

229008 JUN 27



229008

MEMORIA DESCRIPTIVA

que se acompaña a

la solicitud de una

PATENTE ECONOMICO-COMERCIAL, por veinte años en España, a fa-
vor de Don EDUARDO DE LA ASUNCION MORAL, de nacionalidad espa-
ñola, domiciliado en Valencia, Avenida de José Antonio, 35, 4ª,

p or

"UN NUEVO SISTEMA PUBLICITARIO COMBINADO"

)))

Inventor: El solicitante.



229008

La Patente económico-comercial que se solicita, reúne las condiciones que determina el Artículo 47 del vigente Estatuto sobre Propiedad Industrial, tal como ha quedado después de la modificación del Decreto de 26 de Diciembre de 1947.

5 Sabido es que, de acuerdo con el citado Artículo, podrán ser objeto de Patentes los perfeccionamientos en los procedimientos económico-comerciales que revistan un desarrollo material o efectivo y tengan carácter práctico e industrializable. Añade el referido Artículo que estas patentes de carácter económico-comercial se registrarán en todos los aspectos por las disposiciones que regulan las Patentes de Invención en general.

10 El preámbulo del decreto mencionado justifica el establecimiento de este género de patentes, diciendo que la práctica ofrece múltiples ejemplos de procedimientos de esta clase que merecer protección, y cita las ventas a precio único, los viajes a tanto alzado, los billetes kilométricos, etc., exigiendo únicamente que se cumpla el requisito fundamental de que lo patentable se base en su desarrollo material o efectivo y su carácter práctico e industrializable, como único modo de evitar la excepción que en el campo de las patentes supone las ideas más o menos ingeniosas, mientras no lleguen a traducirse en realidad práctica e industrializable por medios mecánicos o químicos.

15
20
25
30
Pues bien, de acuerdo con lo expuesto, vamos a describir seguidamente un nuevo sistema publicitario combinado, especialmente aplicable en los envases de productos que están constituidos por una parte interna o bandeja, recubierta por una envolvente, de modo que para la extracción de los productos envasados es preciso deslizar la bandeja fuera de la envolvente.



229008

Un ejemplo práctico de los envases citados es el de las cajas de cigarrillos que tienen un soporte-bandeja interior en que aquellos se hallan dispuestos y cuya bandeja-soporte está encerrada en una envolvente paralelepédica rectangular, abierta por ambos extremos, de modo que aquella pueda aparecer por uno de ellos cuando se la presiona por el extremo contrario.

El sistema recae esencialmente sobre el hecho de inscribir la publicidad, dibujos, frases, marcas, etc. en aquellas partes de la bandeja y preferentemente en las solapas de la misma, que aparezcan fuera de la envolvente cuando ha de extraerse cada unidad del producto envasado. De tal modo que la publicidad en cuestión no es visible cuando el envase está cerrado, evitando así las confusiones que pudieran producirse acerca de la naturaleza del producto.

Generalmente la publicidad estará referida a otros productos que tendrán una afinidad lógica con los envasados y que el empleo de los mismos sea una consecuencia del anterior empleo de los mismos productos envasados, si bien hemos de señalar que igualmente podrá utilizarse el mismo sistema publicitario en los casos en que no concurren precisamente las circunstancias expresadas.

La empresa explotadora del sistema empleará una parte de lo recaudado por publicidad en la confección de los envases que, de este modo, podrán ser entregados, y de hecho lo serán, con carácter gratuito, al usuario de los mismos, de tal forma que, no estando gravados los productos con el costo de fabricación de los envases, aquellos podrán tener un precio de venta mas reducido, que no repercutirá en caso alguno en una merma de los beneficios del fabricante de los productos enva-



229008

saños.

65 Los elementos publicitarios insertados en los envases podrán ser en ocasiones y de acuerdo con la práctica, muy extendida actualmente, opciones a determinados premios, en cuyo caso la publicidad de los productos distintos a los envasados se ha de hacer extensible a estos últimos originando un fomento de las ventas de los mismos desde el momento en que el público consumidor buscará concretamente estos envases.

70 Hecha la descripción precedente es necesario añadir que los detalles de realización de la idea expuesta pueden variar, sin que por ello cambie la esencia de la invención, que es la que se desprende de los párrafos que anteceden y lo que se reivindica en la siguiente

N O T A

75 En resumen: El Modelo de Utilidad que se solicita, recaerá sobre las reivindicaciones siguientes:

80 1ª.- UN NUEVO SISTEMA PUBLICITARIO COMBINADO, que se caracteriza esencialmente por el hecho de utilizar los envases habituales de determinados productos para realizar la publicidad de otros productos preferentemente afines y de modo que la publicidad se realiza únicamente durante el empleo repetido de los citados envases.

85 2ª.- UN NUEVO SISTEMA PUBLICITARIO, según la anterior reivindicación, caracterizado esencialmente por el hecho de inscribir los anuncios, opciones a premios y otros, sobre la parte del envase que queda oculta por la envolvente, y que aparece únicamente en el acto de extraer cada unidad del producto envasado.

90 3ª.- UN NUEVO SISTEMA, según las anteriores reivindicaciones, caracterizado esencialmente por el hecho de que la



229008

empresa explotadora del sistema de publicidad entregará gratuitamente los envases al usuario de los mismos, estando financiado su costo de fabricación por la parte necesaria de los ingresos procedentes de la publicidad.

95

4ª.- Se reivindica por último, como objeto sobre el que ha de recaer la Patente económico-comercial que se solicita, "UN NUEVO SISTEMA PUBLICITARIO COMBINADO".

Todo tal y conforme se ha descrito en la presente Memoria, que consta de cinco hojas escritas a máquina.

100

Madrid, á 7 de Junio de 1956.

ALFONSO UNGRIA.