

19



OFICINA ESPAÑOLA DE
PATENTES Y MARCAS

ESPAÑA



11 Número de publicación: **1 077 452**

21 Número de solicitud: 201230743

51 Int. Cl.:

G09F 15/00

(2006.01)

12

SOLICITUD DE MODELO DE UTILIDAD

U

22

Fecha de presentación: **06.07.2012**

71

Solicitante/s:
ANTONIO JOSÉ RODRÍGUEZ VELA
CALLE BALSICA, 5
04620 VERA, ALMERÍA, ES

43

Fecha de publicación de la solicitud: **23.07.2012**

72

Inventor/es:
RODRÍGUEZ VELA, ANTONIO JOSÉ

74

Agente/Representante:
Carpintero López, Mario

54

Título: **SOPORTE PUBLICITARIO PERFECCIONADO.**

ES 1 077 452 U

DESCRIPCIÓN

Soporte publicitario perfeccionado.

5 Campo técnico de la invención

La presente invención corresponde al campo técnico de los soportes publicitarios formados por una lámina plegada en dos o más secciones, formando un díptico, tríptico o similar.

10 Antecedentes de la invención

En la actualidad existe un amplio desarrollo del mundo publicitario, siempre en la búsqueda de formas y sistemas que puedan acercar el producto que se trata de publicitar al mayor número de personas, reflejando del mejor modo posible las características y cualidades del mismo.

15 Uno de los soportes publicitarios ampliamente utilizado es el caso de la publicidad directa y en mano al ciudadano, es decir, aquella que se entrega a cada persona, y en la que se suele detallar las ventajas del producto para que el posible consumidor pueda llevárselo a casa y leerlo tranquilamente.

20 De este modo, se consigue que el consumidor tenga de forma cercana toda la información y ventajas del producto, ya que al estar en un formato pequeño es más fácil poder describir cómodamente todas las características del mismo y no tener que limitarse a un mensaje corto y rápido de visualizar como ocurre en el caso de las vallas publicitarias.

25 Con este objetivo, los soportes publicitarios de este estilo entregado en mano al posible consumidor, se han perfeccionado en gran medida en los últimos tiempos. Así pues, cada vez se realizan con materiales más vistosos que el papel normal, consiguiendo que las imágenes del producto que se publicita sean muy atractivas.

30 También se mejoran los formatos y, en este sentido, aparecieron los dípticos, trípticos y similares, que ofrecen un formato de menor tamaño gracias a su plegado, pero con la misma superficie apta para describir el producto. Con este tipo de formatos, se consigue que el consumidor lo encuentre mucho más cómodo pues ocupa menos espacio que un folleto normal y, al estar plegado en dos o más partes, invita a abrirlo para descubrir cual es la información contenida en su interior.

35 En publicidad una de las opciones que se suele utilizar para captar la atención de los consumidores suele ser aportar algún obsequio junto a la publicidad del producto. Este puede ser un obsequio independiente del producto, relacionado con el mismo, o bien una pequeña muestra del producto que ofrece la posibilidad de que el consumidor pueda comprobar las ventajas del mismo.

40 No obstante, como el obsequio o muestra del producto se entrega de forma separada al soporte publicitario se genera el inconveniente de que, dicho obsequio o muestra se desliga del soporte y puede ocasionar la situación de que el consumidor se quede con la muestra o el regalo y se olvide o deseche dicho soporte publicitario, no consiguiéndose por tanto el objetivo final de que llegue al consumidor toda la información que éste contiene.

45 Descripción de la invención

50 El soporte publicitario perfeccionado, que aquí se presenta es de aquellos que están formados por un cuerpo principal, con al menos un pliegue interior que lo divide en al menos dos secciones y permite su doblado en forma de díptico, tríptico o similar, con una cara exterior y una cara interior en la posición de doblado y, con publicidad impresa en al menos una de dichas caras.

Este soporte publicitario perfeccionado, además comprende en al menos una de las secciones de la cara interior un obsequio y unos medios de fijación a dicha sección del mismo.

55 El obsequio ofrecido puede ser un objeto independiente del producto publicitado, un objeto relacionado con él o bien preferentemente, una muestra del mismo como puede ser por ejemplo una muestra de una crema solar, de un gel o champú, de un producto de limpieza, o cualquier otro producto del que pueda presentarse una pequeña porción demostrativa del mismo...

60 Los medios de fijación de dicho obsequio a al menos una cara interior del soporte pueden ser directos o bien indirectos, a través de un elemento contenedor del obsequio, unido a dicha al menos una sección de la cara interior del soporte.

65 En el caso de que los medios de fijación del obsequio son directos, estos pueden estar formados por un material adhesivo removible, que facilita la posible retirada y colocación del obsequio en la sección interior del soporte publicitario, las veces que se desee.

En el caso en que los medios de fijación del obsequio son indirectos, estos están formados por un material adhesivo que fija de forma permanente el elemento contenedor del obsequio a la sección interior del soporte publicitario.

- 5 El elemento contenedor del obsequio puede estar formado por un elemento laminar plegado con al menos dos secciones superpuestas. Estas secciones están delimitadas por al menos una línea de doblado del elemento contenedor.

10 Dicho elemento contenedor comprende en su interior un espacio de contención formado entre las secciones superpuestas del elemento contenedor. Así mismo, dicho elemento contenedor presenta unos medios de unión de los laterales libres de las al menos dos secciones en que queda dividido el mismo. Estos medios de unión pueden estar formados preferentemente por un material adhesivo. De esta forma, el obsequio se coloca en el espacio de contención entre secciones del elemento contenedor quedando sujeto en el mismo por encaje y ofreciendo igualmente la opción de retirada y colocación del obsequio en este elemento contenedor las veces que se desee.

15 El ancho y la altura del elemento laminar en su posición plegada cumplen la condición de ser menor o igual que el ancho y la altura de la sección del soporte publicitario a la que se fija.

20 Así mismo, el elemento contenedor puede presentar además unos medios de cierre del extremo inferior del mismo, que pueden estar formados preferentemente por un material adhesivo. De esta forma el obsequio queda contenido en una especie de bolsillo, ideal en el caso en que dicho obsequio sea de dimensiones reducidas y no sea efectivo un elemento contenedor que lo sujete por encaje en el mismo.

25 Este elemento contenedor puede estar realizado en el mismo material que el del soporte publicitario y, puede presentar publicidad impresa en su cara vista, aprovechando también esta superficie.

30 A su vez, el soporte publicitario perfeccionado puede presentar unos medios de cierre del mismo, que ayudan a una mejor presentación del soporte, en forma de estuche y, colaboran en la sujeción del obsequio interior. Estos medios de cierre están formados por el encaje de una sección del soporte publicitario sobre la opuesta en la posición de doblado, enlazándose las mismas.

Con el soporte publicitario perfeccionado que aquí se propone se obtiene una mejora significativa del estado de la técnica.

35 Esto es así pues de un modo sencillo y eficaz consigue unir el soporte publicitario y el obsequio que se aporta con el mismo, de manera que se asegura que toda persona a la que le entregue dicho soporte, lleva un obsequio ligado al mismo, además perfectamente sujeto, evitando extravíos.

40 De esta manera, se evita por un lado lo incómodo de tener que repartir el soporte publicitario por una parte y el obsequio por otra, además de evitar los posibles errores de reparto que pueden generarse, bien por defecto entregando a una misma persona un soporte y ningún obsequio, bien por exceso, es decir que a una misma persona se le entregue un soporte y más de un obsequio.

45 Así mismo se evita de este modo la pillería que se genera en ciertas ocasiones cuando la gente observa que se reparten obsequios y aprovechan para adquirir todos aquellos que sea posible, incluso sin necesidad de obtener ningún soporte publicitario, con lo cual se pierde el objetivo real de la promoción realizada por la empresa para publicitar su producto.

50 Con el soporte publicitario perfeccionado aquí presentado esto no ocurre, pues se aporta un modo de relacionar y unir ambos elementos, soporte publicitario y obsequio, de forma que el consumidor se le hace entrega de los dos obligatoriamente de forma conjunta.

55 Se consigue por tanto por un lado un reparto mucho más efectivo, competente y adecuado, a la vez que se obtiene el resultado deseado, es decir, que el mayor número de consumidores obtenga un soporte y un obsequio, formando ambo un conjunto cómodo y eficaz.

Breve descripción de los dibujos

60 Con objeto de ayudar a una mejor comprensión de las características del invento, de acuerdo con un ejemplo preferente de realización práctica del mismo, se aporta como parte integrante de dicha descripción, una serie de dibujos donde, con carácter ilustrativo y no limitativo, se ha representado lo siguiente:

La Figura 1.- Muestra una vista en perspectiva de un primer modo de realización preferente del soporte publicitario perfeccionado en una posición de desdoblado con el obsequio fijado en una de sus secciones de la cara interior.

La Figura 2.- Muestra una vista en perspectiva de un segundo modo de realización preferente del soporte publicitario perfeccionado en una posición de desdoblado sin el obsequio.

La Figura 3.- Muestra una vista en perspectiva de un segundo modo de realización preferente del soporte publicitario perfeccionado en una posición de desdoblado con el obsequio sujeto en su interior.

Descripción detallada de un modo de realización preferente de la invención

A la vista de las figuras aportadas, puede observarse cómo en el primer y el segundo modo de realización preferente de la invención, el soporte publicitario 1 perfeccionado que aquí se propone, es de los que presentan un cuerpo principal 2 con dos pliegues 3 interiores que lo dividen en tres secciones 4.1, 4.2, 4.3, susceptibles de doblarse en forma de tríptico, con una cara exterior 5 y una cara interior 6 en su posición de doblado y, con publicidad impresa 7 en ambas. Este soporte publicitario 1 perfeccionado presenta a su vez unos medios de cierre del mismo, que mejoran su presentación al estar perfectamente doblado y mantenerse en esta posición a modo de estuche.

Estos medios de cierre del soporte publicitario 1 están formados en ambos modos de realización preferente aquí propuestos, por el encaje de una sección 4.3 del soporte publicitario 1 sobre la sección opuesta 4.1 en la posición de doblado del soporte. Como puede observarse en las Figuras 1, 2 y 3, en ambos casos el encaje de una sección 4.3 con su opuesta 4.1 se lleva a cabo mediante una pestaña 8 en una sección 4.3 y una ranura 9 de encaje de la misma, en la sección opuesta 4.1.

El soporte publicitario 1 comprende a su vez, en una de las secciones 4.2 de la cara interior, un obsequio 11 y unos medios de fijación del mismo a dicha sección 4.2.

En ambos modos de realización preferente de la invención además, el obsequio 11 ofrecido es una muestra del producto que se publicita, presentada en un envase monodosis.

Como puede observarse en la Figura 1, en el primer modo aquí presentado los medios de fijación 12 de este obsequio son directos y formados por un material adhesivo removible mediante el cual dicho obsequio 11 se fija directamente sobre la sección 4.2 en la cara interior 6 del soporte. Al ser un adhesivo removible permite la retirada y vuelta a colocar del obsequio 11 en dicha sección 4.2. Estos medios de fijación 12 se representan en líneas discontinuas por estar ocultos tras el obsequio 11.

Por otra parte, en las Figuras 2 y 3 se muestra un segundo modo de realización preferente de la invención en el cual los medios de fijación 12 del obsequio 11 a la sección 4.2 de la cara interior 6 del soporte publicitario 1 son indirectos.

Estos medios de fijación 12 indirectos están formados por un material adhesivo que fija de forma permanente un elemento contenedor 10 del obsequio 11 a la sección 4.2 de la cara interior 6 del soporte. Estos medios de fijación 12 se representan en líneas discontinuas por estar ocultos tras el elemento contenedor 10.

En este segundo modo de realización preferente de la invención, el elemento contenedor 10 del obsequio 11 está formado por un elemento laminar plegado por una línea de doblado 13 que delimita en el mismo dos secciones superpuestas 14.

Como se muestra en las Figuras 2 y 3, en el interior de este elemento laminar, entre ambas secciones superpuestas 14, presenta un espacio de contención 15. Para la formación de este espacio de contención 15, el elemento contenedor 10 comprende unos medios de unión 16 de los laterales libres de las dos secciones superpuestas 14. En este modo de realización preferente de la invención dichos medios de unión 16 de los laterales libres están formados por un material adhesivo que se ha representado en líneas discontinuas al estar oculto en dichas Figuras tras una de las secciones superpuestas 14 del elemento laminar.

Así pues, entre ambas secciones superpuestas 14 y unidas en sus laterales libres por los medios de unión 16 se genera el espacio de contención 15 que posibilita la sujeción del obsequio 11 por encaje en el mismo, permitiéndose igualmente su retirada y recolocación de nuevo en el espacio de contención 15 todas las veces que se precise.

Así mismo, en las Figuras 2 y 3 puede observarse que en este segundo modo de realización preferente de la invención, tanto el ancho como la altura del elemento laminar que forma el elemento contenedor 10 son menores que el ancho y la altura de la sección 4.2 del soporte publicitario 1 en la que se fija.

El elemento contenedor 10 está realizado con el mismo material que el del soporte publicitario 1 y presenta publicidad impresa 7 en su cara vista, de manera que se aprovecha esta superficie como soporte publicitario añadido al abrir el tríptico.

Con el soporte publicitario perfeccionado que aquí se presenta se consiguen importantes mejoras respecto al estado de la técnica, tanto en el primer como en el segundo modo de realización preferente aquí expuestos.

Así pues, se obtiene una forma práctica y efectiva de unir el obsequio o muestra al soporte publicitario junto al que se desea entregar obteniendo el objetivo principal de que cada persona a la que se le hace entrega de la publicidad, obtiene tanto la información del producto como una muestra del mismo.

- 5 Además, esto se logra con una manera eficaz de reparto al hacerse entrega del soporte publicitario y la muestra al mismo tiempo y se eliminan los posibles errores que un método de reparto manual pueda tener.

- 10 De este modo, se consigue que no haya duplicidad de entrega de muestras o lo que sería peor, que ninguna persona se quedara sin la suya. Además, se evita que las personas puedan intentar llevarse más de una muestra desligadas de su soporte publicitario.

- 15 Es por tanto, un soporte que soluciona estos inconvenientes existentes en el estado de la técnica ofreciendo unos medios de fijación bien directos, bien indirectos, pero igualmente prácticos para la muestra, que puede retirarse del mismo y si se desea volver a colocarla sin problemas, para no extraviarla. Además, de este modo se garantiza un mayor tiempo de permanencia del soporte publicitario en manos del consumidor, favoreciendo que este se informe de las características del mismo y se familiarice con la marca del producto.

REIVINDICACIONES

- 5 1- Soporte publicitario (1) perfeccionado, de los que están formados por un cuerpo principal (2), con al menos un pliegue (3) interior que lo divide en al menos dos secciones y permite su doblado en forma de díptico, tríptico o similar, con una cara exterior (5) y una cara interior (6) en la posición de doblado y, con publicidad impresa (7) en al menos una de dichas caras, **caracterizado por que** comprende en al menos una de las secciones (4.2) de la cara interior (6) un obsequio (11) y, unos medios de fijación (12) del mismo a dicha sección (4.2).
- 10 2- Soporte publicitario (1) perfeccionado, según la reivindicación 1, **caracterizado por que** los medios de fijación (12) del obsequio (11) a al menos una sección (4.2) de la cara interior (6) del soporte publicitario (1) son directos.
- 15 3- Soporte publicitario (1) perfeccionado, según la reivindicación 1, **caracterizado por que** los medios de fijación (12) del obsequio (11) a al menos una sección (4.2) de la cara interior (6) del soporte publicitario (1) son indirectos a través de un elemento contenedor (10) de dicho obsequio (11) unido a dicha al menos una sección (4.2) de la cara interior (6).
- 20 4- Soporte publicitario (1) perfeccionado, según cualquiera de las reivindicaciones 1 y 2, **caracterizado por que** los medios de fijación (12) del obsequio (11) a una de las secciones (4.2) del soporte publicitario (1) están formados por un material adhesivo removible.
- 25 5- Soporte publicitario (1) perfeccionado, según la reivindicación 3, **caracterizado por que** los medios de fijación (12) indirectos a través de un elemento contenedor (10) del obsequio (11) a una de las secciones (4.2) del soporte publicitario (1) están formados por un material adhesivo.
- 30 6- Soporte publicitario (1) perfeccionado, según la reivindicación 3, **caracterizado por que** el elemento contenedor (10) del obsequio (11) está formado por un elemento laminar plegado con al menos dos secciones superpuestas (14) delimitadas por al menos una línea de doblado (13), que presenta un espacio de contención (15) interior entre dichas secciones superpuestas (14) y unos medios de unión (16) de los laterales libres de las al menos dos secciones superpuestas (14), siendo el ancho y la altura del elemento laminar plegado menor o igual que el ancho y la altura de la sección (4.2) del soporte publicitario (1) a la que se fija.
- 35 7- Soporte publicitario (1) perfeccionado, según las reivindicaciones 3 y 6, **caracterizado por que** el elemento contenedor (10) del obsequio (11) presenta unos medios de cierre del extremo inferior del mismo.
- 40 8- Soporte publicitario (1) perfeccionado, según la reivindicación 6, **caracterizado por que** los medios de unión (16) de los laterales libres de las secciones superpuestas (14) en que se divide el elemento laminar que forma el elemento contenedor (10) están formados por un material adhesivo.
- 9- Soporte publicitario (1) perfeccionado, según la reivindicación 7, **caracterizado por que** los medios de cierre del extremo inferior del elemento contenedor (10) están formados por un material adhesivo.
- 45 10- Soporte publicitario (1) perfeccionado, según cualquiera de las reivindicaciones anteriores, **caracterizado por que** comprende unos medios de cierre del mismo.
- 11- Soporte publicitario (1) perfeccionado, según la reivindicación 10, **caracterizado por que** los medios de cierre del mismo están formados por el encaje de una sección (4.3) sobre la sección opuesta (4.1) en la posición de doblado, enlazándose las mismas.

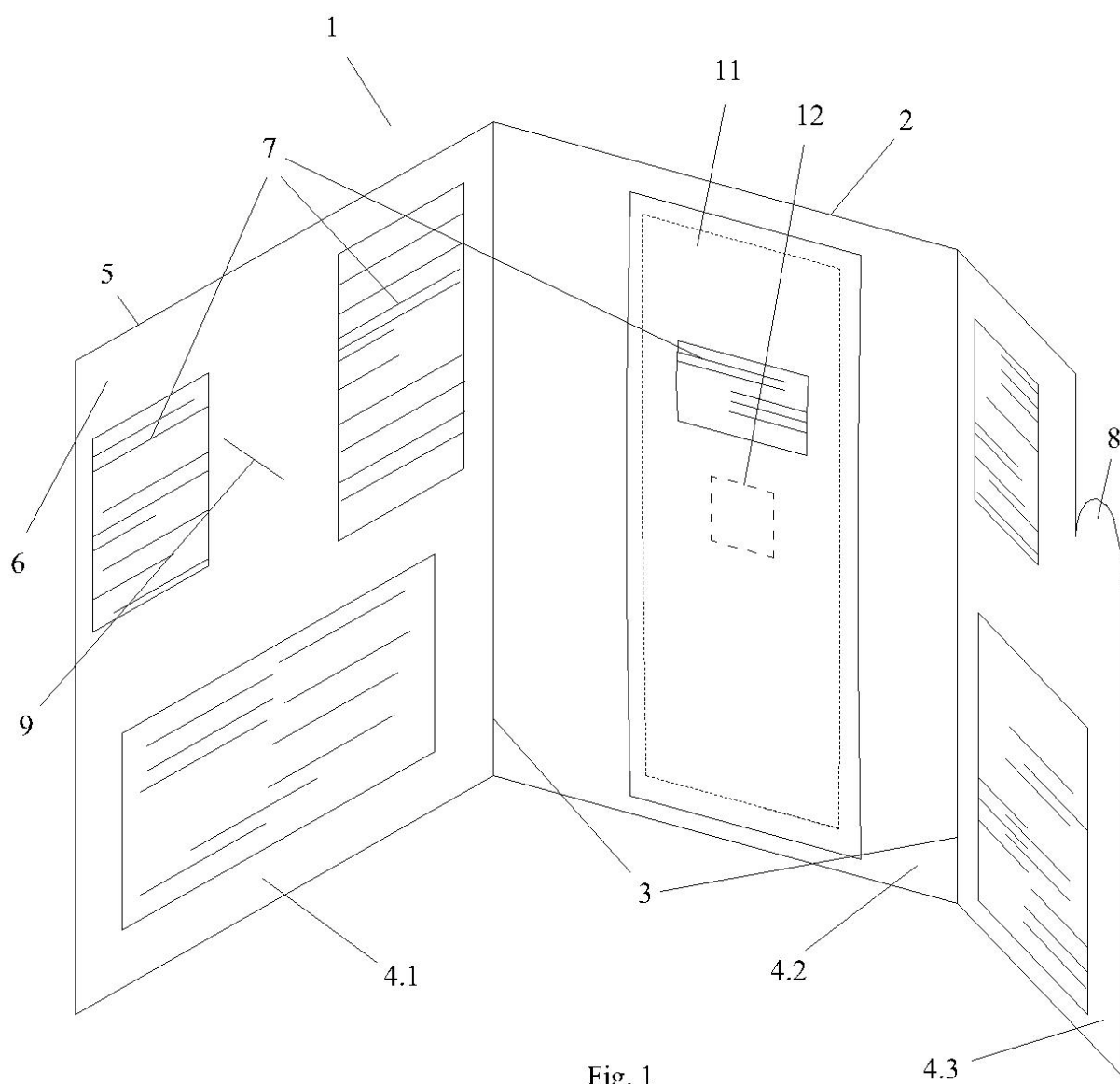


Fig. 1

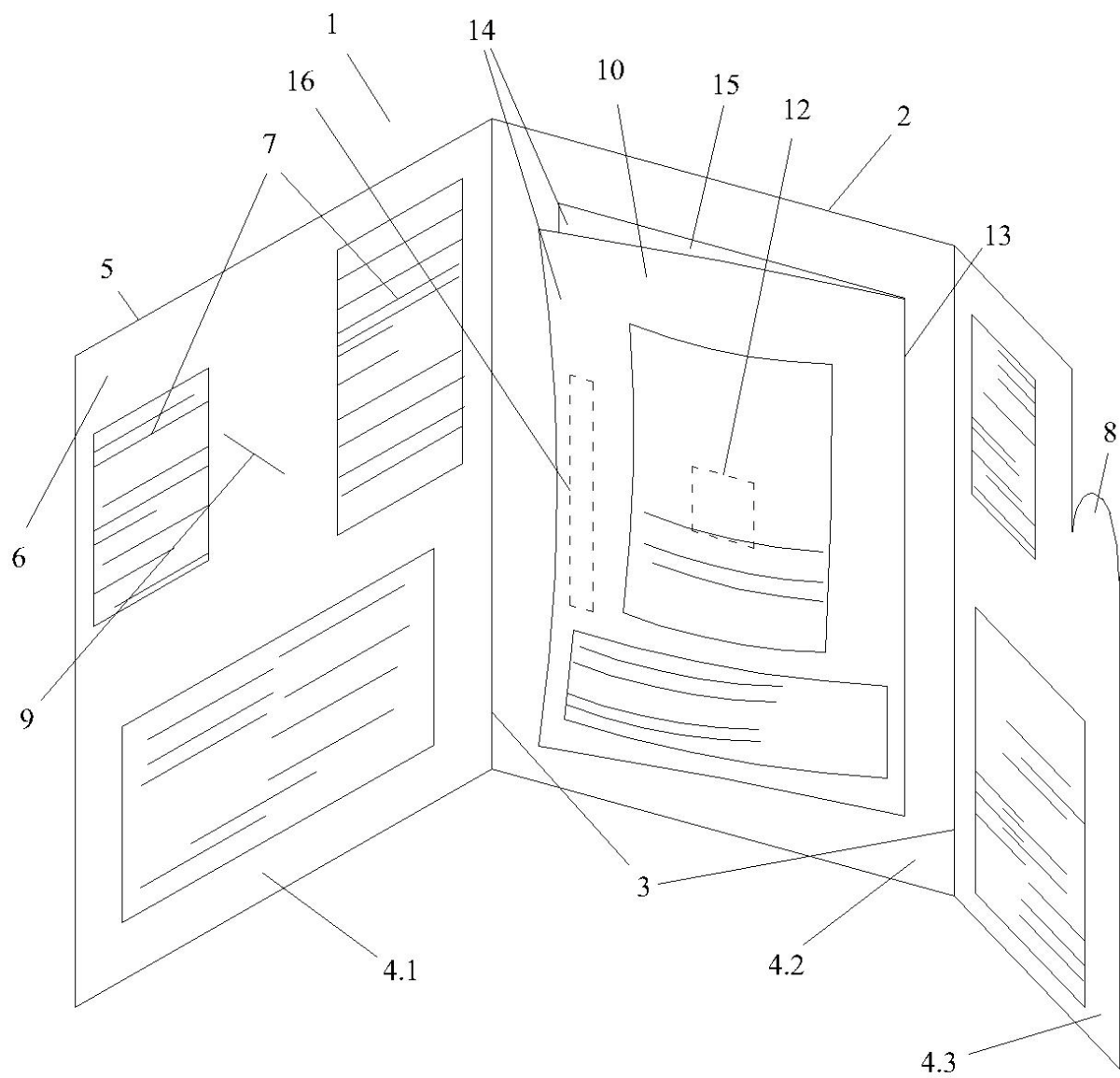


Fig. 2

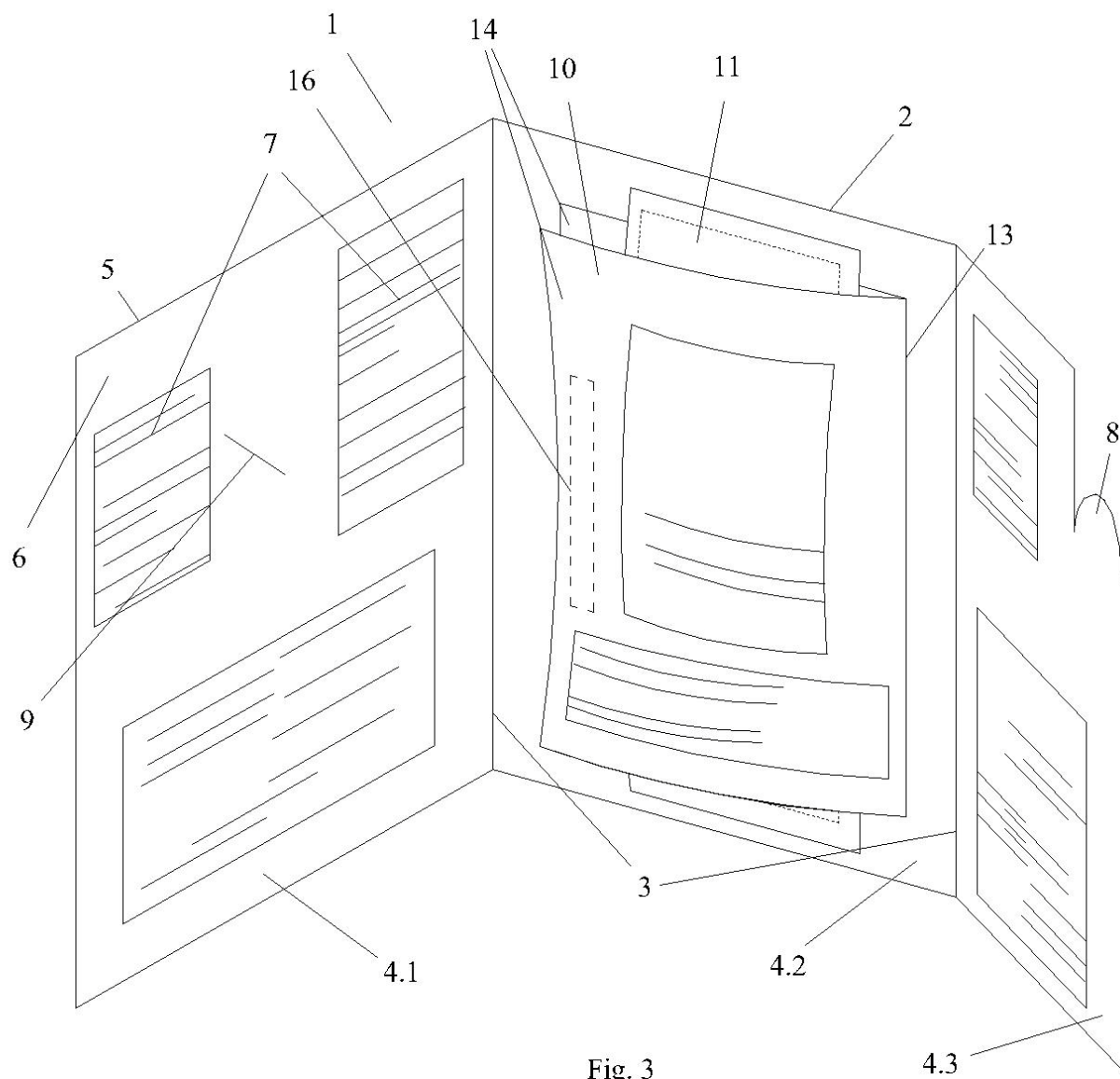


Fig. 3