



(12) **CERERE DE BREVET DE INVENȚIE**

(21) Nr. cerere: **a 2011 00048**

(22) Data de depozit: **24.01.2011**

(41) Data publicării cererii:
28.10.2011 BOPI nr. **10/2011**

(71) Solicitant:
• **BIRLAN ANDREI,**
STR. VASILE ALECSANDRI NR. 9, BAI
MARE, MM, RO

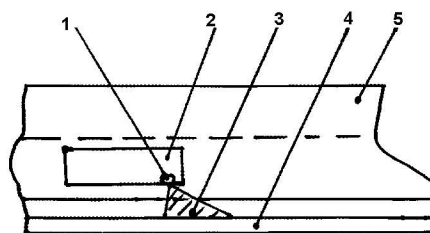
(72) Inventatori:
• **BIRLAN ANDREI, STR. VASILE**
ALECSANDRI NR. 9, BAI
MARE, MM, RO

(74) Mandatar:
CABINET INDIVIDUAL NEACȘU CARMEN
AUGUSTINA, STR.ROZELOR NR.12/3,
BAIA MARE, JUDEȚUL MARAMUREȘ

(54) **METODĂ ȘI SISTEM DE PROMOVARE A PRODUSELOR
ȘI/SAU SERVICIILOR**

(57) Rezumat:

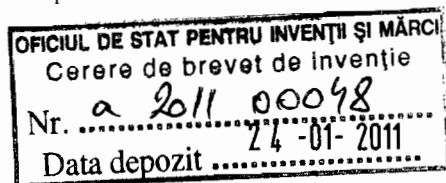
Invenția se referă la o metodă și la un sistem de promovare a produselor și/sau serviciilor, accesibil persoanelor care călătoresc pe distanțe relativ mari cu o mașină, cu un tren, cu un tramvai, cu metroul sau cu alte vehicule, oferindu-le un mijloc plăcut de petrecere a timpului. Sistemul conform invenției este format dintr-un dispozitiv (1) de proiectare a unei imagini (2) statice/video care conține mesajul de promovare, care este montat pe mașină sau pe tren, pe tramvai sau pe metrou (3), fie lateral, fie deasupra, fie integrat în caroserie, din niște panouri (4) montate pe marginea căii ferate sau pe marginea drumurilor (5), în locul acestora putându-se utiliza pereții tunelurilor de metrou sau parametrii de protecție ai autostrăzilor. Metoda conform invenției constă în proiectarea imaginii (2) provenite de la dispozitivul (1) de proiectare montat pe caroseria trenului sau autocarului, sau încorporat în caroserie (3), pe suprafața panourilor (4) montate pe marginea căii ferate, pe pereții tunelurilor de metrou, pe marginea drumurilor, fie chiar și pe parapetii de protecție ai autostrăzilor (5), în funcție de situație.



Revendicări: 2
Figuri: 1

Cu începere de la data publicării cererii de brevet, cererea asigură, în mod provizoriu, solicitantului, protecția conferită potrivit dispozițiilor art.32 din Legea nr.64/1991, cu excepția cazurilor în care cererea de brevet de invenție a fost respinsă, retrasă sau considerată ca fiind retrasă. Întinderea protecției conferite de cererea de brevet de invenție este determinată de revendicările conținute în cererea publicată în conformitate cu art.23 alin.(1) - (3).





METODĂ ȘI SISTEM DE PROMOVARE A PRODUSELOR ȘI/SAU SERVICIILOR

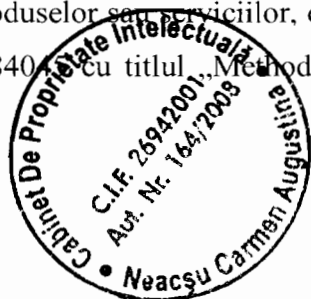
Prezenta invenție se referă la o metodă și un sistem de promovare a produselor și/sau serviciilor foarte vizibil și ușor de realizat, accesibil celor care călătoresc pe distanțe mari cu mașina, cu trenul, cu metroul, cu autocare, etc. și care oferă un mijloc plăcut de petrecere a unui timp care, în mod obișnuit, este plictisitor.

Sunt cunoscute multe și diverse procedee și sisteme de postare a reclamelor în spații deschise sau închise. Un astfel de exemplu este cel prezentat în brevetul cu nr. US 6,487,801, având titlul „System and method for displaying advertising”. Soluția pe care o conține acest brevet, presupune ca un mediu mobil să se miște în mod continuu și să proiecteze o imagine pe suprafața unui obiect plasat în fața acestui mediu mobil. Mișcarea imaginii proiectate pe mediul mobil în raport cu obiectul crează un efect, și anume obiectul se va mișca în raport cu imaginea. Dezavantajul acestei soluții este acela că necesită un obiect care să intermedieze proiecția imaginii dorite.

O altă metodă, prezentată în cererea de brevet de invenție cu nr. US 2008/0173193 cu titlul „Method of advertising”, constă în afișarea (proiectarea) unei imagini sau a unui mesaj pre-selectat pe o suprafață murdară, cum ar fi gard, suprafețe exterioare ale unor clădiri rezidențiale, trotuare. Modelul sau șablonul purtând imaginea ce se dorește a fi proiectată este plasat pe suprafața murdară iar spațiul din șablon este curat. Apoi, modelul se îndepărtează astfel încât imaginea sau mesajul pre-selectat devine vizibil datorită contrastului vizual dintre suprafața curată a modelului (șablonului) și suprafața murdară care o înconjoară și pe care modelul a fost aplicat. Dezavantajul acestei soluții este acela că necesită un volum mare de muncă pentru a murdări, respectiv a curăța anumite suprafețe, precum și faptul că implică confecționarea unui model (șablon) pentru fiecare imagine ce urmează a fi promovată.

Un sistem și o metodă de promovare a unei imagini conținând un mesaj publicitar, deci o formă de promovare a produselor și/sau serviciilor, este prezentată și în cererea de brevet de invenție cu nr. US 2009/008404 cu titlul „Method of allocating advertising space and

ANDREI BÎRLAN



system therefor". Acest sistem presupune afișarea unei imagini pe acoperișul plan al unei clădiri spre a fi văzut din avioanele care survolează regiunea. Dezavantajul acestei soluții este acela că este destul de complicat ca efort uman și material comparativ cu posibilul efect, adică numărul celor care văd reclama este limitat la cei care călătoresc cu avionul și, dintre aceștia, numai cei aflați pe o latură a avionului pot vedea imaginea respectivă și numai dacă se uită pe geam, ori se știe că există multe persoane care nu suportă să se uite pe geamul avionului.

Brevetul cu nr. CN 1200527 A, cu titlul „Advertising and information transmission method” se referă la o metodă de promovare care utilizează mașini de transport echipate cu ecrane TV foarte mari pe care sunt proiectate imaginile dorite cu un aparat de profil, pe care sunt înregistrate acele imagini. Principalul dezavantaj al acestei soluții este dificultatea atât a confecționării acelor panouri (ecrane), precum și a montării lor pe mașini.

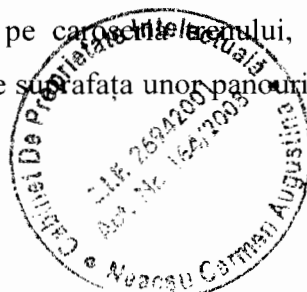
Există și o metodă de promovare a produselor prin imagini proiectate în stațiile de metrou, și anume cererea de brevet de invenție cu nr. WO 2004/114262 A1, având titlul „Advertising system for subwaz and method of controlling the same”. În acest caz, imaginea dorită a fi promovată este proiectată de către un proiector montat în stația de metrou. Suprafața de afișare (de expunere) este formată din unul sau mai multe panouri montate în același spațiu. Soluția este foarte cunoscută și larg aplicată în practică. Dezavantajul comun al acestei soluții, ca de altfel și al celorlalte, este acela că gradul de adresabilitate al procedurii (metodei) este limitat fie la cei care se află, la un moment dat în stația de metrou, fie la cei care se află în avion, precum și faptul că privitorul nu vede numai reclama, el vede și alte elemente din decorul alăturat reclamei..

De asemenea, în toate situațiile, probabilitatea ca mesajul sau imaginea să fie văzută de toți trecătorii sau pasagerii este redusă. Niciuna din metodele prezentate nu are calitatea de a capta atenția potențialilor privitori, deoarece aceștia au acces la imagine pentru un interval scurt de timp: în avion, sunt câteva secunde, în stația de metrou pot fi câteva minute, pe stradă, la fel doar câteva minute. Un alt dezavantaj este acela că imaginile care conțin mesajul de promovare sunt discontinue și obosec ochiul privitorului.

Problema tehnică pe care o rezolvă invenția mea este acela că mărește foarte mult adresabilitatea mesajului de promovare, atât ca număr de privitori, cât și ca timp de expunere a reclamei, acoperind integral câmpul vizual al privitorului fără ca metoda să afecteze acuitatea vizuală a privitorului.

Invenția mea rezolvă această problemă prin proiectarea imaginii provenită de la un dispozitiv de proiectare montat pe caroseria trenului, mașinii sau autocarului, sau chiar integrat în caroseria respectivă, pe suprafața unor panouri montate pe marginea căii ferate, pe

ANDREI BÎRLAN

marginea drumurilor, sau direct pe pereții tunelurilor de metrou sau pe parapetii de protecție ai autostrăzilor, funcție de situație. Deoarece vehiculul și imaginea se deplasează cu aceeași viteză, vizionarea nu are de suferit.

Avantajele invenției sunt următoarele:

- mărește foarte mult adresabilitatea mesajului de promovare, ca număr de privitori;
- imaginea proiectată este continuă și nu obosește ochiul privitorului;
- mărește timpul de expunere a imaginii promoționale, deoarece spectatorul (privitorul) nu poate pleca din vehicul, iar reclama este vizibilă de la fiecare geam, pe toată durata călătoriei, care durează ore în șir;
- constituie un mod de deconectare pentru călătorii din trenuri supraterane, subterane sau din autocarele care fac curse lungi;
- impactul vizual al imaginii de promovare este foarte puternic deoarece imaginea proiectată realizează un spațiu comun și închis cu caroseria, privitorul nemaivăzând altceva decât imaginea respectivă;

În continuare, prezentăm un exemplu de realizare practică a invenției descrise.

Sistemul de promovare a produselor și/sau serviciilor conform invenției este format dintr-un dispozitiv de proiectare (1) a unei imagini statice/video (2) care conține mesajul de promovare, montat pe tren, pe mașină sau pe autocar (3), fie lateral, fie deasupra, fie integrat în caroserie și din panouri (4) montate pe marginea căii ferate sau pe marginea drumurilor (5), în locul acestora putându-se utiliza pereții tunelurilor de metrou sau parapetii de protecție ai autostrăzilor (fig.1).

Metoda de promovare constă în proiectarea imaginii (2) provenită de la dispozitivul de proiectare (1) montat pe caroseria trenului sau autocarului sau încorporat în carosieră (3) pe suprafața panourilor (4) montate pe marginea căii ferate, pe pereții tunelurilor de metrou, pe marginea drumurilor, fie chiar și pe parapetii de protecție ai autostrăzilor (5), funcție de situație. Deoarece vehiculul și imaginea se deplasează cu aceeași viteză, vizionarea nu are de suferit (fig.1).

REVENDICĂRI

1. Sistem de promovare a produselor și/sau serviciilor **caracterizat prin aceea că** este format dintr-un dispozitiv de proiectare (1) a unei imagini statice/video (2) care conține mesajul de promovare, montat pe tren, pe mașină sau pe autocar (3), fie lateral, fie deasupra, fie integrat în caroserie și din panouri (4) montate pe marginea căii ferate sau pe marginea drumurilor (5), în locul acestora putându-se utiliza peretele tunelurilor de metrou sau parapetii de protecție ai autostrăzilor.
2. Metodă de promovare a produselor și/sau serviciilor **caracterizată prin aceea că** constă în proiectarea imaginii (2) provenită de la dispozitivul de proiectare (1) montat pe caroseria trenului sau autocarului sau încorporat în carosrie (3) pe suprafața panourilor (4) montate pe marginea căii ferate, pe pereții tunelurilor de metrou, pe marginea drumurilor, fie chiar și pe parapetii de protecție ai autostrăzilor (5), funcție de situație.

ANDREI BÎRLAN



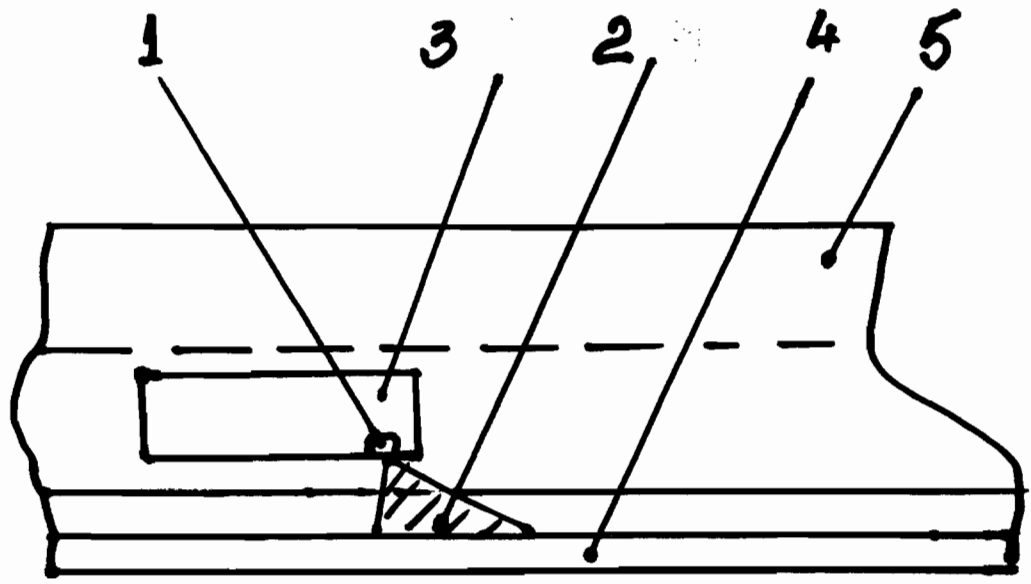


fig. 1

ANDREI BIRLAN



METODĂ ȘI SISTEM DE PROMOVARE A PRODUSELOR ȘI/SAU SERVICIILOR

Prezenta invenție se referă la o metodă și un sistem de promovare a produselor și/sau serviciilor foarte vizibil și ușor de realizat, accesibil celor care călătoresc pe distanțe mari cu mașina, cu trenul, cu metroul, cu autocare, etc. și care oferă un mijloc plăcut de petrecere a unui timp care, în mod obișnuit, este plictisitor.

Sunt cunoscute multe și diverse procedee și sisteme de postare a reclamelor în spații deschise sau închise. Un astfel de exemplu este cel prezentat în brevetul cu nr. US 6,487,801, având titlul „System and method for displaying advertising”. Soluția pe care o conține acest brevet, presupune ca un mediu mobil să se miște în mod continuu și să proiecteze o imagine pe suprafața unui obiect plasat în fața acestui mediu mobil. Mișcarea imaginii proiectate pe mediul mobil în raport cu obiectul crează un efect, și anume obiectul se va mișca în raport cu imaginea. Dezavantajul acestei soluții este acela că necesită un obiect care să intermedieze proiecția imaginii dorite.

O altă metodă, prezentată în cererea de brevet de invenție cu nr.US 2008/0173193 cu titlul „Method of advertising”, constă în afișarea (proiectarea) unei imagini sau a unui mesaj pre-selectat pe o suprafață murdară, cum ar fi gard, suprafețe exterioare ale unor clădiri rezidențiale, trotuare. Modelul sau șablonul purtând imaginea ce se dorește a fi proiectată este plasat pe suprafața murdară iar spațiul din șablon este curat. Apoi, modelul se îndepărtează astfel încât imaginea sau mesajul pre-selectat devine vizibil datorită contrastului vizual dintre suprafața curată a modelului (șablonului) și suprafața murdară care o înconjoară și pe care modelul a fost aplicat. Dezavantajul acestei soluții este acela că necesită un volum mare de muncă pentru a murdări, respectiv a curăța anumite suprafețe, precum și faptul că implică confecționarea unui model (șablon) pentru fiecare imagine ce urmează a fi promovată.

Un sistem și o metodă de promovare a unei imagini conținând un mesaj publicitar, deci o formă de promovare a produselor sau serviciilor, este prezentată și în cererea de brevet de invenție cu nr. US 2009/0084045 cu titlul „Method of allocating advertising space and system therefor”. Acest sistem presupune afișarea unei imagini pe acoperișul plan al clădirii spre a fi văzut din avioanele care survolează regiunea. Dezavantajul acestei soluții este

ANDREI BÎRLAN



acela că este destul de complicat ca efort uman și material comparativ cu posibilul efect, adică numărul celor care văd reclama este limitat la cei care călătoresc cu avionul și, dintre aceștia, numai cei aflați pe o latură a avionului pot vedea imaginea respectivă și numai dacă se uită pe geam, ori se știe că există multe persoane care nu suportă să se uite pe geamul avionului.

Brevetul cu nr. CN 1200527 A, cu titlul „Advertising and information transmission method” se referă la o metodă de promovare care utilizează mașini de transport echipate cu ecrane TV foarte mari pe care sunt proiectate imaginile dorite cu un aparat de profil, pe care sunt înregistrate acele imagini. Principalul dezavantaj al acestei soluții este dificultatea atât a confecționării acelor panouri (ecrane), precum și a montării lor pe mașini.

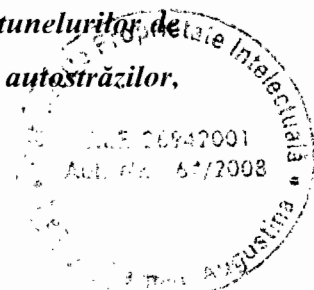
Există și o metodă de promovare a produselor prin imagini proiectate în stațiile de metrou, și anume cererea de brevet de invenție cu nr. WO 2004/114262 A1, având titlul „Advertising system for subwaz and method of controlling the same”. În acest caz, imaginea dorită a fi promovată este proiectată de către un proiector montat în stația de metrou. Suprafața de afișare (de expunere) este formată din unul sau mai multe panouri montate în același spațiu. Soluția este foarte cunoscută și larg aplicată în practică. Dezavantajul comun al acestei soluții, ca de altfel și al celorlalte, este acela că gradul de adresabilitate al procedurii (metodei) este limitat fie la cei care se află, la un moment dat în stația de metrou, fie la cei care se află în avion, precum și faptul că privitorul nu vede numai reclama, el vede și alte elemente din decorul alăturat reclamei..

De asemenea, în toate situațiile, probabilitatea ca mesajul sau imaginea să fie văzută de toți trecătorii sau pasagerii este redusă. Niciuna din metodele prezentate nu are calitatea de a capta atenția potențialilor privitori, deoarece aceștia au acces la imagine pentru un interval scurt de timp: în avion, sunt câteva secunde, în stația de metrou pot fi câteva minute, pe stradă, la fel doar câteva minute. Un alt dezavantaj este acela că imaginile care conțin mesajul de promovare sunt discontinue și obosesc ochiul privitorului.

Problema tehnică pe care o rezolvă invenția revendicată constă în mărimea foarte mare a adresabilității mesajului de promovare, atât ca număr de privitori, cât și ca timp de expunere a reclamei, acoperind integral câmpul vizual al privitorului fără ca metoda să afecteze acuitatea vizuală a privitorului.

Metoda conform invenției revendicate rezolvă această problemă prin proiectarea imaginii provenită de la dispozitivul de proiectare montat în interiorul mijlocului de transport pe suprafața panourilor montate pe marginea căii ferate, pe pereții tunelurilor de metrou, pe marginea drumurilor, fie chiar și pe parapetii de protecție ai autostrăzilor, funcție de situație.

ANDREI BÎRLAN

Metoda și sistemul conform invenției revendicate prezintă următoarele avantaje:

- mărește foarte mult adresabilitatea mesajului de promovare, ca număr de privitori;
- imaginea proiectată este continuă și nu obosește ochiul privitorului;
- mărește timpul de expunere a imaginii promoționale, deoarece spectatorul (privitorul) nu poate pleca din vehicul, iar reclama este vizibilă de la fiecare geam, pe toată durata călătoriei, care durează ore în șir;
- constituie un mod de deconectare pentru călătorii din trenuri supraterane, subterane sau din autocarele care fac curse lungi;
- impactul vizual al imaginii de promovare este foarte puternic deoarece imaginea proiectată realizează un spațiu comun și închis cu caroseria, privitorul nemaivăzând altceva decât imaginea respectivă;

Se dă, în continuare, un exemplu de realizare practică a metodei și sistemului conform invențiilor revendicate în legătura cu figura 1.

Sistemul de promovare a produselor și/sau serviciilor conform invenției este format dintr-un dispozitiv de proiectare (1) a unei imagini statice/video (2) care conține mesajul de promovare, montat în interiorul mijlocului de transport (tren, mașină, autocar, etc.) (3) și din panourile (4) montate pe marginea căii ferate sau pe marginea drumurilor (5), în locul acestora putându-se utiliza pereții tunelurilor de metrou sau parapetii de protecție ai autostrăzilor (fig.1).

Metoda de promovare constă în proiectarea imaginii (2) provenită de la dispozitivul de proiectare (1) montat în interiorul mijlocului de transport (tren, mașină, autocar, etc.) (3) pe suprafața panourilor (4) montate pe marginea căii ferate, pe pereții tunelurilor de metrou, pe marginea drumurilor, fie chiar și pe parapetii de protecție ai autostrăzilor (5), funcție de situație. Deoarece vehiculul și imaginea se deplasează cu aceeași viteză, vizionarea nu are de suferit (fig.1).

În urma experimentului efectuat, s-a dovedit că metoda de promovare conform invenției este viabilă și eficientă. Proiecția nu este afectată de viteza de deplasare a trenului sau mașinii deoarece proiecția se mișcă cu aceeași viteză cu cea a vehiculului (între cele două se anulează viteza), rămânând încadrată permanent în conturul geamului, astfel călătorii vizionează imaginea ca într-o sală de cinematograful, sau la TV.

REVENDICĂRI

1. *Sistem de promovare a produselor și/sau serviciilor format dintr-un dispozitiv de proiectare (1) a unei imagini statice/video (2) care conține mesajul de promovare, din panouri (4) montate pe marginea căii ferate sau pe marginea drumurilor (5), în locul acestora putându-se utiliza pereții tunelurilor de metrou sau parapetii de protecție ai autostrăzilor, caracterizat prin aceea că dispozitivul de proiectare (1) este montat în interiorul mijlocului de transport (tren, mașină, autocar, etc.) (3).*
2. *Metodă de promovare a produselor și/sau serviciilor caracterizat prin aceea că constă în proiectarea imaginii (2) provenită de la dispozitivul de proiectare (1) montat în interiorul mijlocului de transport (tren, mașină, autocar, etc.) (3) pe suprafața panourilor (4) montate pe marginea căii ferate, pe pereții tunelurilor de metrou, pe marginea drumurilor, fie chiar și pe parapetii de protecție ai autostrăzilor (5), funcție de situație.*