



MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO
DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE
UFFICIO ITALIANO BREVETTI E MARCHI

DOMANDA NUMERO	102007901528312
Data Deposito	01/06/2007
Data Pubblicazione	01/12/2008

Sezione	Classe	Sottoclasse	Gruppo	Sottogruppo
G	09	G		

Titolo

SISTEMA DI GESTIONE DI MESSAGGI PUBBLICITARI ELETTRONICI.

D E S C R I Z I O N E

del brevetto per invenzione industriale
di COTRONEO VINCENZO LEONARDO,
di nazionalità italiana,
con residenza : VIA ORLANDINI, 615/A
51015 MONSUMMANO TERME (PT)
Inventore: COTRONEO Vincenzo Leonardo

*** **

SETTORE DELLA TECNICA

La presente invenzione è relativa ad un sistema di gestione di messaggi pubblicitari elettronici.

ARTE ANTERIORE

Le grandi aziende o le grandi catene commerciali (Auchan, Carrefour, Standa) che si rivolgono ad un elevato numero di potenziali consumatori distribuiti in larghe porzioni del territorio nazionale per veicolare i loro messaggi pubblicitari utilizzano normalmente i mezzi di comunicazione di massa (televisione, Internet e carta stampata). Invece, le piccole aziende e soprattutto i piccoli esercizi commerciali (ristoranti, pizzerie a domicilio, artigiani...) che si rivolgono ad un ristretto numero di potenziali consumatori che si trovano nei dintorni della sede sociale (cioè in una zona ben precisa e limitata di una città) non potendo utilizzare i mezzi

di comunicazione di massa utilizzano unicamente volantini pubblicitari cartacei che vengono distribuiti manualmente nelle cassette della posta dei potenziali consumatori che si trovano nei dintorni della sede sociale.

Tuttavia, l'utilizzo dei volantini pubblicitari è abbastanza costosa a causa dei costi legati alla stampa ed alla successiva distribuzione dei volantini pubblicitari. Inoltre, i volantini pubblicitari sono poco flessibili in quanto non potendo venire ristampati frequentemente e non potendo venire differenziati se non in modo molto limitato (per contenere i costi di logistica e distribuzione) non permettono di differenziare il messaggio pubblicitario secondo criteri geografici e/o temporali (ad esempio promozioni o offerte speciali limitate nel tempo e/o limitate a zone particolari come gli abitanti di una determinata via). Infine, molti consumatori sono dell'opinione che i volantini pubblicitari siano solo di ingombro nelle loro caselle postali rifiutando a priori di leggere i volantini pubblicitari ricevuti; di conseguenza, gli sforzi commerciali di molti inserzionisti risultano avere scarsa efficacia, cioè il costo sostenuto per la stampa e la distribuzione dei volantini non viene

adeguatamente remunerato né dall'incremento dei consumi né tanto meno dal raggiungimento di un potenziale target di consumatori.

DESCRIZIONE DELLA INVENZIONE

Scopo della presente invenzione è di realizzare un sistema di gestione di messaggi pubblicitari elettronici che sia esente dagli inconvenienti sopra descritti e sia nel contempo di facile ed economica realizzazione.

Secondo la presente invenzione viene realizzato un sistema di gestione di messaggi pubblicitari elettronici secondo quanto rivendicato dalle rivendicazioni allegate.

BREVE DESCRIZIONE DEI DISEGNI

La presente invenzione verrà ora descritta con riferimento al disegno annesso, che ne illustra un esempio di attuazione non limitativo; in particolare, la figura 1 allegata illustra una vista schematica di un sistema di gestione di messaggi pubblicitari elettronici realizzato in accordo con la presente invenzione.

FORME DI ATTUAZIONE PREFERITE DELL' INVENZIONE

Nella figura 1, con il numero 1 è indicato nel suo complesso un sistema di gestione di messaggi 2 pubblicitari elettronici.

Il sistema 1 di gestione comprende una pluralità di postazioni 3 infotelematiche pubbliche, le quali sono sparse sul territorio (tipicamente sono installate in condomini e/o in spazi pubblici come i centri commerciali) e sono contraddistinte ciascuna da almeno una prima caratteristica. In particolare, ciascuna postazione 3 infotelematica pubblica (denominata informalmente "totem") comprende un corpo 4 di supporto che si sviluppa verticalmente ed è provvisto di una base 5 di appoggio al pavimento; il corpo 4 di supporto alloggia al suo interno un computer 6 provvisto di un collegamento 7 di rete (via cavo o via radio), uno schermo 8 visibile all'esterno ed un dispositivo 9 di ingresso accessibile dall'esterno (ad esempio un dispositivo di puntamento come un mouse o un trackball e/o un dispositivo di digitazione come una tastiera o un sistema touch-screen). Inoltre, il corpo 4 di supporto potrebbe anche alloggiare una stampante 10 collegata al computer 6 per fornire ad un utente una stampa delle informazioni richieste dall'utente stesso.

Inoltre, il sistema 1 di gestione comprende un computer 11 server centrale, il quale è collegato in rete con tutte le postazioni 3 infotelematiche

pubbliche ed è provvisto di una memoria 12 centrale
atta a memorizzare le prime caratteristiche delle
postazioni 3 infotelematiche pubbliche ed una serie
di messaggi 2 pubblicitari elettronici ciascuno dei
quali è contraddistinto da almeno una seconda
caratteristica. Il computer 11 server centrale
comprende un dispositivo 13 di elaborazione centrale
(costituito da un algoritmo software) atto a
selezionare per ciascuna postazione 3 infotelematica
pubblica un gruppo di messaggi 2 pubblicitari
elettronici, ciascuno dei quali presenta una seconda
caratteristica compatibile (cioè corrispondente) con
la prima caratteristica della postazione 3
infotelematica pubblica. Infine, il computer 11
server centrale comprende un dispositivo 14 di
comunicazione centrale (costituito da un algoritmo
software), il quale è atto ad inviare a ciascuna
postazione 3 infotelematica pubblica il rispettivo
gruppo di messaggi 2 pubblicitari elettronici
selezionato dal dispositivo 13 di elaborazione
centrale in modo tale che la postazione 3
infotelematica pubblica possa visualizzare i messaggi
2 pubblicitari elettronici stessi.

Ciascuna postazione 3 infotelematica pubblica
può ricevere insieme tutti i propri messaggi 2

pubblicitari elettronici e memorizzare tali messaggi 2 pubblicitari elettronici in una propria memoria; in questo caso il collegamento tra il computer 11 server centrale e le postazioni 3 infotelematiche pubbliche avviene poco frequentemente e solo per aggiornare i messaggi 2 pubblicitari elettronici (tale soluzione è particolarmente adatta a collegamenti radio che presentano una possibilità di trasmissione limitata). In alternativa, ciascuna postazione 3 infotelematica pubblica può collegarsi al computer 11 server centrale ogni volta che deve visualizzare un proprio messaggio 2 pubblicitario elettronico per ricevere il messaggio 2 pubblicitario elettronico stesso che quindi non viene memorizzato in una memoria della postazione 3 infotelematica pubblica; in questo caso il collegamento tra il computer 11 server centrale e le postazioni 3 infotelematiche pubbliche avviene molto frequentemente.

Secondo una preferita forma di attuazione, le caratteristiche comprendono una collocazione geografica e/o una preferenza merceologica. In altre parole, ciascun postazione 3 infotelematica pubblica è contraddistinta dalla propria collocazione geografica e/o da proprie preferenze merceologiche; analogamente, ciascun messaggio 2 pubblicitario

elettronico è contraddistinto da una collocazione geografica (tipicamente la zona in cui viene erogato il servizio/bene pubblicizzato) e/o da una classe merceologica (cioè quale è il servizio/bene pubblicizzato). In questo modo, il dispositivo 13 di elaborazione centrale per ciascuna postazione 3 infotelematica pubblica seleziona solo i messaggi 2 pubblicitari elettronici che hanno la stessa collocazione geografica della postazione 3 infotelematica pubblica e/o hanno una classe merceologica compresa tra le preferenze merceologiche della postazione 3 infotelematica pubblica.

Facendo un esempio di quanto sopra descritto, una postazione infotelematica pubblica collocata in un determinato quartiere riceve solo i messaggi 2 pubblicitari elettronici relativi a beni/servizi erogati in quel quartiere. Un altro esempio è una postazione 3 infotelematica pubblica potrebbe essere collocata in una casa di riposo per anziani e quindi potrebbe presentare come preferenze merceologiche farmaci geriatrici, servizi di accompagnamento, articoli di ortopedia offerti nelle vicinanze della casa di riposo; di conseguenza, tale postazione infotelematica pubblica riceverà esclusivamente (o principalmente, ma non esclusivamente) messaggi 2

pubblicitari elettronici relativi a servizi/beni che rientrano nelle preferenze merceologiche della postazione 3 infotelematica pubblica stessa. Ulteriori esempi potrebbero essere una postazione 3 infotelematica pubblica collocata in una scuola (articoli di cancelleria, librerie, giocattoli, articoli sportivi offerti nelle vicinanze della scuola), in un nido di infanzia (servizi di baby-sitting, articoli prima infanzia, servizi di pediatria offerti nelle vicinanze del nido di infanzia), in una discoteca (articoli musicali, servizio taxi, moda e vestiti offerti nelle vicinanze della discoteca), oppure in un albergo (servizio taxi, ristoranti, cinema offerti nelle vicinanze dell'albergo). Ovviamente il concetto di "vicinanza" dipende dal bene/servizio erogato; ad esempio difficilmente un consumatore si rivolgerà ad una pizzeria da asporto lontana alcuni chilometri dalla propria abitazione ma non avrà alcuna remora nel visitare un grosso Outlet lontano anche decine di chilometri dalla propria abitazione.

E' importante osservare che la collocazione geografica è sempre presente in quanto è una caratteristica imprescindibile di una postazione 3 infotelematica pubblica e di un bene/servizio

(ovviamente un bene/servizio potrebbe anche venire proposto in tutta la città, cioè a tutte le postazioni 3 infotelematiche pubbliche). Invece, la preferenza merceologica potrebbe anche non essere espressa o espressa in modo limitato e dipendente essenzialmente dalle caratteristiche intrinseche del luogo pubblico in cui è installata la postazione 3 infotelematica pubblica (ad esempio è evidente che un servizio taxi è tendenzialmente pubblicizzato in un albergo e non in un condominio).

Secondo una preferita forma di attuazione, ciascun messaggio 2 pubblicitario elettronico è contraddistinto anche da una caratteristica temporale (cioè una certa fascia oraria o di giorno in cui il messaggio 2 pubblicitario elettronico deve essere tassativamente o preferibilmente trasmesso); il dispositivo 13 di elaborazione determina i messaggi 2 pubblicitari elettronici da inviare alle postazioni 3 infotelematiche pubbliche anche in funzione della caratteristica temporale dei messaggi 2 pubblicitari elettronici e dalla data e/o ora correnti.

Per riassumere quanto sopra esposto, alle varie postazioni 3 infotelematiche pubbliche sparse per la città non vengono inviati gli stessi messaggi 2 pubblicitari elettronici uguali per tutti, ma per

ciascuna postazione 3 infotelematica pubblica vengono adattati (customizzati) i messaggi 2 pubblicitari elettronici in funzione della collocazione geografica della postazione 3 infotelematica pubblica, in funzione delle preferenze merceologiche associate alla postazione 3 infotelematica pubblica, ed eventualmente in funzione della data e/o ora correnti.

In questo modo, la creazione e la diffusione di un messaggio pubblicitario di una impresa commerciale risulta particolarmente economico in quanto il messaggio pubblicitario viene creato e diffuso solo in forma elettronica; eventualmente, un utente potrebbe richiedere la stampa delle informazioni contenute in un messaggio 2 pubblicitario elettronico direttamente ad una postazione 3 infotelematica pubblica, ma ovviamente in questo caso siamo di fronte ad un utente molto interessato al messaggio 2 pubblicitario elettronico stesso. Inoltre, i messaggi 2 pubblicitari elettronici sono estremamente flessibili, in quanto possono venire adattati in funzione di diversi criteri (ad esempio temporale e geografico); ad esempio, risulta possibile pubblicizzare offerte promozionali temporalmente molto limitate, un ristorante nell'ora di pranzo può

proporre un servizio di consegna a domicilio per uffici e nell'ora di cena può pubblicizzare dei menù degustazione, oppure un ristorante il 21 febbraio (giorno di San Valentino) può pubblicizzare una cena a lume di candela.

Infine, grazie al fatto di eliminare completamente (o quasi completamente) l'utilizzo di carta (che deve venire prodotta e successivamente smaltita come rifiuto), il sistema 1 di gestione sopra descritto permette di ottenere degli indubbi vantaggi da punto di vista ecologico.

E' importante osservare che una postazione 3 infotelematica pubblica può venire utilizzata anche come punto di navigazione Internet pubblico utilizzabile per accedere liberamente ad Internet (ad esempio previa registrazione e nel caso di collegamento gratuito per un tempo giornaliero limitato). Inoltre, una postazione 3 infotelematica pubblica può venire utilizzata anche per collegarsi ai servizi telematici pubblici messi, ad esempio, a disposizione dal comune. Grazie a tali vantaggi, è presumibile che l'installazione delle postazioni 3 infotelematiche pubbliche venga vista con favore sia nei condomini, sia negli spazi pubblici di natura commerciale (discoteche, alberghi centri

commerciali...), sia negli spazi pubblici di natura pubblica (scuole, ospedali...).

R I V E N D I C A Z I O N I

1) Sistema (1) di gestione di messaggi (2) pubblicitari elettronici comprendente:

una pluralità di postazioni (3) infotelematiche pubbliche, le quali sono sparse sul territorio e sono contraddistinte ciascuna da almeno una prima caratteristica;

una memoria (12) centrale atta a memorizzare le prime caratteristiche delle postazioni (3) infotelematiche pubbliche ed una serie di messaggi (2) pubblicitari elettronici ciascuno dei quali è contraddistinto da almeno una seconda caratteristica;

un dispositivo (13) di elaborazione centrale atto a selezionare per ciascuna postazione (3) infotelematica pubblica un gruppo di messaggi (2) pubblicitari elettronici, ciascuno dei quali presenta una seconda caratteristica compatibile con la prima caratteristica della postazione (3) infotelematica pubblica; ed

un dispositivo (14) di comunicazione centrale, il quale è atto ad inviare a ciascuna postazione (3) infotelematica pubblica il rispettivo gruppo di messaggi (2) pubblicitari elettronici selezionato dal dispositivo (13) di elaborazione centrale in modo tale che la postazione (3) infotelematica pubblica

possa visualizzare i messaggi (2) pubblicitari elettronici stessi.

2) Sistema (1) di gestione secondo la rivendicazione 1, in cui le caratteristiche comprendono una collocazione geografica.

3) Sistema (1) di gestione secondo la rivendicazione 1 o 2, in cui le caratteristiche comprendono una preferenza merceologica.

4) Sistema (1) di gestione secondo la rivendicazione 1, 2 o 3, in cui ciascun messaggio (2) pubblicitario elettronico è contraddistinto anche da una caratteristica temporale; il dispositivo (13) di elaborazione determina i messaggi (2) pubblicitari elettronici da inviare alle postazioni (3) infotelematiche pubbliche anche in funzione della caratteristica temporale dei messaggi (2) pubblicitari elettronici e dalla data e/o ora corrente.

5) Sistema (1) di gestione secondo una delle rivendicazioni da 1 a 4, in cui ciascuna postazione (3) infotelematica pubblica comprende:

un corpo (4) di supporto che si sviluppa verticalmente ed è provvisto di una base (5) di appoggio al pavimento;

un computer (6) provvisto di un collegamento (7)

di rete;

uno schermo (8) visibile all'esterno; ed
un dispositivo (9) di ingresso accessibile
dall'esterno.

6) Sistema (1) di gestione secondo la
rivendicazione 5, in cui ciascuna postazione (3)
infotelematica pubblica comprende una stampante (10)
collegata al computer (6) per fornire ad un utente
una stampa delle informazioni richieste dall'utente.

7) Sistema (1) di gestione secondo una delle
rivendicazioni da 1 a 6, in cui ciascuna postazione
(3) infotelematica pubblica riceve insieme tutti i
propri messaggi (2) pubblicitari elettronici e
memorizza i messaggi (2) pubblicitari elettronici in
una propria memoria.

8) Sistema (1) di gestione secondo una delle
rivendicazioni da 1 a 6, in cui ciascuna postazione
(3) infotelematica pubblica si collega al computer
(11) server centrale ogni volta che deve visualizzare
un proprio messaggio (2) pubblicitario elettronico
per ricevere il messaggio (2) pubblicitario
elettronico stesso.

9) Metodo gestione di messaggi (2) pubblicitari
elettronici e comprendente le fasi di:

installare una pluralità di postazioni (3)

infotelematiche pubbliche;

contraddistinguere ciascuna postazione (3) infotelematica pubblica con almeno una prima caratteristica;

memorizzare in una memoria (12) centrale le prime caratteristiche delle postazioni (3) infotelematiche pubbliche ed una serie di messaggi (2) pubblicitari elettronici ciascuno dei quali è contraddistinto da almeno una seconda caratteristica;

selezione mediante un dispositivo (13) di elaborazione centrale e per ciascuna postazione (3) infotelematica pubblica un gruppo di messaggi (2) pubblicitari elettronici, ciascuno dei quali presenta una seconda caratteristica compatibile con la prima caratteristica della postazione (3) infotelematica pubblica; ed

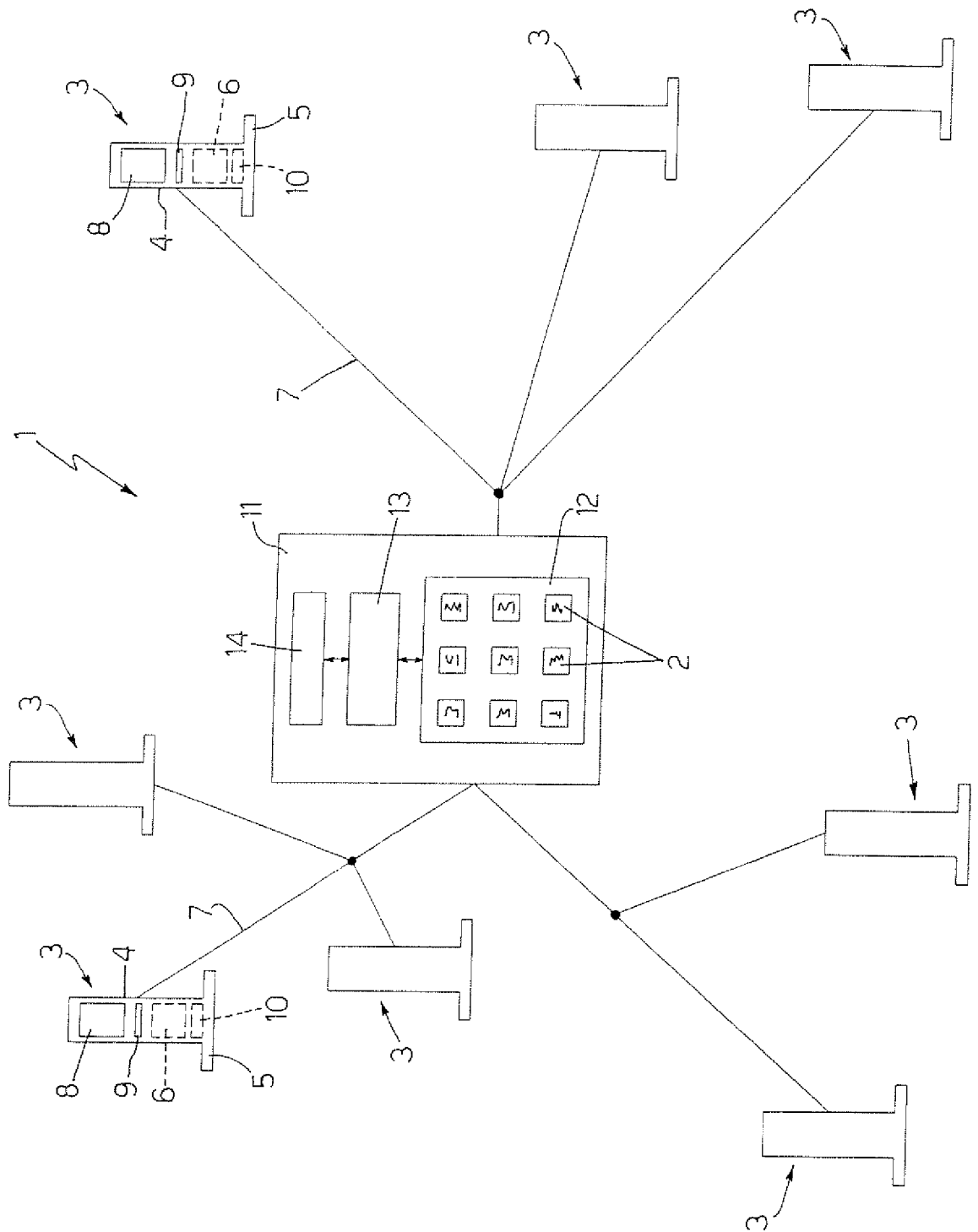
inviare mediante un dispositivo (14) di comunicazione centrale a ciascuna postazione (3) infotelematica pubblica il rispettivo gruppo di messaggi (2) pubblicitari elettronici selezionato dal dispositivo (13) di elaborazione centrale; e

visualizzare nella postazione (3) infotelematica pubblica i messaggi (2) pubblicitari elettronici ricevuti.

p.i.: COTRONEO VINCENZO LEONARDO

MACCAGNAN Matteo
Iscrizione Albo N. 987/BM

MACCAGNAN Matteo
Iscrizione Albo N. 987/BM



p.i. COTRONEO VINCENZO LEONARDO

MACCAGNAN Matteo
Iscrizione Albo N. 987/BM