

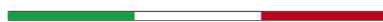


Ministero dello Sviluppo Economico

Ricevuta di presentazione

per

Brevetto per invenzione industriale



Domanda numero: 102022000014701

Data di presentazione: 13/07/2022

DATI IDENTIFICATIVI DEL DEPOSITO

Ruolo	Mandatario
Depositante	franco rastelli
Data di compilazione	13/07/2022
Riferimento depositante	
Titolo	PROCEDIMENTO E SISTEMA DI TIPO MIGLIORATO PER LA SEGNALAZIONE E LA VISUALIZZAZIONE AGLI UTENTI DI CONTENUTI PUBBLICITARI E SIMILI DI VIDEO DI INTRATTENIMENTO
Carattere domanda	Ordinaria
Esenzione	NO
Accessibilità al pubblico	NO
Numero rivendicazioni	10
Autorità depositaria	

PRIVACY

Autorizzo il trattamento dei dati personali, inseriti all'interno del deposito, ai sensi del GDPR (Regolamento UE 2016/679) e del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali"

RICHIEDENTE/I

Natura giuridica	Persona giuridica
Denominazione	ROMA INFORMATICA SRL
P.IVA/CF	11734891002
Tipo Società	societa' a responsabilita' limitata
Nazione sede legale	Italia
Comune sede legale	Roma (RM)

Indirizzo	Via Circonvallazione Clodia
Civico	163/167
CAP	00195
Telefono	
Fax	
Email	
Pec	
Quota percentuale	100.0%

DOMICILIO ELETTIVO

Cognome/R.sociale	Dott. Franco Cicogna & C. S.r.l.
Indirizzo	via Visconti di Modrone 14/A
Cap	20122
Nazione	Italia
Comune	Milano (MI)
Telefono	02 - 76000209
Fax	02 - 76021470
Email\PEC	francocicogna@pec.it

MANDATARI/RAPPRESENTANTI

Cognome	Nome
Rastelli	Franco

INVENTORI

Cognome	Nome	Nazione residenza
Puopolo	Andrea	Italia

CLASSIFICAZIONI

Sezione **Classe** **Sottoclasse** **Gruppo** **Sottogruppo**

NUMERO DOMANDE COLLEGATE

DOCUMENTAZIONE ALLEGATA

Tipo documento	Riserva	Documento
Descrizione in italiano*	NO	ROMA INFORMATICA descrizione.pdf.p7m hash: d600d1ce2943864908591c980db515ed
Disegni	NO	ROMA INFORMATICA disegno.pdf.p7m hash: 18391588f5595660c85c464bbaa9085c
Rivendicazioni	NO	ROMA INFORMATICA rivendicazioni.pdf.p7m hash: 11c349558524f67bcfc7df03a048d1ac
Riassunto	NO	ROMA INFORMATICA riassunto.pdf.p7m hash: 26eb78fc078906fecea746d123bfd374
Lettera di Incarico	NO	ROMA INFORMATICA incarico.pdf.p7m hash: adc1d58933caf36bad052d9644d904c6
Rivendicazioni in inglese	SI	hash:

PAGAMENTI

Tipo	Identificativo	Data
Bollo	01201494973558	07/05/2022

DOVUTO

Gli importi indicati non tengono conto delle eventuali esenzioni applicabili

Importo Tasse:	€ 50,00
Importo Imposta Bollo:	€ 20,00

NOTE

RIASSUNTO

Un procedimento e un sistema per la segnalazione e la visualizzazione agli utenti di contenuti pubblicitari di video di intrattenimento riprodotti su un apparecchio televisivo (1), in cui è prevista la visualizzazione, su un dispositivo (3) come uno smartphone e simili, di contenuti pubblicitari e di informazioni di approfondimento in genere, relativi a ciascun prodotto rappresentato nelle scene dei detti contenuti video riprodotti sul citato apparecchio (1).

In rapporto alle tradizionali tecniche di trasmissione di messaggi pubblicitari, il procedimento ed il sistema dell'invenzione offrono il vantaggio di presentare all'utente un contenuto pubblicitario, senza richiedere l'interruzione della visione del contenuto video, contestualizzando inoltre il messaggio pubblicitario all'esperienza offerta dal video di intrattenimento.

Descrizione del Brevetto per Invenzione Industriale avente per titolo:

“PROCEDIMENTO E SISTEMA DI TIPO MIGLIORATO PER LA
SEGNALAZIONE E LA VISUALIZZAZIONE AGLI UTENTI DI CONTENUTI
PUBBLICITARI E SIMILI DI VIDEO DI INTRATTENIMENTO”

della

ROMA INFORMATICA SRL,

di nazionalità Italiana, con sede a Roma - ed elettivamente domiciliata presso l'Ufficio Brevetti Dott. Franco Cicogna & C. S.r.l., in Via Visconti di Modrone 14/A - Milano.

DESCRIZIONE

La presente invenzione concerne un procedimento e un sistema di tipo migliorato per la segnalazione e la visualizzazione agli utenti di contenuti pubblicitari e simili di video di intrattenimento.

Il campo dell'invenzione è quello della veicolazione di informazioni pubblicitarie, dedicate agli utenti che usufruiscono di contenuti video di intrattenimento. In questo settore è noto offrire agli utenti dei contenuti pubblicitari, interrompendo la visione di un film o di un programma televisivo (pre-roll, post-roll, ecc.).

L'interruzione della visione rappresenta tuttavia un fastidio per l'utente, che in questo modo non è messo in grado di seguire con continuità la visione del film.

Un ulteriore inconveniente della tecnica nota sopra descritta è rappresentato dalla mancata correlazione tra il contenuto pubblicitario offerto all'utente e il soggetto del video di intrattenimento.

Esistono inoltre forme di pubblicità che appaiono sul video

durante il filmato, con dei restringimenti di immagine che hanno l'inconveniente di ridurre la qualità dell'esperienza visiva durante la presentazione del messaggio pubblicitario.

La tecnica nota prevede inoltre la possibilità di visualizzare i contenuti video su dispositivi differenti, i quali tuttavia non dialogano tra di loro e offrono quindi i medesimi contenuti.

Costituisce lo scopo principale della presente invenzione quello di realizzare un procedimento e il relativo sistema per la segnalazione e la visualizzazione agli utenti di contenuti pubblicitari e simili di video di intrattenimento i quali, in rapporto alla tecnica nota del settore, non presentino gli inconvenienti sopra indicati.

In particolare è uno scopo dell'invenzione quello di offrire un procedimento e un sistema del tipo anzidetto, i quali permettano di offrire ad un utente dei contenuti pubblicitari, i quali siano in diretta connessione con i contenuti del video di intrattenimento e senza la necessità di interrompere il programma video.

Questi ed altri scopi sono raggiunti con il procedimento e il sistema delle rivendicazioni rispettivamente 1 e 8. Dei preferiti modi di realizzare l'invenzione risultano dalle restanti rivendicazioni.

In rapporto alle tradizionali tecniche di trasmissione di messaggi pubblicitari, il procedimento ed il sistema dell'invenzione offrono il vantaggio di presentare all'utente un contenuto pubblicitario, senza richiedere l'interruzione della visione del contenuto video, contestualizzando inoltre il messaggio pubblicitario all'esperienza offerta dal video di intrattenimento.

Un ulteriore vantaggio è rappresentato dalla possibilità di associare all'apparecchio televisivo un dispositivo portatile come uno smartphone, con possibilità di dialogo tra gli stessi in tempo reale, allo scopo di fornire all'utente ciascuno il proprio contenuto di riferimento, ovvero il film riprodotto sull'apparecchio televisivo e il messaggio pubblicitario che compare sullo smartphone.

Questi ed altri scopi, vantaggi e caratteristiche risultano dalla descrizione che segue di un preferito modo di realizzare l'invenzione illustrato, a titolo di esempio non limitativo, nella figura 1.

Nel sistema di figura 1 si distinguono in particolare un apparecchio televisivo 1, un server 2 e un dispositivo 3 costituito da uno smartphone, un tablet e simili.

Sul server 2 sono registrati i dati e i contenuti del produttore del video e i contenuti pubblicitari del partner o del brand che li vuole proporre all'utente. Sul medesimo server 2 sono anche registrati i dati attivi dell'utente, concernenti in particolare la sua profilazione (età, sesso, interessi, ecc.), nonché i dati passivi del medesimo utente, riguardanti l'analisi dei suoi comportamenti o le sue preferenze (soggetti video preferiti, ecc.).

In questo modo il sistema ha in memoria nel server 2 gli interessi dell'utente associati a degli specifici prodotti ed il medesimo server 2 è in grado di trasmettere all'utente i contenuti pubblicitari riguardanti quegli specifici prodotti, nel momento in cui gli stessi compaiono nella scena rappresentata nel video (per esempio l'orologio 4 nell'ingrandimento dello smartphone 3 illustrato in figura 1).

Il procedimento dell'invenzione si traduce quindi in un servizio multi-piattaforma concepito per fornire agli utenti un'esperienza di intrattenimento video, integrata con una nuova formula di pubblicità contestuale.

Il detto servizio combina l'utilizzo di televisione e smartphone controllati dall'utente, il quale, sotto il controllo del server 2, riceve i messaggi pubblicitari degli articoli che compaiono nel contenuto video, attraverso un segnale di avvertimento fornito dallo smartphone (per esempio una vibrazione e simili), il tutto senza nessuna interruzione sulla riproduzione del contenuto video. L'utente è quindi messo nella possibilità di fruire di contenuti video di varia natura come film, serie TV, video musicali ed eventi in diretta, come da sua abitudine, tramite la propria televisione, mentre in tempo reale verranno veicolati sul dispositivo smartphone tutti i contenuti di approfondimento legati alla visione di natura commerciale o di approfondimento.

In questo modo i contenuti video dell'apparecchio televisivo sono arricchiti con pubblicità o approfondimenti contestuali, che verranno mostrati sullo smartphone e che potranno portare l'utente ad intraprendere azioni, come l'acquisto del prodotto appena visto, l'attivazione di un servizio o l'accesso a informazioni di dettaglio.

Grazie alla profilazione degli utenti rispetto alle informazioni che gli stessi hanno registrato sul server 2 e ai loro comportamenti durante l'uso, il sistema dell'invenzione permette di collegare molteplici contenuti pubblicitari ad un singolo contenuto video e trasmettere al singolo utente solo quelli che sono per lui e per il brand realmente

rilevanti.

Ad esempio, un utente di sesso maschile che guarderà un film dove c'è un dialogo tra un uomo e una donna, riceverà i contenuti pubblicitari dei prodotti maschili indossati dall'attore uomo, mentre un utente di sesso femminile riceverà i contenuti riferiti all'attrice donna.

Dal proprio smartphone l'utente, oltre alla visione di contenuti di approfondimento per ogni pubblicità, potrà navigare direttamente il sito del brand o effettuare azioni immediate come l'acquisto di un prodotto o servizio specifico, la fruizione di contenuti riservati o la richiesta e l'utilizzo di un servizio specifico.

Il procedimento e il sistema dell'invenzione introducono un nuovo modo di comunicare i contenuti pubblicitari e questo introduce nuove possibilità che hanno impatto sulla produzione stessa dei contenuti video e sulla modalità di collaborazione con i brand.

Un produttore di un film avrà innanzitutto la possibilità di valorizzare, tramite il procedimento e il sistema dell'invenzione, ogni singolo prodotto presente nelle scene da lui girate.

Secondo l'invenzione, inoltre, i prodotti, anche se numerosi, saranno selezionati e proposti agli utenti registrati sul server 2, garantendo al produttore medesimo maggiore facilità e concretezza nel raggiungere i necessari accordi con i brand.

Questo approccio permetterà ai brand o partner di valorizzare in modo preciso la presenza dei loro prodotti all'interno di contenuti di qualità e permetterà loro, tramite i contenuti interattivi veicolati sui dispositivi smartphone, di portare l'utente a intraprendere azioni

immediate e dirette quali l'acquisto, la prenotazione, il contatto e simili.

Il procedimento e il sistema dell'invenzione permettono di analizzare contenuti video digitali di qualsiasi tipo con lo scopo di applicare algoritmi di intelligenza artificiale adatti al riconoscimento di prodotti e categorie di prodotto presenti nelle scene.

Grazie a questa tecnologia, non occorrerà collegare manualmente il prodotto di un partner da pubblicizzare ad una scena particolare di un film, ma il sistema avrà scansionato i contenuti esistenti e sarà quindi in grado di sapere in quali scene di quali film sono presenti delle categorie di prodotto particolari o un prodotto con delle caratteristiche specifiche come ad esempio il colore.

Ad esempio, un brand potrà chiedere al sistema dell'invenzione di inviare contenuti pubblicitari per il suo ultimo paio di scarpe ogni volta che in un film sarà visibile un paio di scarpe da ginnastica bianche.

Oppure, lo stesso brand potrà chiedere di mostrare i nuovi modelli di scarpe da calcio tutte le volte che in una serie TV specifica verrà mostrato un campo da calcio o uno stadio.

Secondo un'altra possibilità di utilizzo dell'invenzione, questa offrirà la possibilità agli inserzionisti della pubblicità (brand, agenzie e centri media) di attivare un contenuto pubblicitario specifico durante un evento in diretta, nell'esatto momento in cui loro vorranno trasmetterlo all'intera audience o a una parte specifica di essa.

Il sistema dell'invenzione può inoltre permettere agli utenti di esprimere il loro stato d'animo rispetto ad una scena specifica di un contenuto video.

Tramite questo dato, sarà possibile creare dei wall emozionali di contenuti ricercati per tipologia di sentimento. Con questa categorizzazione delle scene, sarà anche possibile fruire in modo immediato di tutte le scene, una dopo l'altra, che hanno suscitato nella community reazioni specifiche.

Ad esempio, sarà possibile vedere in un wall, in contemporanea o una scena dopo l'altra, tutte le scene che la community ha reputato più romantiche tra i contenuti trasmessi nella settimana.

Nel seguito saranno forniti alcuni esempi di diverse modalità di esercizio del procedimento e del sistema dell'invenzione.

Film

Durante la visione del film 007, in una scena James Bond mostra il suo orologio in primo piano. Contestualmente l'utente riceve una notifica sul proprio smartphone che mostra, all'interno del sistema dell'invenzione, il video introduttivo del modello di orologio presente nel film e offre la possibilità all'utente di accedere direttamente con un semplice gesto alla pagina web del sito e-commerce del produttore dell'orologio mostrato per poter procedere con l'acquisto e la visualizzazione di tutti i dettagli del prodotto.

Sport

Durante la partita di calcio trasmessa in diretta, l'utente segue il match tramite la televisione, mentre in tempo reale sullo smartphone sono mostrati i prodotti e i servizi che sono sponsor della partita.

La visione dei contenuti pubblicitari tramite lo smartphone avviene sia in momenti prestabiliti della diretta, ad esempio al 15' del primo

tempo, sia in momenti specifici in tempo reale, scelti dal partner o dal brand che offre il servizio pubblicitario, ad esempio dopo un goal, durante un'intervista nell'intervallo o durante una moviola offerta da un partner tecnologico.

Contenuti prodotti ad hoc

Il procedimento dell'invenzione si presenta anche nella sua versione più immersiva, con i contenuti video pensati e prodotti nel corso dell'utilizzo dello stesso.

Ad esempio, l'utente potrà guardare un video musicale dove i prodotti presenti non solo fanno parte della scena ma vengono, tramite effetti grafici post-prodotti, "staccati" dalla scena in corso per essere proposti all'interno del video con effetti grafici e in posizioni di rilievo.

In questo modo il richiamo dell'attenzione dell'utente sarà ancora più forte e il collegamento con i contenuti promossi contestualmente sullo smartphone ancora più semplice ed esplicito.

Eventi in diretta

La piattaforma permetterà ai partner non solo di pubblicare i propri contenuti pubblicitari in momenti specifici di un video "on-demand", ma anche di inviare sullo smartphone dell'utente il loro messaggio pubblicitario in tempo reale al momento che preferiscono di un evento in diretta.

Ad esempio, un partner nel settore della moda che ha previsto di inviare il suo contenuto pubblicitario durante la diretta di un festival, lo potrà fare aspettando il momento esatto in cui la presentatrice, durante la serata, scenderà la scalinata indossando l'abito del loro brand.

RIVENDICAZIONI

1. Procedimento per la segnalazione e la visualizzazione agli utenti di contenuti pubblicitari di video di intrattenimento riprodotti su un apparecchio televisivo (1), caratterizzato dal fatto di prevedere la visualizzazione, su un dispositivo (3) come uno smartphone e simili, di contenuti pubblicitari e di informazioni di approfondimento in genere, relativi a ciascun prodotto rappresentato nelle scene dei detti contenuti video riprodotti sul citato apparecchio (1).

2. Procedimento secondo la rivendicazione 1, caratterizzato dal fatto che i detti contenuti pubblicitari e di approfondimento in genere sono selezionati in funzione dei dati e dei contenuti del produttore del video, in funzione dei contenuti pubblicitari del partner o del brand che li vuole proporre all'utente, nonché in funzione dei dati attivi e passivi dell'utente.

3. Procedimento secondo la rivendicazione 2, caratterizzato dal fatto che i citati dati attivi sono quelli di profilazione dell'utente, i dati passivi riguardando l'analisi dei suoi comportamenti o delle sue preferenze.

4. Procedimento secondo la rivendicazione 1, caratterizzato dal fatto di prevedere inoltre la selezione dei detti contenuti pubblicitari e delle citate informazioni di approfondimento, in funzione degli interessi e delle preferenze dell'utente.

5. Procedimento secondo la rivendicazione 1, caratterizzato dal fatto che i detti contenuti pubblicitari e simili sono trasmessi agli utenti in momenti prestabiliti della visione del contenuto del video di

intrattenimento.

6. Procedimento secondo la rivendicazione 1, caratterizzato dal fatto che i detti contenuti pubblicitari e simili sono trasmessi agli utenti in tempo reale o in diretta e in correlazione con il contenuto del video di intrattenimento seguito dall'utente.

7. Procedimento secondo la rivendicazione 1, caratterizzato dal fatto di prevedere l'analisi dei contenuti video digitali del detto video di intrattenimento e la applicazione di algoritmi di intelligenza artificiale adatti al riconoscimento di prodotti e categorie di prodotto presenti nelle scene.

8. Sistema per la segnalazione e la visualizzazione agli utenti di contenuti pubblicitari di video di intrattenimento con il procedimento secondo una o più delle rivendicazioni precedenti, caratterizzato dal fatto di comprendere un apparecchio televisivo (1) per la riproduzione di contenuti video, un server (2) e un dispositivo (3) costituito da uno smartphone, un tablet e simili.

9. Sistema secondo la rivendicazione 8, caratterizzato dal fatto che su detto server (2) sono registrati i dati e i contenuti del produttore del video, i contenuti pubblicitari del partner o del brand che li vuole proporre all'utente nonché i dati attivi dell'utente concernenti la sua profilazione ed i suoi comportamenti o le sue preferenze.

10. Sistema secondo la rivendicazione 9, caratterizzato dal fatto che il citato server (2) trasmette all'utente i contenuti pubblicitari e le informazioni in genere riguardanti i prodotti di interesse per l'utente, nel momento in cui gli stessi prodotti compaiono nella scena

rappresentata nel contenuto video riprodotto sull'apparecchio (1).

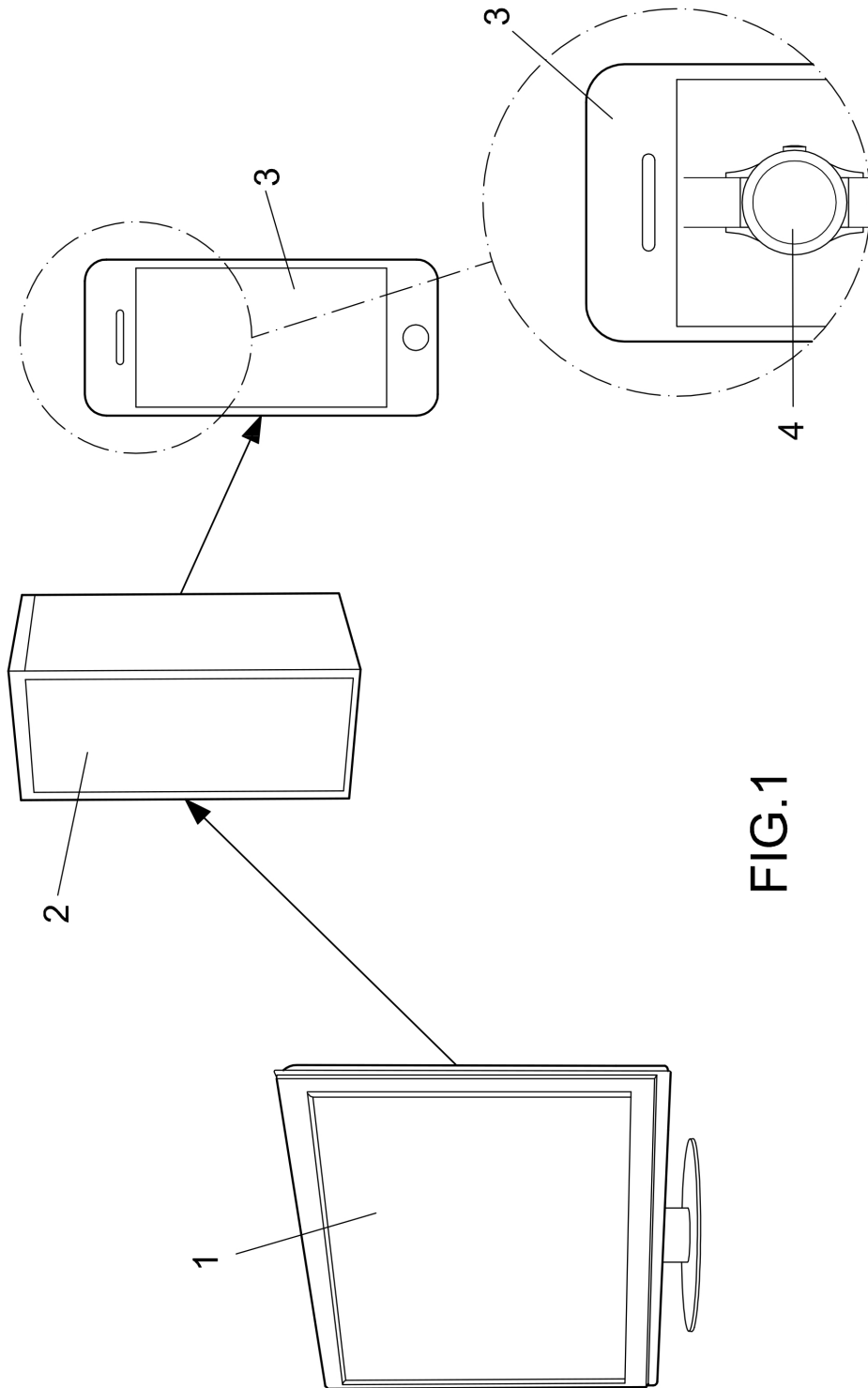


FIG.1