

(12) BREVET D'INVENTION

- (11) N° de publication : **MA 42167 A1** (51) Cl. internationale : **G06Q 30/02; B65D 65/46**
- (43) Date de publication : **31.10.2019**

-
- (21) N° Dépôt : **42167**
- (22) Date de Dépôt : **12.03.2018**
- (71) Demandeur(s) :
• **FASSIL HIBA, LOT ESSALAMA N 8 AV PRINCE MY ABDELLAH MARRAKECH (MA)**
• **ROUKIANE BRAHIM, N 16 RES BAB DAKALA MARRAKECH (MA)**
- (72) Inventeur(s) :
FASSIL HIBA ; ROUKIANE BRAHIM
- (74) Mandataire :
ROUKIANE BRAHIM

-
- (54) Titre : **les supports publicitaires ecologiques**
- (57) Abrégé : La présente invention concerne un nouveau concept de publicité sur les supports écologiques destiné à être distribué dans tous les locaux commerciaux. Ces supports doivent être fabriqués par les papiers ou les tissus écologiques généralement toutes matières écologiques ou naturelles. Les messages publicitaires doivent être imprimés par l'encre écologique.

Titre : Les supports publicitaires écologiques

Historique d'invention

La publicité est l'un des aspects de la communication commerciale. Elle doit, donc, informer sur l'existence du produit, sur son prix, sur ses dimensions..., mais surtout inciter à l'achat étant sa fonction première. Pour atteindre cet objectif, la publicité cherche comment toucher, puis convaincre et séduire l'acheteur potentiel. Cette recherche a beaucoup évolué depuis 50 ans pour aboutir à la synthèse actuelle dont nous sommes la cible et à travers laquelle, pour le conduire à l'achat, la publicité présente au consommateur une image de lui-même conforme à ses attentes.

Depuis les moyens âges la publicité acquiert une importance cruciale. De plus en plus la publicité se développe avec le développement de la société plus particulièrement avec la révolution industrielle. Depuis lors, les entrepreneurs cherchent les moyens et outils pour commercialiser leurs produits par le biais de plusieurs canaux : les messages sont oraux, analphabète en grande majorité, les seuls messages visuels sont les enseignes qui signalent la nature des commerces.

La publicité est un langage de communication entre les entreprises et leurs clients, en vue d'attirer ces derniers pour améliorer la qualité des services ou des produits d'une société afin d'augmenter la rentabilité, la publicité c'est un outil de transmission d'une information liée à l'actualité d'une entreprise visant le développement commercial, soit un nouveau concept, ou un nouveau produit.

La publicité, riche et variée. Nous présentons ci-dessous les types phares de cette catégorie de publicité :

- La presse écrite quotidienne/ hebdomadaire/ mensuelle / Quotidiens
- Les flyers, affiches et panneaux de communication
- Les sites internet de publicité
- L'audio visuel

Problèmes techniques

La publicité sur les supports en plastiques ou sur les papiers plastifier (supports de plastiques, flyers plastifier, magazines plastifiés, affiches plastifiés...) est sans aucun doute devenue l'un des outils marketing les plus convoités : sa petite taille, le côté pratique (pour la distribution) ainsi que le coût peu élevé de production sont autant d'atouts que de raisons de la choisir pour faire passer un message publicitaire.

La plupart des agences de publicités utilisent les moyens de publicité classique comme les flyers, Les fiches et les presses écrites publicitaires qui engendrent :

- Des effets négatifs sur l'environnement : produisent des quantités importantes des déchets laissés dans la nature, la partie qui est de nature biologique peut être dégradée naturellement, et l'autre non dégradée le cas des plastiques.
- Manque de performance : Les distributeurs de ce genre de publicité ne peuvent pas atteindre dans la plupart des cas la clientèle cible, car l'accès à la population reste toujours limité
- Taux de visibilité très bas : La distribution aléatoire et la manque d'utilité des supports publicitaires pour la clientèle cible rendre ces techniques moins efficace.

Les publicités vantant les mérites écologiques d'une marque ou d'un produit sont de plus en plus nombreuses, à la demande des annonceurs qui ont vu dans l'écologie une nouvelle opportunité marketing : c'est aujourd'hui bien plus tendance d'être une marque « verte », « engagée », « saine ».

Mais qu'en est-il de l'éco-responsabilité des publicitaires dans ces campagnes de communication ? La démarche est-elle uniquement de répondre à la demande de l'annonceur de faire évoluer son image de marque ? Les campagnes visant à promouvoir une action écologique / sociale / responsable font-elles uniquement de la communication ou font-elles partie d'une démarche plus globale ? Cela dépend de la définition que l'on donne à la publicité responsable. Généralement les campagnes de communications ne peuvent promouvoir le développement durable que si les marques ont effectivement réalisé des actions significatives dans le domaine.

Dans le domaine de la communication, l'impact écologique des campagnes est donc encore très loin d'être maîtrisé ou même pris en considération. Nous voulons changer cela avec notre invention en matière de communication. Pourquoi la communication serait-elle encore l'un des rares secteurs à ne pas remettre en cause son modèle et ses modes de la communication

verte. Nous avons, aujourd'hui, les moyens de mettre en œuvre des campagnes à impact zéro voire positif sur notre environnement.

Description de l'invention

A fin de résoudre les problèmes techniques et écologiques de la publicité classique et de satisfaire les besoins accrues et multiples en matière de communication commerciale, nous proposons un nouveau concept publicitaire pour atteindre toutes les clientèles cibles d'une manière très efficace tout en contribuant à la protection de l'environnement. Notre invention est basée sur la distribution gratuite ou à prix symbolique des supports publicitaires écologiques de différentes dimensions qui contient des publicités imprimées avec encre écologique.

Notre volonté est de proposer des offres puissantes, innovantes, flexibles, crédibles, accessibles en terme de ticket d'entrée aux annonceurs et agences souhaitant communiquer sur des supports puissants en diffusion, en respectant leurs impératifs de cible, de zone de chalandise, tout en bénéficiant de notre expertise et de nos conseils.

Nos supports publicitaires sont fabriqués avec des produits 100% recyclables et avec moins d'emprunte carbone. Les encres utilisées pour les impressions sont également écologiques. Bref, il est tout à fait possible de communiquer de manière éco-responsable, c'est à dire tout en respectant l'environnement. Tout le monde veut se démarquer et cherche à proposer à ses clients les meilleurs produits publicitaires imaginables. Ainsi, celui qui propose les produits utilisant des matières propres, c'est à dire des matières qui ne nuisent pas à l'environnement, rafle le marché. De ce fait, nous proposons des supports publicitaires en se basant sur des matières premières recyclables et des encres non polluantes.

Conçues avec des matières naturels permettant une impression numérique quadri, les supports offrent beaucoup plus de résistance aux intempéries que les simples tissus imprimés et peuvent être utilisées pour les communications extérieures. Désormais, les supports peuvent avoir une durée de vie beaucoup plus longue, même exposées en permanence sous le soleil. On peut ainsi dire qu'elles ont révolutionné l'univers de la communication publicitaire par affichage.

Notre invention est idéale pour souligner la proximité et rendre la communication efficace. Il est basé sur l'utilisation des supports publicitaire écologique pour afficher la publicité. Aujourd'hui les clients sont sensibilisés à l'écologie et le hideux support en plastique polluant

véhicule, une image terriblement négative. Les supports écologiques-réutilisables recyclables s'impose désormais comme l'objet publicitaire incontournable...

Les supports publicitaires comme les supports en papier (carton, Bâches naturels...) sont des objets publicitaires et des outils utiles au quotidien. Sans eux, il nous serait difficile de transporter nos achats et nos fournitures, utiliser un support écologique pour afficher la publicité est une nécessité. Où que l'on soit, nous en voyons tous les jours et ils portent leur message publicitaire partout.

La biodégradabilité des matières écologiques est complètement naturelle: en effet, comme les feuilles des arbres, la matière se décompose naturellement en quelques semaines pour retrouver sa forme première de fibres de cellulose, totalement et parfaitement assimilables par le milieu dont elles proviennent à l'origine. Mais ce n'est surtout pas une raison pour laisser des emballages dans la nature ! Chaque fois que cela est possible, un support de matière écologique doit être réutilisé, ou trié pour le recyclage.

Un support publicitaire 100% naturel est entièrement biodégradable, sans impact négatif sur l'environnement ni sur la santé.

Les supports publicitaires écologiques sont des emballages totalement recyclables : les qualités naturelles d'une fibre vierge, plusieurs fois recyclable, font du support un matériau écologique idéal pour gérer la fin de vie des emballages. Ainsi, les matières écologiques sont, de loin, les matières les plus recyclées avec un pourcentage très important..

L'industrie écologique ne détruit pas les forêts ! Bien au contraire, la fabrication des supports publicitaires écologiques contribue efficacement à la gestion forestière durable. A titre d'exemple, l'industrie papetière utilise exclusivement une matière première renouvelable : soit des fibres recyclées, soit les sous-produits de l'entretien des forêts (bois de coupes d'éclaircies, cimes des arbres) et de la transformation du bois (chutes et déchets de scieries). Par conséquent, le papier est même un acteur indispensable au développement durable des forêts, et permet aux sylviculteurs de garantir l'entretien, le reboisement et la croissance de leurs massifs.

Un sac 100% papier est issu d'une ressource renouvelable et constamment renouvelée ;

Les supports publicitaires en tissu (exemple : coton naturel) sont d'excellents ambassadeurs d'une publicité. Avec leur grande visibilité, leur aspect naturel et écologique et grâce à leur

durabilité, les supports en tissu sont d'excellents objets de communication pour toute entreprise soucieuse de l'environnement.

Les supports publicitaires en tissu sont recyclables et en matières naturelles pour une stratégie de communication redoutable. DURABLES et REUTILISABLES, les supports publicitaires écologiques tels que les supports en tissu feront pâlir d'envie nos futurs clients à travers leurs matières, leurs diverses dimensions, grammages et couleurs dans le but d'associer communication et démarche éco-responsable pour un support publicitaire qui valorise notre image. La fin programmée des supports plastiques (ou les papiers plastifier) incite les entreprises, associations et collectivités à prendre le virage des supports respectueux de l'environnement.

Pour une durée de vie conséquente, nos supports en tissu personnalisé lanceront les marques de nos clients sur la voie de la nature tout en assurant une grande visibilité. Selon les objectifs de communication et l'image qu'on souhaite véhiculer, nos nombreux supports en tissu personnalisés valoriseront en tout premier lieu les démarches éco-responsables que chaque entité diffusera auprès de son cible. Dans un second, nos produits personnalisés mettront en avant le logo de nos clients.

La sélection des supports à base de matières naturelles propose à titre d'exemple des sacs en coton bio et des sacs en toile de jute. Pour continuer cette logique écologique, des sacs recyclés, des sacs en papier recyclé, des valisettes en carton ainsi que des sacs de tri sélectif pour correspondre aux aspirations écologiques. Pour élargir les collections afin de répondre à un maximum on peut également utiliser des sacs à dos, des sacs de voyage, des sacs isothermes et des sacoches personnalisables.

La création de notre concept publicitaire sur les supports écologiques (exemples : papiers alimentaire, Tissu,...) pour l'insertion des écarts publicitaires innovants et flexibles distribués par tous, avec un réseau de distribution fort et large permettant un accès à une clientèle étendue issues de différentes catégories socioprofessionnelles.

Pour les réseaux de distribution, ils se concentrent essentiellement sur les locaux commerciaux à savoir : les supermarchés, les épiceries, les boulangeries, les cafés et restaurants, les snacks, les hôtels, les Boutiques de textiles, les boutiques des accessoires, les pharmacies, les parapharmacies, les librairies Généralement toute personne ou entité commerciale.

Mis à part les avantages écologiques qu'offrent les supports publicitaires écologiques. Elles présentent aussi bien d'avantages en termes de coût et qualité. Concernant les coûts, les supports publicitaires écologiques sont relativement moins chers que les autres supports de communication compte tenu de la visibilité qu'elles offrent. En termes de qualité, les supports publicitaires offrent des rendus visuels d'une qualité exceptionnelle car l'encre de l'impression s'incruste directement dans le support. Ce qui permet de garantir une durée de vie plus longue aux supports. Cette technique d'impression permet aussi de donner aux supports sa capacité d'anti-reflet. De ce fait, le support pourra être visible sous n'importe quelle luminosité.

Parmi les avantages techniques de notre modèle publicitaire on cite :

- La visibilité : Chaque support peut être vu par tous les membres de la famille, lieu de travail, visiteurs, clients... etc.
- La segmentation clientèle : On offre deux possibilités pour la distribution des supports de publicité : soit dans les milieux professionnels ou dans les milieux populaires, selon les préférences des responsable de communication des sociétés.
- La multi-utilisation des supports publicitaires augmente le pourcentage d'atteindre les objectifs de communication.
- Les supports sont recyclés et adoptés aux exigences environnementales.

L'invention sera mieux comprise en se référant aux dessins annexés parmi lesquels :

Figure a est une vue d'ensemble d'un support publicitaire selon l'invention sous forme d'un sac de papier écologique qui sera distribué dans les locaux commerciaux.

Figure b est une vue de face d'un support publicitaire selon l'invention correspondant à un sac en papier écologique sous forme cylindrique qui sera distribué dans les locaux commerciaux.

Figure c est une vue d'ensemble d'un support publicitaire selon l'invention correspondant à une boîte alimentaire fabriqué en papier ou carton écologique et alimentaire.

Figure d est une vue de face d'un support publicitaire selon l'invention correspondant à un set de table en papier alimentaire sous forme d'un rectangle.

Figure e est une vue de face d'un support publicitaire selon l'invention correspondant à un set de table en papier alimentaire sous forme d'un cercle.

La figure a représente un sac en papiers écologique qui contient quatre faces (A1, A2, A3, A4) et une base A5. Le support publicitaire est constitué sous forme d'un Cube ou un parallélépipède rectangle de différentes dimensions, les quatre faces destinés à contenir des messages publicitaires de différentes formes, les écarts publicitaires peuvent être de différentes formes à titre d'exemple : (1) et (4) rectangle, (2) carrée, (3) cercle,...

La figure b représente un autre mode de la réalisation de la présente invention sur un sac en papiers écologique sous forme d'un cylindre hexagonale. Ce support publicitaire doit contenir des messages publicitaires de différentes formes : (1) forme rectangle, (2) cercle, ...

La figure c représente un support publicitaire sous forme d'une boîte alimentaire constitué par une base (C6) et 5 faces (C1, C2, C3, C4, C5) destinés contenir des messages publicitaires sous différentes formes : (1) rectangle, (2) carrée, (3) cercle,...

La figure d et e présentent deux autres modes de la réalisation de la présente invention sur les sets de table fabriqués par des matières écologiques, sous forme rectangulaire (figure d) ou circulaire (figure e), destinés à contenir des messages publicitaires de différentes formes : (1) rectangle, (2) carrée, (3) cercle,...

I. Les revendications

- 1) Supports publicitaire écologique destiné à être distribué dans les locaux commerciaux, caractérisé en ce qu'il est constitué d'une part, les supports publicitaires peuvent être fabriqués par tous les matières écologiques industrielles ou naturelles ou mixte d'autres parts les messages publicitaires sont imprimés par encore écologiques.
- 2) Support publicitaire selon la revendication 1 caractérisé en ce qu'il est constitué d'une part, d'un sac en papier écologique (figure a) comportant quatre faces (A1, A2, A3, A4) sur lesquelles sont placés des messages publicitaires, d'autres parts les messages publicitaires sont imprimés par encore écologiques.
- 3) Support publicitaire selon l'une quelconque des revendications précédentes caractérisé en ce que le sac en papier (figure b) sous forme cylindrique avec base hexagonale sur lesquelles sont places des messages publicitaires imprimés par encore écologiques.
- 4) Support publicitaire écologique selon l'une quelconque des revendications précédentes caractérisé en ce que les sacs en papiers écologiques sous toutes les formes géométriques possibles avec et sans poignées.
- 5) Support publicitaire écologique selon l'une quelconque des revendications précédentes caractérisé en ce que les sacs sont fabriqués en tissu écologiques sous tous les formes géométriques possibles avec et sans poignées.
- 6) Support publicitaire selon l'une quelconque des revendications précédentes, caractérisé en ce qu'il est constitué d'une part, d'une boîte alimentaire en papier écologique (comme Carton) (figure c) comportant une base et Cinq faces (C1, C2, C3, C4, C5) sur lesquelles sont placés des messages publicitaires, d'autres parts les messages publicitaires sont imprimés par encore écologique.

- 7) Support publicitaire selon l'une quelconque des revendications précédentes caractérisé en ce qu'il est constitué d'une part, des sets de tables fabriqués par des matières alimentaires sous différentes formes ; rectangulaire (Figure d) ou circulaire (Figure e), sur lesquelles sont placés des messages publicitaires, d'autres parts les messages publicitaires sont imprimés avec encre alimentaire.
- 8) Support publicitaire écologique selon l'une quelconque des revendications précédentes caractérisé en ce que tous les emballages écologiques, sur lesquelles sont placés des messages publicitaires, d'autres parts les messages publicitaires sont imprimés avec encre écologique.

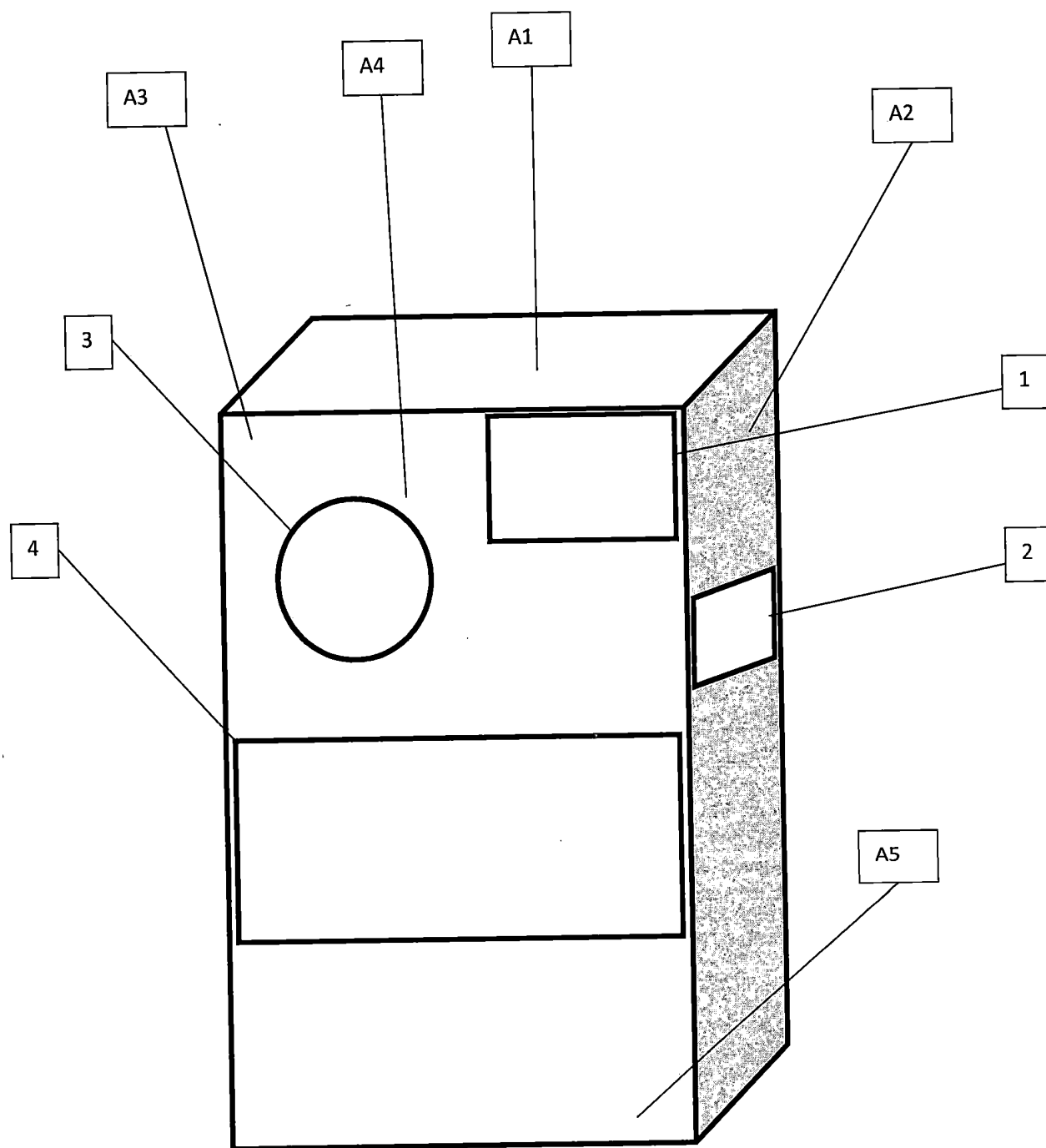


Figure a

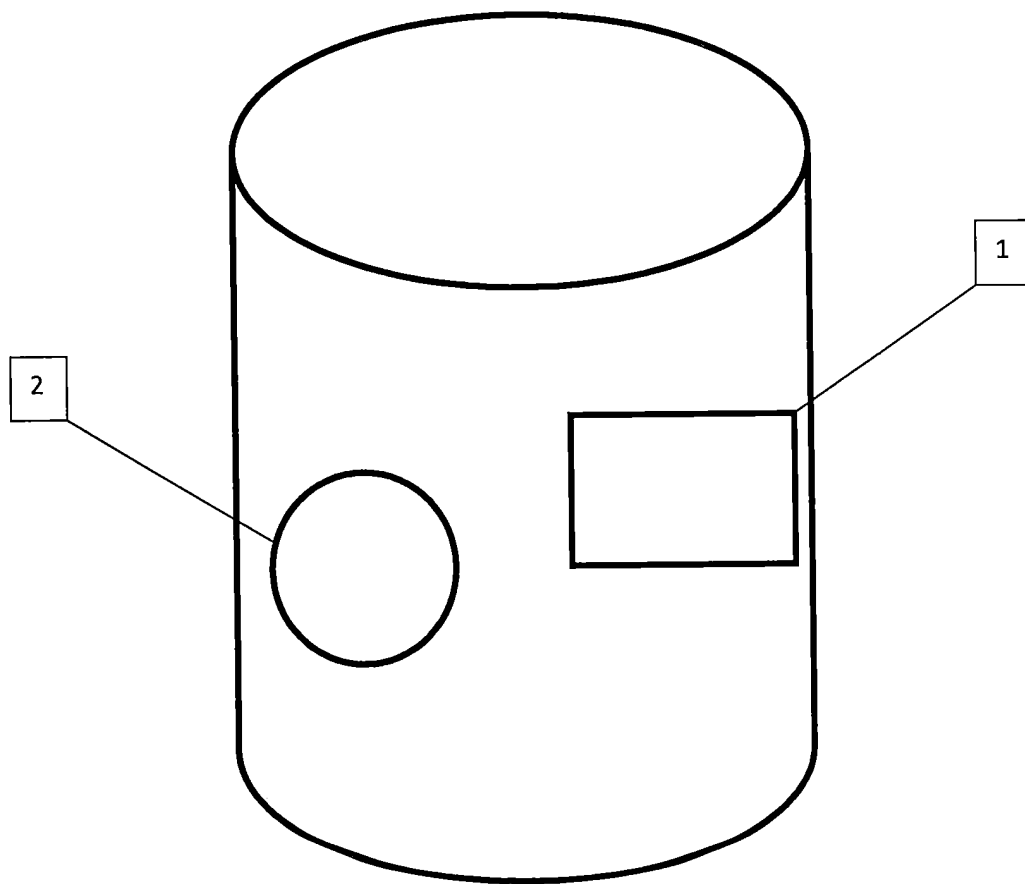


Figure b

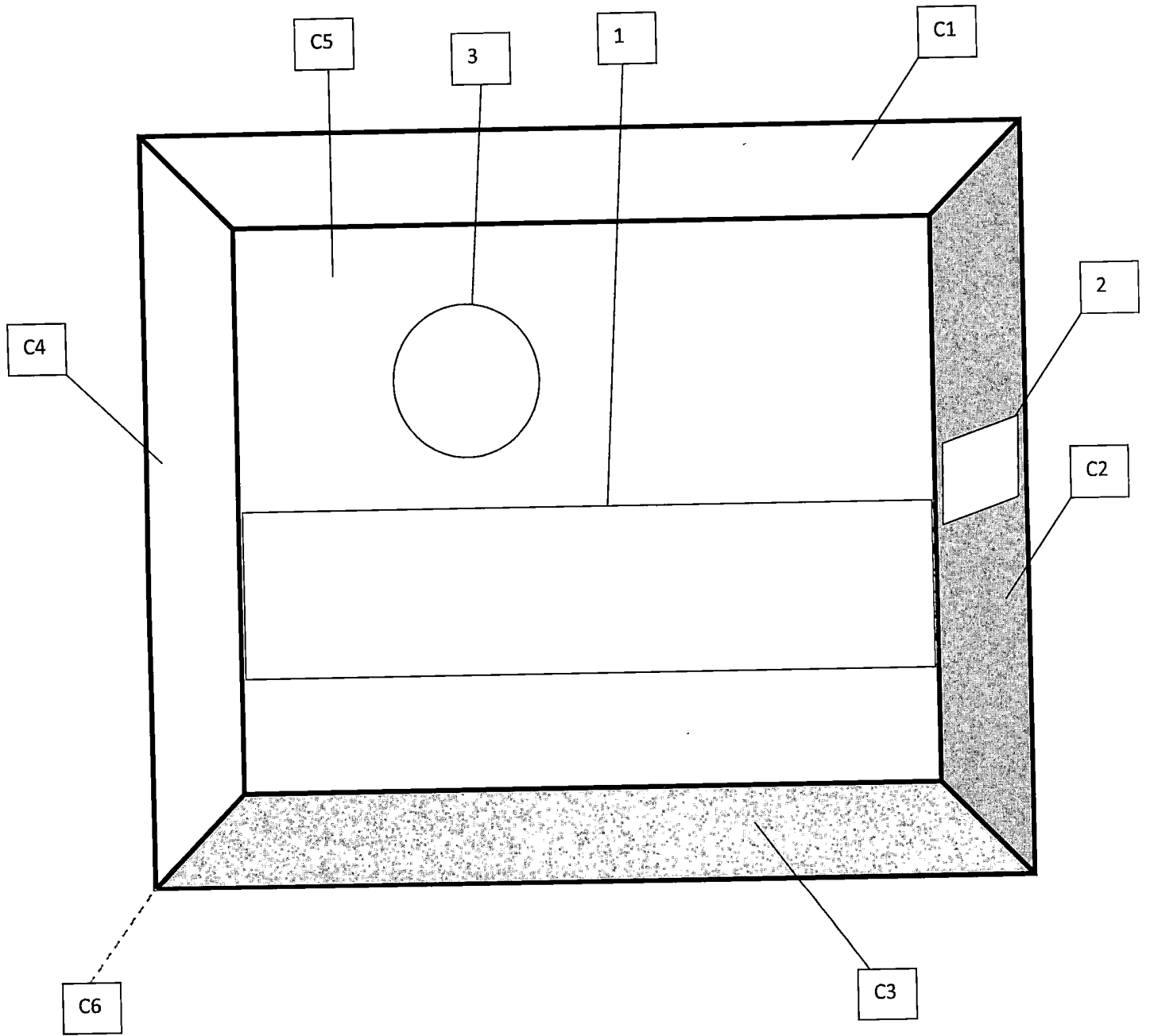


Figure C

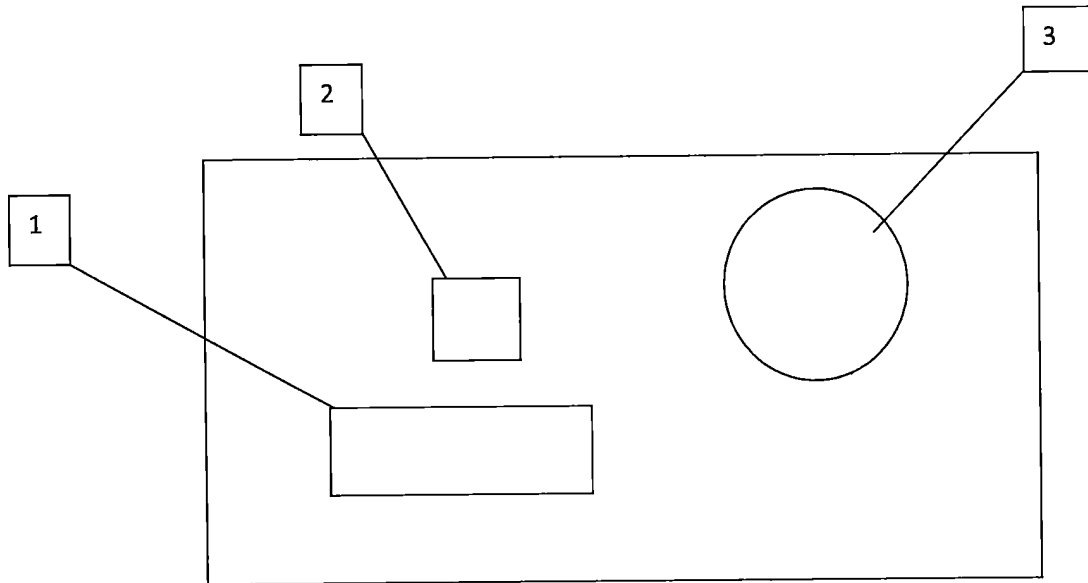


Figure d

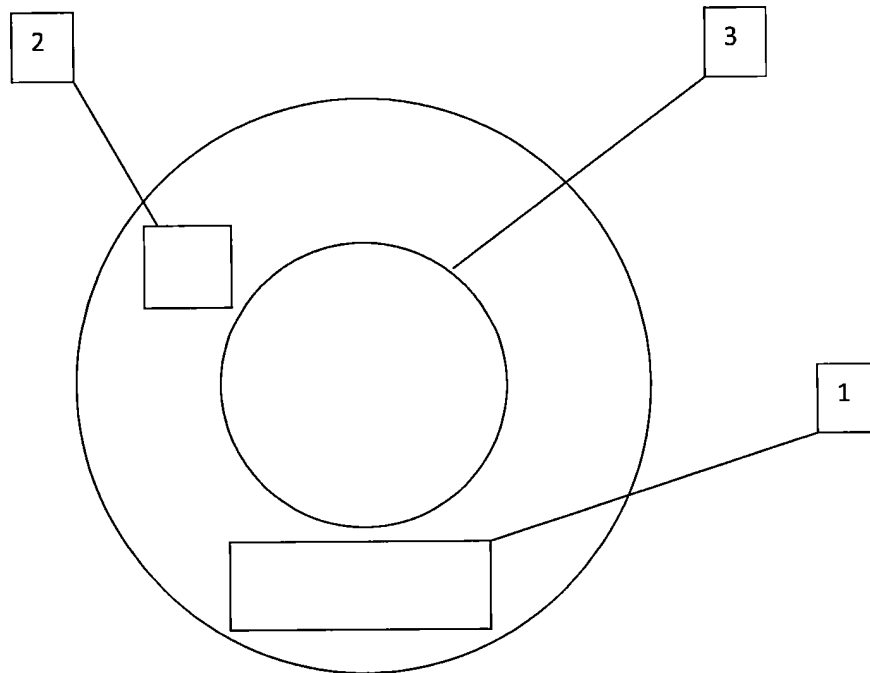


Figure e

Résumé

La présente invention concerne un nouveau concept de publicité sur les supports écologiques destiné à être distribué dans tous les locaux commerciaux. Ces supports doivent être fabriqués par les papiers ou les tissus écologiques généralement toutes matières écologiques ou naturelles. Les messages publicitaires doivent être imprimés par l'encre écologique.

**RAPPORT DE RECHERCHE
AVEC OPINION SUR LA BREVETABILITE**
(Conformément aux articles 43 et 43.2 de la loi 17-97 relative à la
protection de la propriété industrielle telle que modifiée et
complétée par la loi 23-13)

Renseignements relatifs à la demande	
N° de la demande : 42167	Date de dépôt : 12/03/2018
Déposant : FASSIL HIBA et ROUKIANE BRAHIM	
Intitulé de l'invention : Les supports publicitaires écologiques	
Le présent document est le rapport de recherche avec opinion sur la brevetabilité établi par l'OMPIC conformément aux articles 43 et 43.2, et notifié au déposant conformément à l'article 43.1 de la loi 17-97 relative à la protection de la propriété industrielle telle que modifiée et complétée par la loi 23-13.	
Les documents brevets cités dans le rapport de recherche sont téléchargeables à partir du site http://worldwide.espacenet.com , et les documents non brevets sont joints au présent document, s'il y en a lieu.	
Le présent rapport contient des indications relatives aux éléments suivants :	
Partie 1 : Considérations générales	
<input checked="" type="checkbox"/> Cadre 1 : Base du présent rapport <input type="checkbox"/> Cadre 2 : Priorité <input type="checkbox"/> Cadre 3 : Titre et/ou Abrégé tel qu'ils sont définitivement arrêtés	
Partie 2 : Rapport de recherche	
Partie 3 : Opinion sur la brevetabilité	
<input checked="" type="checkbox"/> Cadre 4 : Remarques de clarté <input checked="" type="checkbox"/> Cadre 5 : Déclaration motivée quant à la Nouveauté, l'Activité Inventive et l'Application Industrielle <input type="checkbox"/> Cadre 6 : Observations à propos de certaines revendications dont aucune recherche significative n'a pu être effectuée <input type="checkbox"/> Cadre 7 : Défaut d'unité d'invention	
Examineur: I. Oubiya	Date d'établissement du rapport : 10/05/2018
Téléphone: 212 5 22 58 64 14/00	

Partie 1 : Considérations générales

Cadre 1 : base du présent rapport

Les pièces suivantes de la demande servent de base à l'établissement du présent rapport :

- Description
7 Pages
- Revendications
8
- Planches de dessin
4 Pages

Partie 2 : Rapport de recherche

Classement de l'objet de la demande :

CIB : G06Q30/02, B65D65/46

CPC : G06Q30/0241, Y02W90/13, B65D65/466

Bases de données électroniques consultées au cours de la recherche :

EPOQUE, Orbit

Catégorie*	Documents cités avec, le cas échéant, l'indication des passages pertinents	N° des revendications visées
X	http://www.smtk-communication.com/wp-content/uploads/2014/10/DAUPHINE_SUPPLEMENT_ENTREPRISES_21102014.pdf , 2015 , société SMTK	1-8
X	WO2015065161A3 ; 2015-06-25	1-8
X	http://www.floremballages.com/boite_emballage_ecologique.htm	1-8
X	https://www.grainedimages.com/eco-responsable/	1-8
X	http://www.smtk-communication.com/consulter-nos-catalogues / https://www.reflexe-signalétique.com/ http://www.i2p.fr/imprimerie-ecologique/	1-8

***Catégories spéciales de documents cités :**

-« X » document particulièrement pertinent ; l'invention revendiquée ne peut être considérée comme nouvelle ou comme impliquant une activité inventive par rapport au document considéré isolément
-« Y » document particulièrement pertinent ; l'invention revendiquée ne peut être considérée comme impliquant une activité inventive lorsque le document est associé à un ou plusieurs autres documents de même nature, cette combinaison étant évidente pour une personne du métier
-« A » document définissant l'état général de la technique, non considéré comme particulièrement pertinent
-« P » documents intercalaires ; Les documents dont la date de publication est située entre la date de dépôt de la demande examinée et la date de priorité revendiquée ou la priorité la plus ancienne s'il y en a plusieurs
-« E » Éventuelles demandes de brevet interférentes. Tout document de brevet ayant une date de dépôt ou de priorité antérieure à la date de dépôt de la demande faisant l'objet de la recherche (et non à la date de priorité), mais publié postérieurement à cette date et dont le contenu constituerait un état de la technique pertinent pour la nouveauté

Partie 3 : Opinion sur la brevetabilité*Cadre 4 : Remarques de clarté*

Les revendications 1- 8 ne satisfont pas à l'exigence de clarté, car l'objet de la protection demandée n'est pas clairement défini. Les revendications tentent de définir l'objet par le résultat recherché, ce qui revient simplement à énoncer le problème sous-jacent, sans indiquer les caractéristiques techniques nécessaires pour parvenir à ce résultat.

Cadre 5 : Déclaration motivée quant à la Nouveauté, l'Activité Inventive et l'Application Industrielle

Nouveauté (N)	Revendications aucune Revendications 1-8	Oui Non
Activité inventive (AI)	Revendications aucune Revendications 1-8	Oui Non
Possibilité d'application Industrielle (PAI)	Revendications 1-8 Revendications aucune	Oui Non

Il est fait référence aux documents suivants. Les numéros d'ordre qui leur sont attribués ci-après seront utilisés dans toute la suite de la procédure

D1 : [http://www.smtk-communication.com/wp-content/uploads/2014/10/DAUPHINE SUPPLEMENT ENTREPRISES 21102014.pdf](http://www.smtk-communication.com/wp-content/uploads/2014/10/DAUPHINE_SUPPLEMENT_ENTREPRISES_21102014.pdf)

1. Nouveauté (N) et Activité inventive (AI) :

Le document D1 divulgue des supports publicitaires écologiques destiné à être distribués dans les locaux commerciaux. Lesdits supports peuvent être fabriqués par des matières écologiques et les messages publicitaires et sont imprimés par encre écologique. Par conséquent, l'objet de la revendication 1 n'est pas nouveau au sens de l'article 26 de la loi 17-97 telle que modifiée et complétée par la loi 23-13.

Les revendications dépendantes 2-8 ne semblent pas contenir des caractéristiques supplémentaires, en matière de nouveauté, en étant combinées avec les caractéristiques techniques de la revendication indépendante 1 auxquelles lesdites revendications dépendantes sont liées. Par conséquent, l'objet desdites revendications n'est pas nouveau au sens de l'article 26 de la loi 17-97 telle que modifiée et complétée par la loi 23-13.

2. Possibilité d'application industrielle (PAI) :

L'objet de la présente invention est susceptible d'application industrielle au sens de l'article 29 de la loi 17-97 telle que modifiée et complétée par la loi 23-13, parce qu'il présente une utilité déterminée, probante et crédible.