

DATI 2012 DELL'UFFICIO BREVETTI EUROPEO E CONSIDERAZIONI (LA PROPRIETA' INDUSTRIALE E LA PICCOLA E MEDIA IMPRESA ITALIANA)

Partendo dall'analisi dei dati pubblicati dall'Ufficio Brevetti Europeo (E.P.O.) sul proprio sito (www.epo.org), riguardanti i depositi di nuove domande di Brevetto Europeo, non posso fare a meno di rilevare un dato piuttosto sconcertante per l'Italia. Il ns. Paese non solo risulta essere soltanto al sesto posto dopo Germania, Francia, Svizzera, Gran Bretagna ed Olanda con una differenza piuttosto rilevante rispetto ai primi, ma è anche l'unico, tra quelli sopra indicati, a riportare un dato negativo del 3,4 % rispetto al numero di domande depositate nel 2011.

Analizzando, poi, i dati relativi al totale delle domande depositate emerge un altro dato non meno preoccupante ovvero che il totale delle domande (94.060) depositate dai paesi europei è cresciuta del 2,3%, mentre il totale delle domande depositate da paesi non europei è aumentata del 7%. A guidare il gruppo, vi sono i paesi asiatici (Giappone, Cina e Corea) con un incremento del 9,6% del numero di domande di brevetto europeo ed, a seguire, gli Stati Uniti d'America con un incremento del 5,6%.

E', pertanto, del tutto evidente l'insufficiente ricorso agli strumenti di tutela conferiti dalle norme in materia di proprietà industriale da parte delle imprese italiane con grave danno per il loro sviluppo ed a tutto vantaggio delle imprese estere (in particolare, quelle con sede in Asia o negli Stati Uniti d'America) che, nei prossimi anni, potranno fare valere i loro diritti di esclusiva anche nel territorio italiano a scapito delle piccole e medie imprese locali.

Tale insufficienza è certamente determinata dalle contingenti difficoltà economiche e di finanziamento ma esse non costituiscono le uniche motivazioni: sono state, infatti, effettuate varie indagini al riguardo da parte di istituzioni pubbliche e private, da cui è emerso che, soprattutto nell'ambito della piccola e media impresa, vi è una mancata consapevolezza

della primaria importanza dei beni immateriali.

Nell'attuale era della globalizzazione, invece, l'innovazione tecnologica attraverso il brevetto d'invenzione od il modello di utilità o l'innovazione dell'aspetto esteriore del prodotto attraverso i disegni e modelli (c.d. design industriale) od, ancora, quella più prettamente commerciale attraverso la tutela di nomi e loghi, costituiscono strumenti che, da soli, o meglio in combinazione tra loro, offrono grandi potenzialità di sviluppo e competitività per la piccola e media impresa.

Il valore rappresentato dalla capacità di innovazione è, quindi, diventato fondamentale, purché adeguatamente tutelato utilizzando gli strumenti che sono loro messi a disposizione dalla legge nell'ambito della proprietà industriale. Ma cos'è la proprietà industriale? E', in estrema sintesi, un sottoinsieme della proprietà intellettuale (diritto che si occupa di protezione e valorizzazione delle "innovazioni") che comprende la protezione e la valorizzazione delle invenzioni (brevetto per invenzione), dei miglioramenti tecnici e funzionali dei prodotti (modelli d'utilità) e delle loro forme estetiche (c.d. Design industriale), dei marchi commerciali che contraddistinguono prodotti e servizi.

E', pertanto, di primaria importanza anzi, nell'attuale contesto economico, assolutamente necessario per la sopravvivenza dell'impresa, considerare l'innovazione e gli strumenti di tutela conferiti dalla proprietà industriale come il motore, il timone dell'azienda.

Colui il quale abbia investito denaro, tempo ed energie nella ricerca e sviluppo di nuove soluzioni tecniche od estetiche di un prodotto, attraverso i sopra indicati strumenti, supportati da un'adeguata politica di marketing, viene poi adeguatamente ricompensato per un lungo periodo di tempo con la possibilità di sfruttare, in via esclusiva, l'idea innovativa. Ciò soprattutto in considerazione del fatto che egli potrà stabilire il prezzo senza dover sottostare alle rigide regole di mercato basate unicamente sul costo del prodotto, aumentando così il fatturato ed acquisendo nuove quote di

mercato. Ma il vantaggio conferito dal bene immateriale non è rappresentato solamente dalla possibilità di operare sul mercato in regime di monopolio ma anche dal fatto che è possibile gestirlo tramite soggetti terzi verso la corresponsione di denaro, ad esempio, mediante la sottoscrizione di un contratto di cessione o di licenza.

Negli ultimi anni, stiamo, peraltro, assistendo ad una crescita della consapevolezza da parte di tutti gli attori del sistema economico dell'importanza strategica della proprietà industriale, riconosciuta come indispensabile fattore competitivo e di crescita. Anche il settore bancario, ovvero il principale finanziatore dell'impresa, si è adeguato, grazie ad un accordo intervenuto con il Ministero dello Sviluppo economico, consentendo l'accesso al credito per il titolare di una domanda di brevetto o di design.

Anche nello specifico settore della nautica, in cui il cliente è un soggetto particolarmente informato ed avveduto è fondamentale, per il buon successo dell'azienda, il ricorso alla proprietà industriale sia per la tutela dell'innovazione tecnologica, sia per la tutela del design dei prodotti siano essi imbarcazioni o suoi componenti.

A titolo di esempio, un ns. cliente operante nel settore della componentistica ha potuto far crescere il proprio fatturato non solo mediante la commercializzazione in esclusiva del prodotto (un componente nautico) in Europa e negli Stati Uniti d'America ove il Brevetto e l'opera di design, inizialmente depositati in Italia, erano stati estesi, ma anche concedendo i titoli di proprietà industriale in licenza d'uso a società, operanti in settori del tutto diversi dalla nautica, interessati a quel determinato prodotto e disposte a pagare royalties pari al 5% del fatturato.

Ancora, altri clienti operanti nel settore dell'abbigliamento nautico hanno potuto ampliare, con notevole successo, il proprio mercato grazie alla particolare funzionalità di alcuni dei loro prodotti ed alla notorietà del marchio acquisita nel tempo grazie anche alla sponsorizzazione di eventi

sportivi. Ciò ha, infatti, consentito loro di espandersi oltre il confine del settore nautico, acquisendo un numero sempre maggiore di clienti in tutto il mondo.

Per concludere, ritengo pienamente condivisibili le parole del Presidente di Piccola Industria di Confindustria, Alberto Baban, nel discorso fatto all'atto del suo insediamento: “.....internazionalizzazione ed innovazione devono essere le parole d'ordine: nella gestione aziendale, nella cultura manageriale e d'impresa, nell'approccio ai mercati” (fonte il sole24ore.com).

Avv. Stefano Sergio

Studio di Consulenza Tecnica e Legale

Dott. L. Ferrarotti – Avv. S. Sergio

Via L. Lanfranconi 5/10 s.s.

16121 – GENOVA - Tel. 010 56.23.49

E-mail: ferrarottistudio@libero.it