

19 ES 21 22	11 NUMERO 269996	10 Y
	FECHA DE PRESENTACION 14 ENE. 1983	



ESPAÑA

MODELO DE UTILIDAD

16 JUL. 1983

30 PRIORIDADES: 31 NUMERO	32 FECHA	33 PAIS
------------------------------	----------	---------

47 FECHA DE PUBLICIDAD	51 CLASIFICACION INTERNACIONAL G09F23/10
------------------------	---

54 TITULO DE LA INVENCIÓN "FOLLETO PUBLICITARIO AROMATIZADO".
--

71 SOLICITANTE (S) FONT + DIESTRE, S.A.
--

DOMICILIO DEL SOLICITANTE L'HOSPITALET DE LLOBREGAT (Barcelona) - Alpes, 82
--

72 INVENTOR (ES)

73 TITULAR (S)

74 REPRESENTANTE D. Luis Durán Cuevas
--

MEMORIA DESCRIPTIVA

El presente Modelo de Utilidad se refiere a un folleto publicitario que se halla aromatizado al haberse le incorporado una serie de corpúsculos o pequeñas burbujas portadoras de aroma, que son liberadas en el momento

5. deseado.

En la actualidad, cuando se desean ofrecer pequeñas muestras de aromas o esencias como propaganda, las casas fabricantes, acostumbran a preparar folletos, a los que se une una bolsa, herméticamente cerrada, en cuyo interior se encuentra una toallita de papel, la cual previamente se ha empapado de la esencia o perfume deseado, todo lo cual comporta un coste realmente importante, que es en la actualidad absolutamente necesario para poder dar a conocer el nuevo aroma o perfume que se pretende introducir en el mercado, por cuanto cualquier otro procedimiento de los conocidos y utilizados, tales como el reparto de pequeñas botellitas del mismo, son mucho más caros y de mas difícil distribución.

Con el folleto publicitario aromatizado objeto de la presente invención, se ofrece un sistema nuevo de introducción de perfumes o aromas que logra objetivos similares a los que se consigue por los procedimientos actualmente utilizados, pero que ofrece como ventaja adicional su menor coste y más fácil distribución, todo lo cual lo hace especialmente adecuado para conseguir tal finalidad.

Para conseguir tal función se prevé la colocación

- en un díptico de los actualmente utilizados en publicidad conociéndose como tales los folletos que se hallan constituídos por una hoja doblada por su parte central, de una cola sin mordiente, es decir cola que se halla en una condición tal que permite que puedan despegarse los elementos unidos mediante una operación posterior, a la cual se le ha incorporado el aroma deseado, mediante el procedimiento de microcapsulación, que por conocido no se reivindica de forma expresa en la presente invención.
- 5.
10. Una vez aplicado el aroma, que se halla previamente microcápsulado, basta con unir las dos caras del díptico, para que la zona de, aproximadamente un centímetro a ambos lados de la arista de unión que se halla provista de cola sin mordiente en cada cara del díptico quede enganchada mientras que el resto de la hoja queda separada.
15. De esta manera es posible apilar los folletos, embalarlos y distribuirlos a las personas a las que se desea dar a conocer el nuevo perfume o aroma.
20. En el instante de que una de estas personas desea conocer el nuevo perfume o aroma, bastará con que abra el folleto y, después de haber leído todas cuantas consideraciones se realizan en el mismo, realizar un esfuerzo hacia el exterior en las dos hojas del díptico, gracias a lo cual al estar unida su parte interior mediante cola sin mordiente, éstas, mediante un esfuerzo extra, se separan a la vez que se producirá la rotura de las
- 25.

microcápsulas conteniendo el aroma, el cual saldrá al exterior y podrá ser aspirado por la persona o personas que se hallen a su alrededor, de una forma simple y mucho más barato de como ocurre con los sistemas tradicionales.

5. Para facilitar la explicación se acompaña a la presente memoria una hoja de dibujos en la que se ha representado, a título de ejemplo ilustrativo y no limitativo, un caso de realización de un folleto publicitario aromatizado, según los principios de las reivindicaciones.

10. En los dibujos:

La figura 1 presenta una vista en perspectiva del folleto publicitario aromatizado, objeto de la presente invención, tal y como se presenta en el mercado.

15. En la figura 2 aparecen sendas secciones en planta del citado folleto, en las que son de ver las distintas capas que lo componen, mientras que en la figura 3 se observa una vista en perspectiva del sistema en que se pone en contacto con el exterior el aroma contenido en el interior de las microcápsulas.

20. La figura 4 presenta una sección en alzado de una de dichas microcápsulas y en las figuras 5, 6 y 7 aparece un complemento explicativo de la forma en que se produce la rotura de las mismas y la volatilización posterior del aroma o perfume contenido en su interior.

25. Tal y como es posible deducir de la indicada hoja de dibujos, el folleto publicitario consiste en un díptico -1-, constituido por una hoja doblada en dos iguales alrededor de una arista -2- y definiendo dos semipartes

-3- y -4-, las cuales presentan en una zona próxima a dicho vértice en una distancia aproximadamente de 1 cm. una capa de cola sin mordiente -5- que quedará adherida a cada una de las caras interiores -3- y -4-, procediéndose a continuación a aplicar sobre la capa de cola citada el aroma o perfume deseado mediante el sistema de microcapsulación -6-.

Cada una de dichas microcápsulas -6- se hallan constituidas por una envolvente gelatinosa -7- y en su interior el aroma o perfume deseado -8-.

La figura 5 presenta una sección en planta de la zona próxima a la arista -2- del díptico, en la que es posible ver que se le ha aplicado sucesivamente la capa de cola sin mordiente -5- y el aroma introducido en pequeñas esferas gelatinosas, aplicación que se ha realizado mediante un sistema de microcapsulación y definiendo una serie de elementos -6- que quedan proyectados sobre la cola -5- antes descrita.

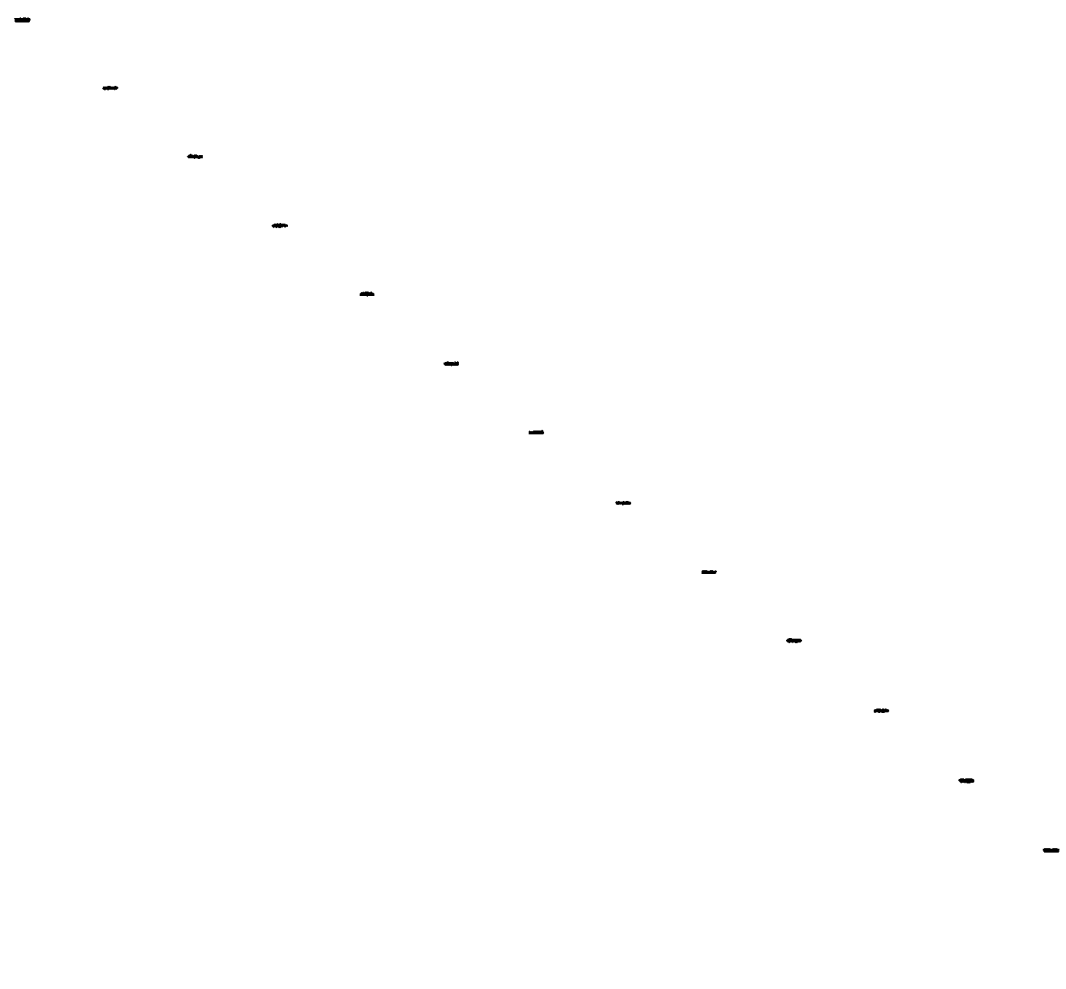
En la figura 3 se indica como por la acción de las manos se procede a desenganchar la zona provista de la cola sin mordiente -5- y en la figura 6 se observan las consecuencias de esta acción consistentes en la rotura de las microcápsulas -7-, liberando y volatilizando el aroma o perfume -8-, tal como asimismo se presenta en la figura 7.

Se trata pues de un folleto publicitario que, en sus características básicas, es completamente idéntico a un díptico de los habitualmente utilizados, teniendo como única diferencia con respecto al mismo, el recubrimiento

a un centímetro de la arista de fondo, y a cada lado de la misma de una capa de cola sin mordiente sobre la que se realiza la proyección de las microcápsulas provistas del aroma o perfume gracias a lo cual, una vez pl~~e~~gado

- 5. el díptico, la zona próxima al vértice queda enganchada, haciéndose necesario un esfuerzo exterior a fin de separar las dos partes de la misma y romper las microcápsulas, dejando salir al exterior el aroma o perfume que en ella se encuentre, lo cual conseguirá un notable efecto publici
- 10. tario, mejorando incluso los que consiguen los procedimientos hasta ahora utilizados en el mercado.

Todo cuanto no afecte, altere, cambie o modifique, la esencia del folleto publicitario descrito, será variable a los efectos del actual Modelo.



N O T A.

Se reivindica como objeto de este registro por Modelo de Utilidad:

5. 1.- Folleto publicitario aromatizado, caracteri-
zado por consistir en la incorporación a un díptico publi-
citario tradicional y sobre una distancia de un centímetro
de cada una de las caras interiores a partir del lomo del
mismo, de una capa de cola sin mordiente, sobre la que se
proyectará por microcapsulación un aroma o perfume, el cual
10. saldrá al exterior volatilizándose, en el momento que me-
diante una acción externa, como es el del esfuerzo de trac-
ción de las manos del utilizador, se separen las dos caras
del díptico, con lo que se logrará que se rompan las micro
cápsulas y se libere el aroma o perfume.

15. Sean cuales fueren las circunstancias que concu-
rran en la esencialidad del Modelo de Utilidad, definido en
la anterior reivindicación cuyo objeto es:

2.- "FOLLETO PUBLICITARIO AROMATIZADO".

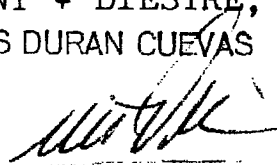
20. Consta la presente memoria de siete hojas foliá-
das, mecanografiadas por una sola cara y de los dibujos
unidos a la misma.

Barcelona, 14 ENE. 1983

P.A. de FONT + DIESTRE, S.A.,

LUIS DURAN CUEVAS

p.p.



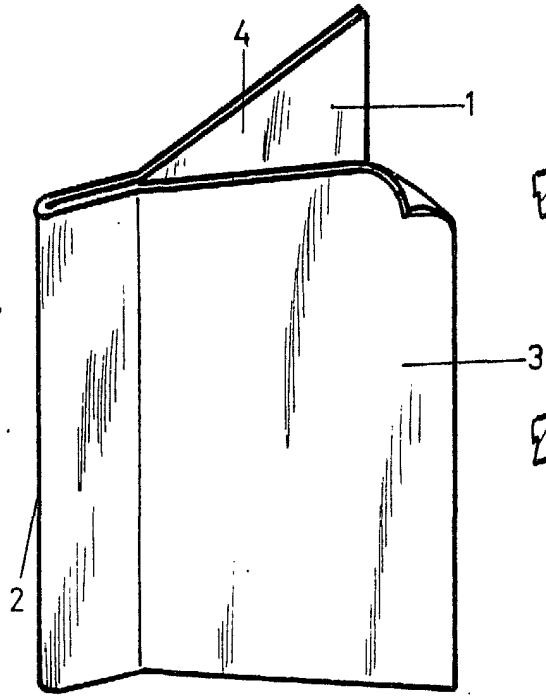


FIG. 1

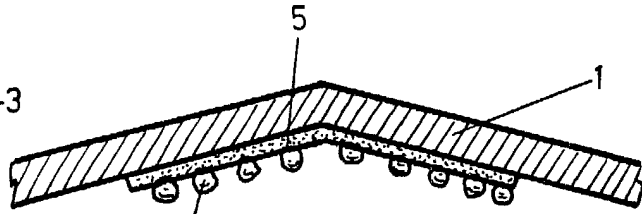
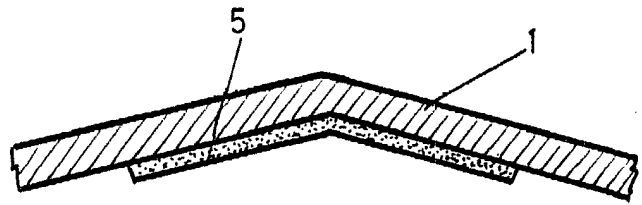


FIG. 2

BARCELONA, 14 ENE. 1983
 P.A. LUIS DURAN CUEVAS
 P.P.

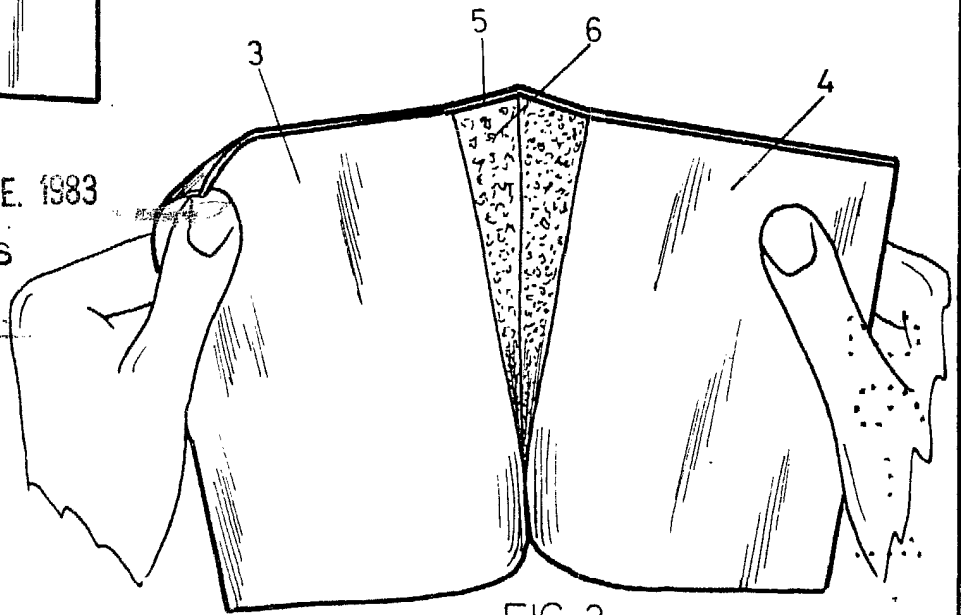


FIG. 3

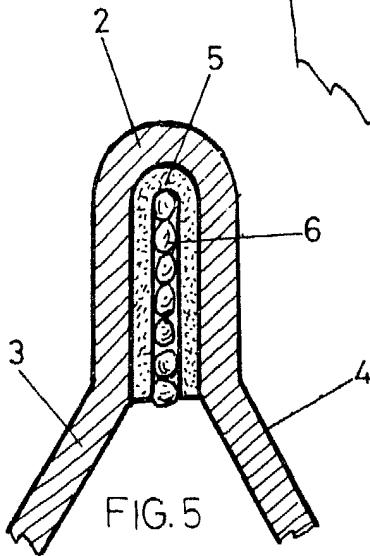


FIG. 5

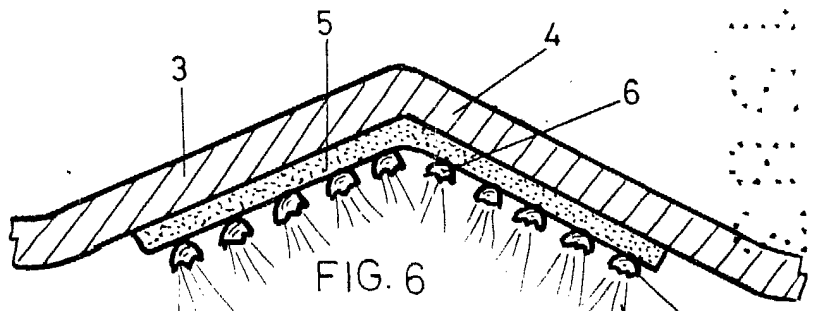


FIG. 6

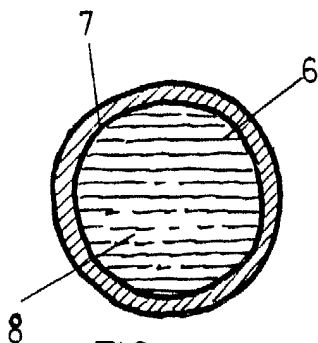


FIG. 4

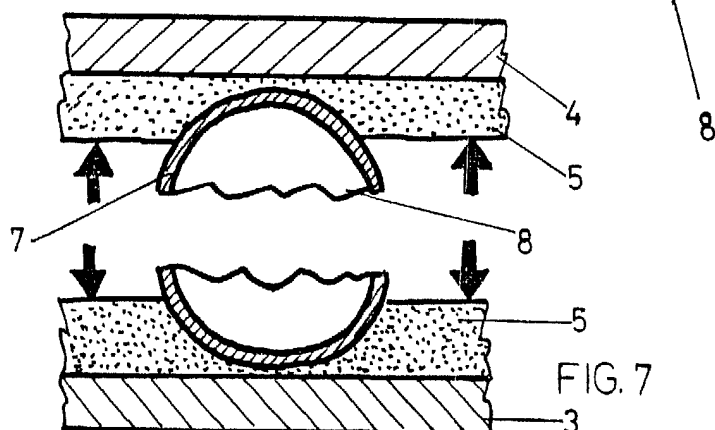


FIG. 7