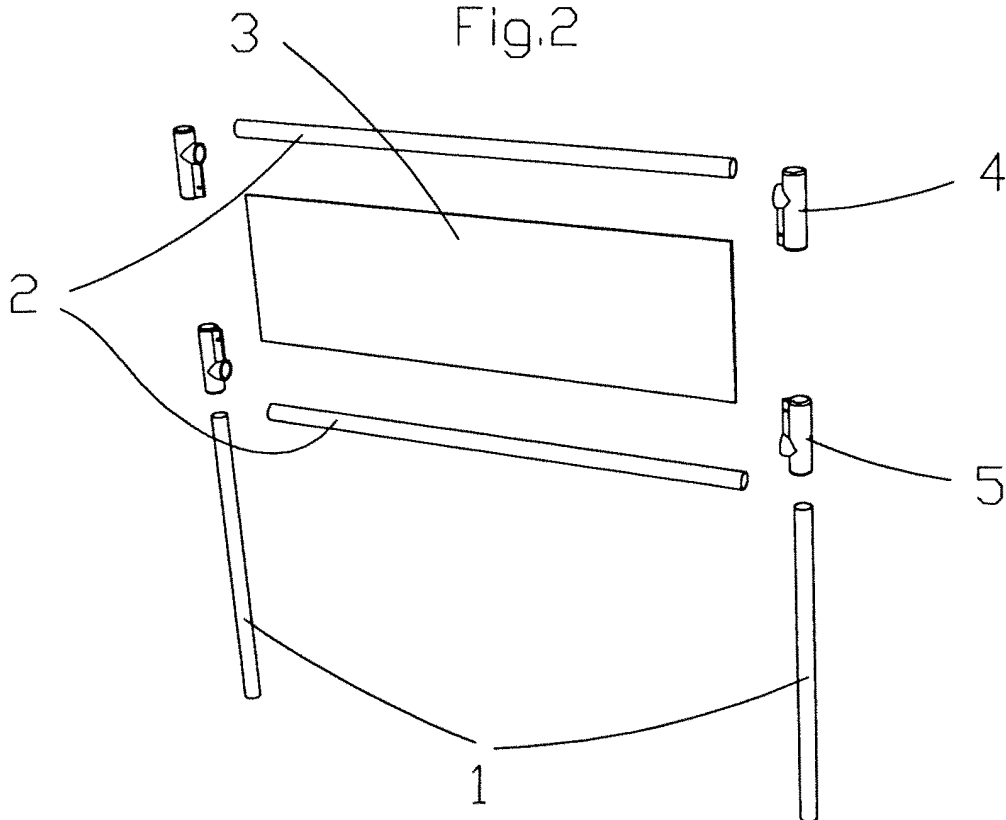


Fig. 3

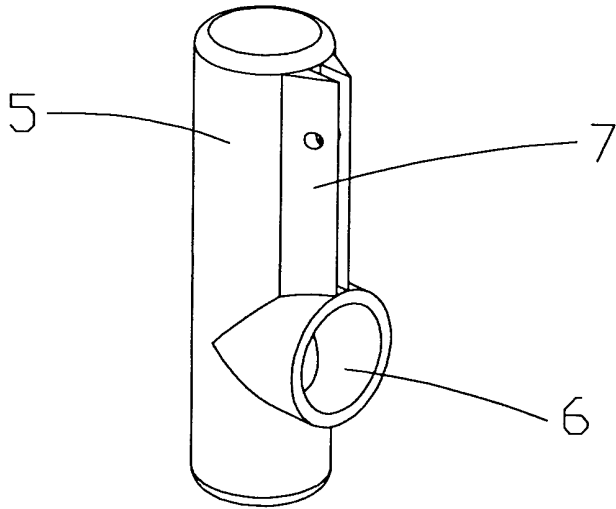


Fig.4

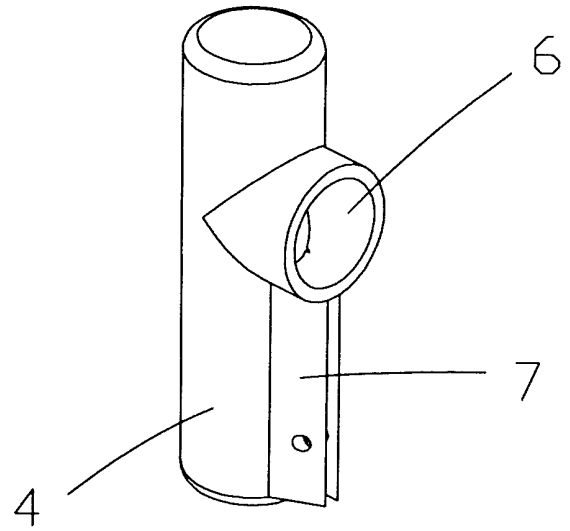


Fig.5

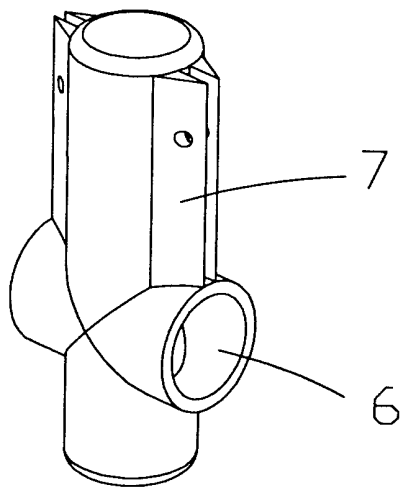


Fig.6

