



ESPAÑA

19 ES	11	NUMERO	10 Y	
	21			229188
	22	FECHA DE PUBLICACION		10 JUN. 1977

MODELO DE UTILIDAD

fe ~~20-6-77~~

30 PRIORIDADES:	32 FECHA	33 PAIS
31 NUMERO		

47 FECHA DE PUBLICIDAD	51 CLASIFICACION INTERNACIONAL
	<i>H</i> G09F

54 TITULO DE LA INVENCIÓN
Muestrario publicitario

71 SOLICITANTE (S)
Industrias Nural, S. A. (sociedad española)

DOMICILIO DEL SOLICITANTE
Barcelona - Balmes, 357 - 3º 5ª

72 INVENTOR (ES)

73 TITULAR (ES)
Industrias Nural, S. A. (sociedad española)

74 REPRESENTANTE
D. Carlos Roeb Ungeheuer

1 El presente modelo de utilidad se refiere a un muestrario publicitario, formado por una cartulina que se pliega cerrándose posteriormente su otro costado y la base para constituir de esta forma una bolsa. Completa la formación de este muestrario, que en la cara anterior va provisto un "blister", separable de la cartulina en donde va adherido el producto que se vende. El interior de la bolsa así formada sirve para el envío de documentos u objetos, con lo cual al producto vendido se pueden unir folletos publicitarios, pequeñas muestras y análogos.

5 También tiene un aprovechamiento adicional al poder estar impresa la bolsa en sus caras interiores con el texto que se desea, bien sea de publicidad, técnico, un folleto de instrucciones o cualquier clase de recomendación. Las ventajas de este modelo de utilidad son las siguientes:

15 - Como hemos dicho, en las dos caras interiores pueden quedar impresas cualquier información, bien sea sobre el producto que va en la propia cartulina o sobre otro cualquiera de la misma casa.

20 - Cuando se haya cerrado la bolsa puede introducirse en ella en forma de sobre, bien sean folletos publicitarios, de cualquier especie o producto, muestras, regalos, etc., etc., con la única limitación de su tamaño y peso.

25 - Otra ventaja destacable consiste en que el contenido que se introduce en la bolsa, se hace llegar al consumidor sin ningún gasto adicional de envío, ni ningún trabajo de oficina y con la absoluta seguridad de que cualquier consumidor que adquiriera el producto lleva este re-

30

1 galo, esta innovación, etc., etc.

5 - Al poderse imprimir las dos caras interiores con el -
texto que se desee, se ahorra también la impresión de
un nuevo folleto con los consiguientes gastos de sobres,
confección y envío por correo.

Interesa destacar muy claramente que este sistema, pese
a su sencillez, no ha sido hasta ahora utilizado ni en
España ni en el extranjero.

10 Concretaremos las características del muestrario reivindi-
cado, con referencia a las adjuntas figuras que correspon-
den a un ejemplo de ejecución, sin carácter limitativo,
ya que los datos concretos de cada caso se establecerán
de acuerdo con sus exigencias, sin que las modificaciones
de detalle afecten a la esencialidad que con carácter ge-
15 neral protege el presente registro.

La fig. 1 presenta el anverso del muestrario extendido.

La fig. 2 muestra el reverso del muestrario extendido.

La fig. 3 detalla el muestrario plegado y a punto de ser
20 cerrado.

La fig. 4 indica el muestrario ya terminado, llevando en
su interior el tubo, muestra, etc.,

25 Con referencia a dichas figuras y a los números que sobre
ellas designan las partes y detalles del muestrario re-
presentado, que interesan a los fines de esta memoria, -
la descripción del mismo es como sigue:

El muestrario está constituido por una cartulina cuya for-
ma, antes de plegarse, se muestra en las figs. 1 y 2, en
las que puede observarse como el anverso 8 y el reverso

30 1, presentan en su parte superior unos colgaderos 2, y -

1 llevan en su parte inferior unos bordes de pegado 7 similares a los bordes que van por el costado contrario al lomo 5 que sirve de dobléz a esta cartulina.

5 Además consta de unos rebordeados para rematar así las esquinas superiores como se muestran en 3, y un retrepado en hilo 6 que es la parte del muestrario en que se fija en producto a vender. Este trepado se puede despegar fácilmente del muestrario para obtener el producto que lleva dentro. También se muestran en 4 los límites de los posibles textos a imprimir, tanto por la parte exterior como por sus caras internas.

10 La fig. 3 muestra plegado este muestrario, pero sin haber sido todavía adherido tanto por su parte inferior como por su otro costado. Lo mismo en esta figura como en la 4 se aprecia el muestrario ya en forma de boba al haber sido pegada su base y su otro costado. En ellas los mismos números, indican las mismas partes que en las figuras anteriores. Para el cerrado del muestrario se pueden emplear cualquier procedimiento existente, como cosido, pegado, con discos engomados, etc.

15 20 El presente modelo de utilidad recaerá sobre las siguientes reivindicaciones.

25

30

REIVINDICACIONES

=====

1.- Muestrario publicitario, caracterizado porque está constituido por una superficie de material plegable en la que, una vez doblada, se fijan sus dos costados inferior y lateral conformando una bolsa; en la parte de la bolsa así formada que queda abierta, va provista de unos taladros que sirven de colgadero; completa el muestrario un trepado en la parte frontal de la cara delantera, destinada a la colocación del producto, que permite el separar esta parte del resto de la bolsa.

2.- "Muestrario publicitario".

Según se describe en la presente memoria descriptiva.

Consta de 4 hojas foliadas y escritas a máquina por una sola de sus caras y de los dibujos que a la misma se acompañan.

Madrid, a

10 JUN. 1977

CARLOS ROEB
P. P.

Fdo. Pedro Valmoron

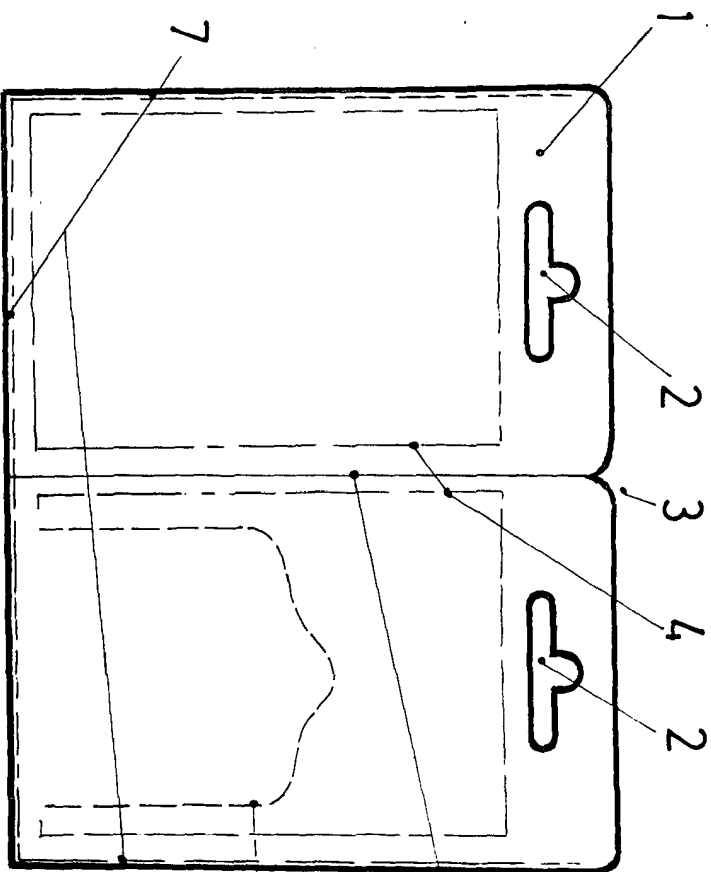


FIG. 1.

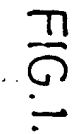


FIG. 2.

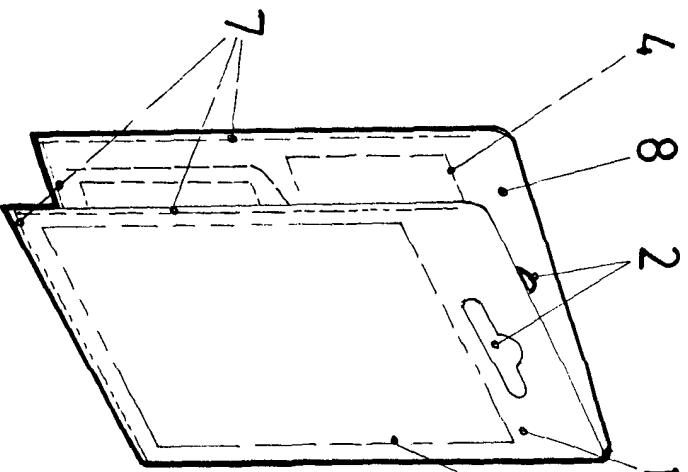


FIG. 3.

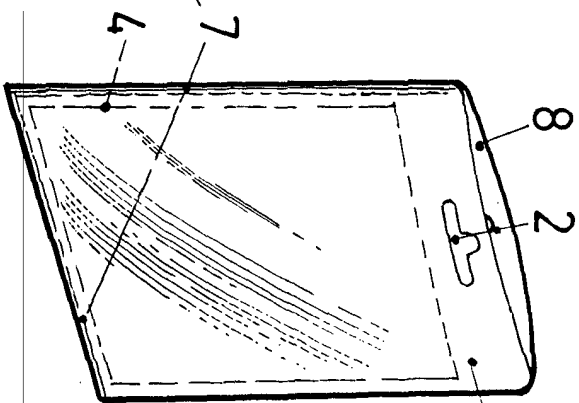


FIG. 4.

ESCRITO EN
 1953
 P. P.
 Eno: Pedro Galanorón