

BUONE PRATICHE PER LA DIFFUSIONE DELLA CULTURA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE

Proprietà Industriale

Processi d'Innovazione e Sviluppo Sostenibile

*“Culture is the beginning and the end of development.
If one assumes that enacted laws, ideally and magically, ought to work exactly as planned, then
culture is indeed an obstacle,
since it is the culture which determines the amount of deviance from the norm.
But the assumption is, of course, absurd.
One might just as easily assume that no law printed on paper ever came to life without some
cultural input, in which case,
it is the culture which is the sole source of effectiveness of law”.*

(Léopold Sédar Senghor and Lawrence M. Friedman¹)

La caratteristica principale del made in Italy è la creatività, che riguarda sia la capacità di concepire prodotti innovativi che quella di innovare i processi produttivi, rendendo i prodotti nazionali competitivi sul mercato globale.

Diffondere la conoscenza della Proprietà Industriale (brevetti, modelli, design, varietà vegetali, marchi, indicazioni geografiche, denominazioni di origine e segreti aziendali) è essenziale per sostenere ed accelerare i processi d'innovazione tecnologica, costruire una società accessibile e sostenibile, accrescere la competitività globale e tutelare e valorizzare i risultati della ricerca.

Le imprese, nonostante il ruolo fondamentale che rivestono nell'economia, spesso, proprio per mancanza di informazione, non utilizzano a pieno il potenziale offerto dagli strumenti di tutela della PI per accrescere la loro competitività o per beneficiare economicamente dei propri brevetti, modelli, design, ecc., attraverso la loro commercializzazione.

Le università, essendo una delle principali fonti di nuove conoscenze, rivestono un ruolo fondamentale nel processo d'innovazione tecnologica e in prospettiva possono diventare un partner privilegiato delle imprese per l'attività di ricerca. Inoltre, una maggiore sensibilità delle università nei confronti delle imprese, ad esempio favorendo il raggruppamento di imprese su alcuni progetti, potrebbe portare ad un aumento dei fondi per la R&S a loro disposizione.

¹ Léopold Sédar Senghor (poeta senegalese), *Culture Auction Floor A Match For Development* (2010), European Union http://ec.europa.eu/europaid/infopoint/publications/europaid/documents/177a_culture_auction_floor_booklet_en.pdf

Lawrence M. Friedman, *Legal Culture and Social Development* (1969) 4 (1) *Law and Society Law Review* 29, 41

A tal fine, imprese, università e centri di ricerca dovrebbero impegnarsi a diffondere ed utilizzare il sistema della proprietà industriale, sforzandosi di assumere un ruolo attivo nella diffusione delle informazioni sulle tecnologie, l'innovazione, i brevetti e più in generale, i risultati delle attività di R&S.

Il sistema dei diritti di proprietà industriale, attraverso la messa a punto e lo sfruttamento regolamentato di invenzioni ed innovazione, apporta benefici economici e contribuisce alla crescita economica del territorio, favorendo la crescita e l'accREDITAMENTO degli innovatori e dei "creatori" di tecnologie.

In un mondo in cui la globalizzazione ha determinato ritmi di crescita diversi tra paesi sviluppati e paesi in via di sviluppo, cambiamenti climatici, aumento del rischio di catastrofi, problemi di sostenibilità ambientale, crescita della povertà globale, minacce alla salute dei cittadini, problemi di sicurezza alimentare, ecc. è fondamentale creare una nuova cultura in cui la società, nel suo insieme, comprenda e rispetti anche il significato di tutti i processi d'innovazione, a partire dal processo creativo fino all'invenzione, protezione ed utilizzo della proprietà industriale: tutto questo è la **Cultura della Proprietà Industriale (Cultura IP)**.

Favorire la creazione di una Cultura IP, non è tuttavia sufficiente se questa non viene poi adeguatamente diffusa nel territorio: è per questo che abbiamo individuato le attività da intraprendere per fare sì che ciò accada, ovvero le *best practice* da seguire per diffondere la conoscenza della proprietà industriale e lo sfruttamento delle sue numerose potenzialità.

Creazione della Cultura IP

La Cultura della proprietà industriale è poliedrica e può essere utilizzata come strumento per gestire le varie problematiche della società contemporanea a condizione però che venga ampiamente conosciuta in tutte le sue sfaccettature, opportunamente mantenute in equilibrio ed incentivate, piuttosto che focalizzandosi soltanto su alcune di esse. Per queste ragioni è importante considerare la **Cultura IP** come:

➤ **Strategia aziendale**

La diffusione della Cultura IP può essere vista come una strategia che contribuisce a mantenere e rafforzare la competitività degli operatori economici - siano essi imprese, università, centri di ricerca o istituzioni – promuovendo, allo stesso tempo, la concorrenza e stimolando l'innovazione; è una componente strategica soprattutto per le imprese esportatrici in quanto agevola e favorisce la conoscenza dei sistemi normativi dei più importanti mercati esteri di destinazione.

➤ **Strategia per lo sviluppo economico**

Lo sviluppo economico si realizza quando i benefici derivanti dalla proprietà industriale vengono resi disponibili per tutti: finché le invenzioni restano chiuse nel cassetto, nessuno può trarne vantaggio.

Affinché questo si verifichi è necessario però porre in essere dei meccanismi che promuovano e favoriscano la diffusione e la valorizzazione dei risultati dell'attività inventiva.

Le invenzioni devono essere innanzitutto protette, quindi sfruttate e valorizzate dal punto di vista economico.

Per accelerare lo sviluppo economico è necessario stimolare gli investimenti, incoraggiare l'attività inventiva e l'introduzione di nuove tecnologie.

La cultura IP facilita sicuramente queste attività ostacolando la contraffazione e la pirateria, assicurando dei benefici economici ai "creatori" d'innovazione (inventori), favorendo uno sviluppo economico sostenibile.

4

➤ **Strumento per lo sviluppo tecnologico**

I diritti di proprietà industriale favoriscono la produzione e diffusione delle conoscenze tecnologiche.

La creazione e la diffusione della cultura IP contribuisce all'aumento delle richieste di brevetto, garantendo che l'evoluzione tecnologica segua dei processi garantiti, in cui è possibile passare alla fase successiva soltanto dopo aver espletato, in modo soddisfacente, quella precedente.

La cultura IP garantisce anche l'adozione di modelli metodologici per la raccolta e il trasferimento dei risultati della ricerca.

Il sistema brevettuale richiede infatti particolare attenzione a tutta una serie di dettagli, tra cui:

- cosa può essere brevettato
- quale problema tecnologico viene risolto
- qual'è il campo di applicazione del brevetto

- gli standard di novità che determinano la brevettabilità o meno di un'invenzione
- chi è legittimato ad utilizzarlo/sfruttarlo
- come può essere monetizzato (licenze, cessione, TTA, ecc.) .

I risultati della ricerca confluiscono quindi in un sistema brevettuale che risponde a ciascuna di queste domande in modo da promuovere non soltanto l'utilizzo, la diffusione e la valorizzazione delle conoscenze ma soprattutto l'innovazione e la crescita economica.

➤ **Stimolo alla ricerca**

Le ambizioni di scienziati e ricercatori, in termini di risultati scientifici e tecnologici, così come i loro sforzi per realizzarli, sono fonte di invenzione e innovazione.

La società nel suo complesso ha il compito di stimolare la Cultura IP permettendo loro di acquisire dimestichezza con il sistema brevettuale, da un lato, per accedere ai risultati dell'attività di ricerca altrui, dall'altro per proteggere quelli conseguiti in proprio.

A tal fine, si sono rivelate particolarmente efficaci attività promozionali riconducibili alla creazione di club d'inventori e mostre/fiere dedicate all'innovazione e all'attività inventiva.

➤ **Beneficio per l'intera società**

Una società che si sforza di realizzare i sogni della gente attraverso la comprensione e il rispetto della Cultura IP procederà naturalmente verso la stabilità e consentirà di conseguire uno sviluppo economico sostenibile, facendo sì che anche le invenzioni e l'innovazione contribuiscano a risolvere i problemi attuali e quelli futuri. A tal fine è necessario che la cultura IP venga alimentata, mantenuta e sviluppata dalla società nel suo insieme. Affinché la Cultura IP diventi un elemento consolidato all'interno della società, la sua diffusione deve essere geograficamente globale, accessibile e rispettata da tutti, policy maker, imprese, università e cittadini.



Quale Cultura IP divulgare?

Una volta compresa l'importanza di creare e diffondere la Cultura IP, è bene individuare con chiarezza quali sono i concetti prioritari da trasferire.

Essenzialmente si tratta di trasmettere informazioni relativamente:

- strumenti per la tutela della proprietà industriale (brevetti, disegni e modelli, marchi)
- metodi di valorizzazione dell'IP.

A seguire esamineremo il **brevetto**, istituto principe per la tutela della proprietà industriale.

Il brevetto è lo strumento principe di protezione dell'invenzione. E' un diritto esclusivo, garantito dallo Stato, in forza del quale viene conferito un monopolio temporaneo di sfruttamento in relazione ad un'invenzione nuova suscettibile di applicazione industriale, nella quale si palesa una attività inventiva (v. art. 45 del Codice della Proprietà Industriale).

Nel linguaggio tecnico brevettuale, un'invenzione è generalmente definita come una soluzione nuova ed innovativa in risposta ad un problema tecnico.

Il brevetto attribuisce al titolare un diritto esclusivo al fine di prevenire o di inibire l'utilizzo, la produzione, la commercializzazione oppure l'importazione di un prodotto ovvero l'implementazione di un processo oggetto dell'invenzione brevettata senza il preventivo consenso del suo titolare.

Il brevetto è concesso, per l'Italia, dalla Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi - UIBM, oppure da un Ufficio Regionale che fa capo ad un gruppo di Stati (ad esempio l'Ufficio Europeo dei Brevetti - EPO).

Il brevetto è valido per un periodo di 20 anni, che decorrono dalla data di deposito, sempre che siano regolarmente pagate le tasse di deposito e mantenimento in vita.

Per poter ottenere la protezione brevettuale, un'invenzione deve soddisfare un certo numero di requisiti. In particolare è necessario che l'invenzione:

- abbia come oggetto una materia **brevettabile**;
- sia **nuova** (requisito della novità);
- sia frutto di un'**attività inventiva** (requisito della non ovvietà);
- possa avere una **applicazione industriale** (requisito della utilità);
- sia descritta in modo chiaro e completo nella domanda di brevetto (**sufficiente descrizione**).

Un'invenzione è considerata nuova se non è compresa nello stato dell'arte esistente al momento del deposito della domanda di brevetto (lo stato dell'arte è costituito da tutto ciò che è stato reso accessibile al pubblico, in qualunque parte del mondo, prima del deposito della relativa domanda di brevetto, mediante una descrizione scritta o orale, una utilizzazione o un qualsiasi altro mezzo).

L'art. 48 C.P.I. precisa che un'invenzione implica un'attività inventiva (ossia non ovvia) quando, per una persona esperta in quel particolare campo tecnologico, non risulta in modo evidente dallo stato della tecnica. Questo assicura che i brevetti siano concessi soltanto a fronte dei risultati di un processo inventivo o creativo e non a fronte di processi che una persona, con ordinaria abilità nel campo tecnologico relativo, potrebbe facilmente dedurre da quanto già esiste.

Secondo l'art. 49 C.P.I., un'invenzione è considerata atta ad avere un'applicazione industriale se il suo oggetto può essere fabbricato o utilizzato in qualsiasi genere di industria, compresa quella agricola. Un'invenzione non può essere un semplice processo intellettuale, deve poter essere utile e deve essere in grado di generare effetti pratici.

Infine, secondo l'art. 51 comma 2 C.P.I., la domanda di brevetto deve descrivere l'invenzione in un modo sufficientemente chiaro e completo affinché il contenuto dell'invenzione stessa possa essere compreso da una persona esperta nel medesimo campo tecnico.

L'art. 45 comma 2, 4 e 5 C.P.I. indica espressamente cosa non è suscettibile di tutela brevettuale; ovvero:

- ✓ scoperte, teorie scientifiche e metodi matematici;
- ✓ piani, principi e metodi per attività intellettuale, per gioco o per attività commerciale e programmi per elaboratore (software);
- ✓ presentazione di informazioni;
- ✓ metodi per il trattamento chirurgico o terapeutico del corpo umano o animale ed i metodi di diagnosi applicati al corpo umano o animale;
- ✓ piante e animali diversi dai microrganismi e processi essenzialmente biologici per la produzione di piante o animali diversi dai processi non biologici e microbiologici.
- ✓ creazioni estetiche;
- ✓ schemi, regole e metodi per compiere atti intellettuali;
- ✓ la scoperta di sostanze disponibili in natura;
- ✓ invenzioni contrarie all'ordine pubblico, alla morale o alla salute pubblica.

La protezione del software. In Italia, i programmi per elaboratore in quanto tali sono esclusi dalla protezione brevettuale. Tuttavia, le invenzioni collegate al software possono essere brevettabili purché vi sia un effetto tecnico derivante dall'esecuzione del programma per elaboratore che vada al di là degli usuali effetti risultanti dall'esecuzione di un programma per computer. Il diritto di autore protegge in Italia i programmi per elaboratore in qualsiasi forma espressi, purché originali, quale risultato di creazione intellettuale dell'autore. La protezione è dunque relativa al programma espresso in forma sorgente, il relativo output (suoni, parole o immagini: ad esempio nei videogiochi) nonché le interfacce con l'utente (insieme di immagini grafiche, messaggi e suoni che guidano l'utente all'intervento sui comandi dell'elaboratore). Il diritto esclusivo del programma comprende il diritto di riprodurre, tradurre, adattare, trasformare, modificare e distribuire il programma stesso.

Ma perché si deve brevettare?

- **Per acquisire una solida posizione di mercato.** Il brevetto attribuisce al suo titolare il diritto esclusivo per prevenire oppure inibire a terzi l'uso commerciale dell'invenzione brevettata, riducendo l'incertezza, il rischio e la competitività causati dai contraffattori. Se l'azienda è titolare di un brevetto per un'invenzione, la stessa potrà escludere dal mercato, con riferimento a quella determinata invenzione, eventuali aziende concorrenti. Ciò farà sì che tale impresa acquisisca una posizione dominante nel relativo mercato.
- **Per conseguire profitti più alti o utili sugli investimenti.** Se l'impresa ha investito somme di denaro significative e molto tempo in R&S, il brevetto può rilevarsi uno strumento economico e finanziario per un ritorno degli investimenti.
- **Per assicurarsi profitti supplementari derivanti dalla concessione di licenze d'uso o dall'assegnazione del brevetto.** Il titolare di un brevetto può venderlo o cederne l'uso a terzi (i.e. licenza d'uso) in cambio di un compenso e/o del pagamento di "royalty", in modo da produrre profitti supplementari per la propria impresa. La vendita (o l'assegnazione)
- **Per accedere ad altre tecnologie mediante licenze incrociate.** Qualora l'impresa fosse interessata ad una tecnologia di proprietà di un'altra impresa, potrà utilizzare i propri brevetti per negoziare un accordo in base al quale le due imprese potranno utilizzare, nel rispetto delle condizioni previste dall'accordo stesso, uno o più dei rispettivi brevetti.
- **Per accedere a nuovi mercati.** La concessione a terzi di una licenza su un brevetto può determinare l'accesso a nuovi mercati che sarebbero, altrimenti, inaccessibili.

- **Per ridurre i rischi di contraffazione.** E' possibile impedire ad altri di brevettare la stessa invenzione e ridurre le possibilità di violare i diritti dei terzi al momento della commercializzazione dei prodotti.
- **Per aumentare la possibilità di ottenere finanziamenti da soggetti intermediari a fronte della titolarità di un brevetto.** La proprietà di un brevetto può rivelarsi essenziale per ottenere risorse finanziarie integrative in sede di produzione e commercializzazione dei propri prodotti. In alcuni settori, come ad esempio quello delle biotecnologie, spesso è necessario disporre di un importante portafoglio di brevetti per attirare investitori pronti a finanziare progetti ambiziosi.
- **Per disporre di un potente strumento contro la contraffazione.** Possedere un brevetto forte offre grandi possibilità di successo nelle azioni legali contro coloro che copiano l'invenzione protetta.
- **Per contribuire all'immagine positiva dell'azienda.** Un buon portafoglio brevetti può essere percepito dai partner commerciali, dagli investitori, dagli azionisti e dai clienti come una dimostrazione dell'alto livello di qualità, specializzazione e capacità tecnologica dell'azienda.

Il brevetto tuttavia, non è di per sé garanzia di successo commerciale. Perché possa fornire un beneficio concreto deve essere sfruttato efficacemente. In linea di massima esso produrrà profitti soltanto se il prodotto incontrerà i favori del mercato oppure se aumenterà la forza ed il potere contrattuale dell'impresa stessa.

Per **valorizzare** un brevetto esistono diverse modalità da scegliere in funzione delle esigenze e delle priorità proprie dell'impresa:

- Utilizzo/commercializzazione diretta. A volte il modo migliore per valorizzare un brevetto è utilizzarlo direttamente e quindi commercializzare il bene che incorpora la tecnologia brevettata.
- Vendita. La vendita del brevetto, a fronte di un pagamento unico, comporta il trasferimento permanente della titolarità ad un terzo. Talvolta la vendita del brevetto è vantaggiosa poichè consente di ottenere il corrispettivo immediatamente e di evitare che il brevetto possa essere superato da altra tecnologia. Inoltre, la vendita del brevetto ad una nuova azienda può essere una condizione necessaria per ottenere finanziamenti.
- Licenza. Il licenziante (di norma il titolare del brevetto), mantiene la proprietà del brevetto e concede al licenziatario (imprese industriali, ecc.), in cambio di un compenso, il diritto di utilizzare l'invenzione e il know-how tecnico. Generalmente il compenso è composto da un importo forfettario e da pagamenti annuali detti royalties (generalmente calcolati in funzione delle vendite nette o della quantità prodotta). In alcuni casi le parti possono stabilire che in luogo delle royalties il licenziante riceva una quota del capitale della compagnia del licenziatario.
Dando in licenza il brevetto il titolare si assicura il vantaggio di incassare le royalties per il resto della vita del brevetto. La concessione della licenza è particolarmente utile se l'azienda che la possiede non è in grado di produrla del tutto o in quantità sufficiente per soddisfare una certa esigenza di mercato o coprire una data area geografica. La vendita e la concessione di licenze possono portare soldi in anticipo, ma a costo di un ridotto potenziale di guadagno a lungo termine.
- Joint venture o alleanze strategiche. In alcuni casi il metodo più efficace per valorizzare un brevetto è quello di siglare una joint venture o altre alleanze strategiche con imprese che

hanno beni complementari. Questo metodo consente di sfruttare i diritti brevettuali dando vita a un sistema di licenze incrociate, con il quale i firmatari dell'accordo si scambiano reciprocamente licenze sui propri brevetti. La licenza incrociata è molto comune nelle industrie, dove molti brevetti che coprono un ampio ambito di invenzioni complementari appartengono a due o più concorrenti, i quali si accordano per concedersi vicendevolmente l'autorizzazione a utilizzare i propri titoli brevettuali.



Diffusione della Cultura IP

Affinché imprese, università, centri di ricerca possano innovare è necessario che inventori e ricercatori possano beneficiare di un contesto propizio allo sviluppo delle loro attività.

Un'adeguata tutela della proprietà industriale contribuisce a consolidare la fiducia da parte di imprese, inventori e creatori e costituisce un forte incentivo all'investimento e, quindi, al progresso economico del Paese.

L'aumento del numero dei brevetti costituisce un segnale positivo di espansione e rafforzamento dell'attività innovativa, la cessione di licenze può costituire la base della partnership tra imprese, tra imprese ed università/centri di ricerca, creare royalties per i licenziatari, che potrebbero essere reinvestite in ulteriori attività d'innovazione e R&S² innescando un processo di d'innovazione continua.

In questo paragrafo vengono riportate le principali azioni da intraprendere per favorire la diffusione della cultura della proprietà industriale e delineate le linee guida per il rafforzamento del sistema della proprietà industriale e la sua diffusione tra le imprese.

Per raggiungere l'obiettivo di **diffusione della Cultura IP**, innanzitutto è necessario rivolgersi:

- **Alle PMI** e al **mondo imprenditoriale** soddisfacendo le loro esigenze informative, colmando i loro gap di conoscenze, fornendo chiarimenti alle loro richieste sul funzionamento della proprietà industriale a livello nazionale e internazionale;
- **Ai cittadini/consumatori** per trasmettere loro una corretta percezione del fenomeno anche sotto il profilo delle conseguenze che le violazioni dei diritti di proprietà industriale determinano, in termini di rischi per la salute, danni all'economia, tutela e rispetto della legalità;
- **Agli esperti di proprietà industriale** affinché supportino l'amministrazione nella diffusione della cultura della Proprietà industriale e nell'utilizzo del corretto impiego dei suoi strumenti di tutela e promozione.



² Politiche e strumenti per la promozione della cultura e dell'utilizzo della proprietà industriale tra le PMI, Disciplina internazionale e best practices nazionali a confronto per l'individuazione di proposte e linee guida - a cura di DIREZIONE POLITICHE E PROGETTI DI INTERVENTO Dipartimento Net-Economy, Luglio 2004.

L'obiettivo di diffusione della PI può essere raggiunto seguendo alcune **Buone Pratiche**:

1) Formazione/qualificazione delle risorse umane

E' consigliabile intraprendere azioni mirate volte a garantire l'acquisizione e l'accrescimento della Cultura IP nelle risorse umane, prevedere dei programmi specifici per implementare la cultura IP base ed avanzata, promuovere la partecipazione ad attività formative specialistiche che prevedano anche il coinvolgimento di esperti.

La partecipazione delle risorse umane a corsi di formazione sul sistema della IP valorizzerebbe i soggetti con elevate conoscenze specifiche accrescendo altresì la loro consapevolezza e capacità manageriale nel sistema della proprietà industriale.

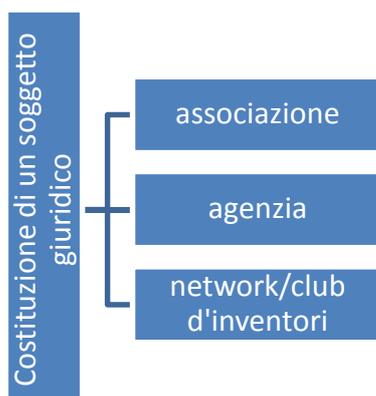


2) Costituzione di agenzie, network, associazioni e club d'inventori

Alla luce della globalizzazione e del progresso tecnologico, la Cultura IP svolge un ruolo importante nell'influenzare la percezione e l'applicazione dei diritti di proprietà industriale; per questo motivo, è necessario favorirne la diffusione.

A tal fine è consigliabile costituire un soggetto giuridico - associazione, agenzia, network/associazione d'inventori, ricercatori, accademici, ecc. - il cui ruolo sia la promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico attraverso lo sviluppo e la diffusione della Cultura IP; un soggetto giuridico che metta l'IP al servizio dell'innovazione e della sua valorizzazione economica.

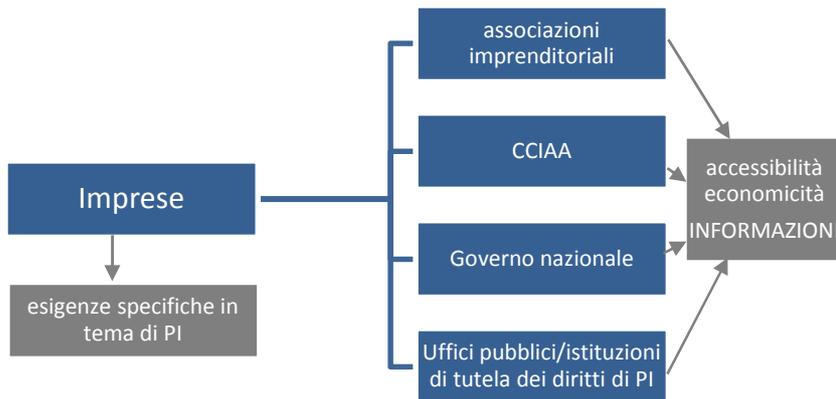
E' altresì importante promuovere la fondazione di club d'inventori per imprese e studenti, luoghi virtuali in cui i singoli possano assaporare la soddisfazione e i benefici derivanti dall'invenzione di e sviluppare il talento e il potenziale innovativo nei quali coinvolgere anche tecnologi ed esperti in IP che, apportando le proprie esperienze e testimonianze, mantengano vivo l'interesse degli associati per l'attività inventiva.



3) Rafforzamento delle interazioni tra imprese ed altri attori economici

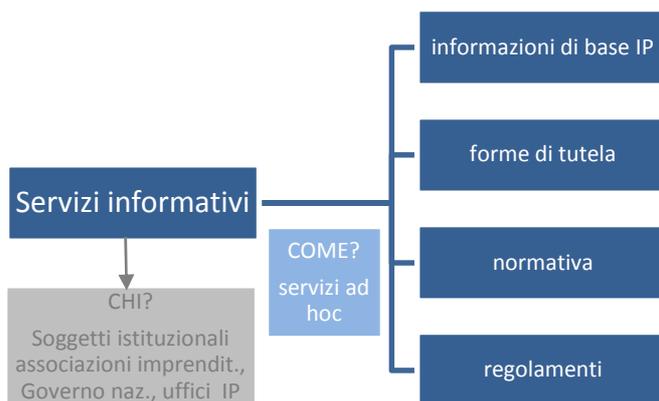
Per aiutare le PMI a comprendere le loro esigenze e a conoscere gli strumenti tecnico-giuridici disponibili, è necessario rafforzare le interazioni tra le imprese e associazioni imprenditoriali, CCIAA, Governo nazionale, uffici pubblici preposti alla protezione della proprietà industriale e altre organizzazioni, anche non governative, istituzionalmente preposte alla tutela dei diritti di PI.

A tal fine occorre, da un lato, far sì che le istituzioni conoscano le esigenze specifiche delle imprese in tema di PI, dall'altro, fare in modo che le imprese siano informate circa il miglior utilizzo delle conoscenze tecniche e tecnologiche in loro possesso rendendo l'accesso a tali conoscenze, più facile ed economico.



4) Predisposizione di servizi informativi mirati per le imprese

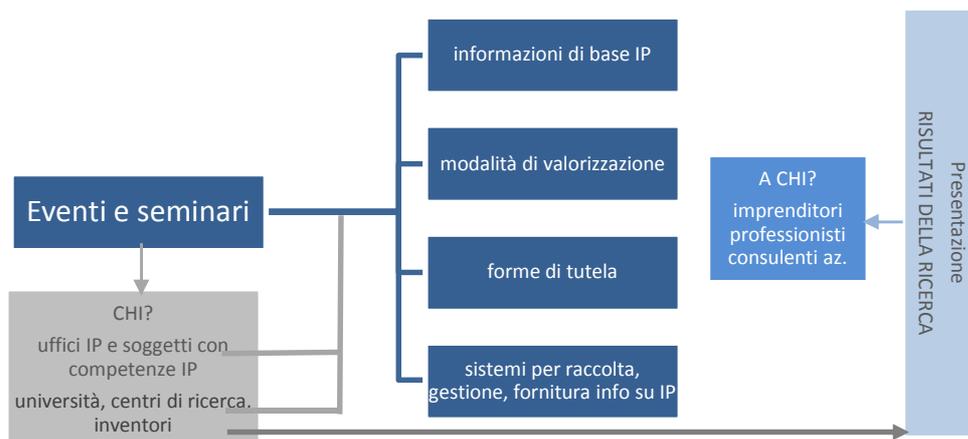
Oltre ai soggetti istituzionalmente preposti (CCIAA, UIBM, ...), anche le associazioni imprenditoriali di categoria, il Governo nazionale e gli uffici pubblici dediti alla tutela dell'IP, dovrebbero predisporre servizi ad hoc per le imprese, per fornire loro indicazioni di base sull'IP, sulle possibili forme di tutela della proprietà industriale e sulla normativa che disciplina la materia e tutela i diritti acquisiti in tema di IP (i.e. lotta alla contraffazione).



5) Organizzazione di eventi e seminari sulla IP

Per favorire la promozione e la diffusione dei risultati dell'attività inventiva che afferiscono alla sfera dell'IP e stimolare l'industria a sfruttarli, è consigliabile che gli uffici IP e tutti i soggetti con competenze in materia - siano essi nazionali (UIBM) o interni alle imprese, alle università, ad istituti di ricerca o altro - organizzino eventi per imprenditori, professionisti e consulenti aziendali in occasione dei quali diffondere da un lato, informazioni inerenti la IP e le modalità di valorizzazione e tutela, dall'altro, mostrare i più recenti sistemi per la raccolta, la gestione e la fornitura di informazioni sui brevetti.

Il seminario costituisce sempre un'occasione formativa per presentare l'IP come denominatore unico nel ciclo di vita del prodotto e per promuovere la conoscenza e le modalità di funzionamento degli istituti giuridici di base (brevetti, modelli, marchi, design, denominazioni, ecc.), tanto più utile se riesce a fornire risposte concrete alle esigenze delle imprese; inoltre, qualora sia previsto il coinvolgimento degli attori della ricerca, costituisce il trampolino di lancio per il reale sfruttamento dell'invenzione, un'occasione per "presentare" al tessuto economico i risultati conseguiti.

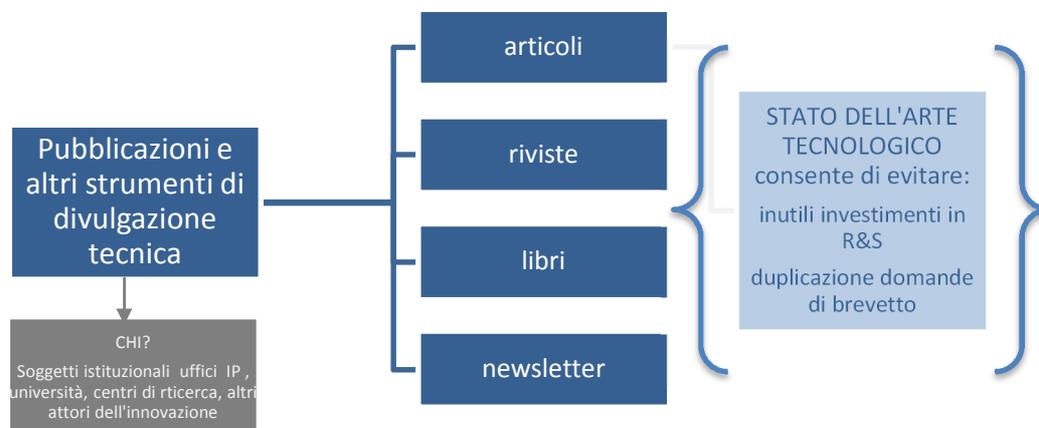


6) Predisposizione di pubblicazioni ed altri strumenti di divulgazione tecnica

Uffici pubblici dedicati alla tutela della IP, università, istituti di ricerca e altri soggetti coinvolti nell'innovazione dovrebbero incrementare le loro attività editoriali.

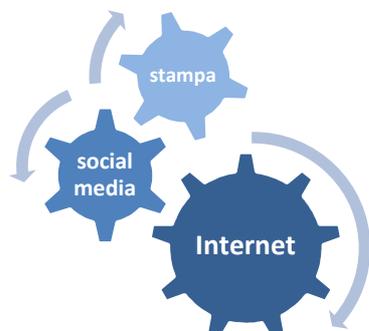
La pubblicazione di articoli, riviste, libri e newsletter relative alla IP ha lo scopo di promuovere attivamente la diffusione della conoscenza del sistema della proprietà industriale sul territorio, in particolare tra le aziende e gli imprenditori.

Li informa e li stimola a sviluppare costantemente la ricerca d'innovazione facendogli comprendere che c'è sempre una base di ricerca dalla quale partire che gli consente di evitare inutili investimenti in R&S (stato dell'arte tecnologico) e la duplicazione di domande di brevetto relative ad invenzioni già brevettate da altri.



7) Utilizzo di strumenti di comunicazione di massa

Per valorizzare e diffondere, la cultura della proprietà industriale presso le imprese e i consumatori, è consigliabile utilizzare la rete Internet e altri strumenti di comunicazione di massa, tempestivi, diretti ed efficaci.



8) Promozione dello sfruttamento dei risultati della ricerca

E' indispensabile impegnarsi nell'intensificazione dei contatti tra attori della ricerca (imprese, inventori, università, centri di R&S) ed uffici pubblici, organizzazioni preposte alla tutela della PI, Enti, Uffici Brevetti nazionali e sovranazionali, al fine di massimizzare la diffusione dei risultati della ricerca al tessuto economico e quindi, la loro valorizzazione e sfruttamento.

A tal fine risulta importante:

- l'istituzione di bandi di concorso a premio per "inventori";
- la predisposizione di avvisi/bandi pubblici (regionali/nazionali) che prevedano incentivi economici a favore di privati, imprese, università/centri di ricerca coinvolti in attività di ricerca inventiva;
- la predisposizione di incentivi fiscali e/o finanziari a favore dei soggetti coinvolti nelle attività di valorizzazione/sfruttamento dei risultati della ricerca (es. facilità di accesso al credito).



9) Riduzione dei costi connessi all'acquisizione, mantenimento e tutela dei diritti di PI.

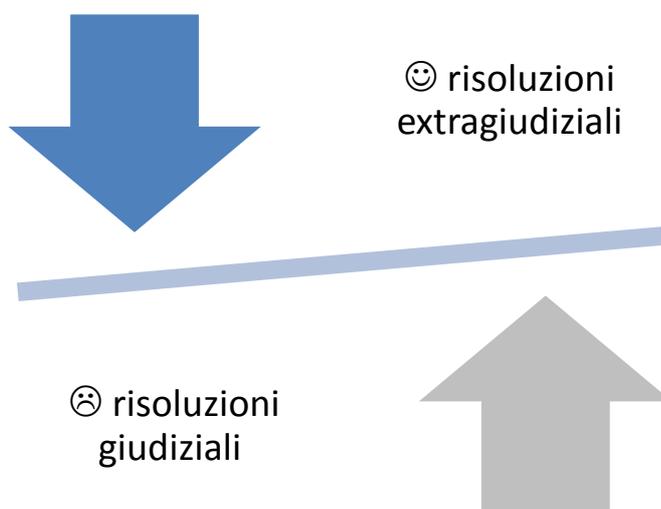
Per promuovere l'utilizzo degli strumenti di tutela della PI è indispensabile rafforzare l'impegno delle strutture nazionali e sovranazionali che si occupano del deposito e della registrazione delle domande di brevetto, al fine di ridurre il costo di acquisizione, mantenimento e tutela dei diritti di proprietà industriale.

Riduzione dei costi legati all'IP



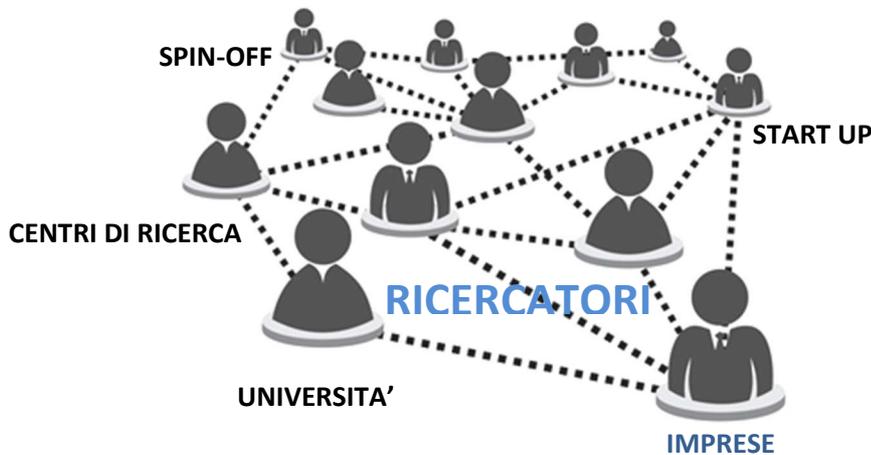
10) Predisposizione di strumenti accessibili per la risoluzione delle controversie

Per un'efficace, semplice e tempestiva risoluzione delle controversie connesse alla tutela della PI, è necessario promuovere l'uso di strumenti extragiudiziali - come l'arbitrato o la mediazione ufficiale - da organizzarsi presso le Camere arbitrali nazionali ed internazionali ovvero presso le CCIAA dislocate sul territorio.



11) Scambio di ricercatori

Per sviluppare le potenzialità delle risorse umane coinvolte nell'attività inventiva e nei processi di brevettazione e favorire la diffusione dell'utilizzo del sistema della proprietà industriale, è consigliabile che università, istituti di ricerca, imprese, spin-off e start-up innovartive partecipino a scambi di ricercatori a livello nazionale ed internazionale.



12) Coinvolgimento del settore dell'istruzione

“La cultura della proprietà industriale, in particolare la protezione e la valorizzazione di marchi, brevetti, disegni e modelli di utilità e la lotta alla contraffazione, rivestono un'importanza fondamentale nell'educazione e nella formazione dei giovani.”

È con questa premessa che l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, in seno al Ministero dello Sviluppo Economico, finanzia progetti rivolti proprio al settore scolastico, con l'obiettivo di realizzare un'azione educativa e formativa dei docenti e degli studenti su tali tematiche e rende disponibili risorse per potenziare gli uffici di trasferimento tecnologico di atenei ed enti pubblici di ricerca “al fine di aumentare l'intensità dei flussi di trasferimento tecnologico verso il sistema delle imprese”. Per stimolare uno sviluppo economico fondato sull'innovazione scientifico-tecnologica, è indispensabile stimolare la capacità inventiva e creativa degli studenti in quanto risorse da cui partire per puntare alla creazione della cultura e della tutela della Proprietà industriale.

A tal fine è consigliabile anche organizzare seminari di istruzione mirati per studenti di scuole secondarie di secondo grado ed università nel corso dei quali presentare, da un lato il ruolo e i meccanismi di funzionamento del sistema dell'IP e le modalità di utilizzo delle moderne tecnologie dell'informazione, dall'altro creare occasioni d'incontro con chi le invenzioni le realizza e le sfrutta, ovvero gli inventori e il mondo imprenditoriale.

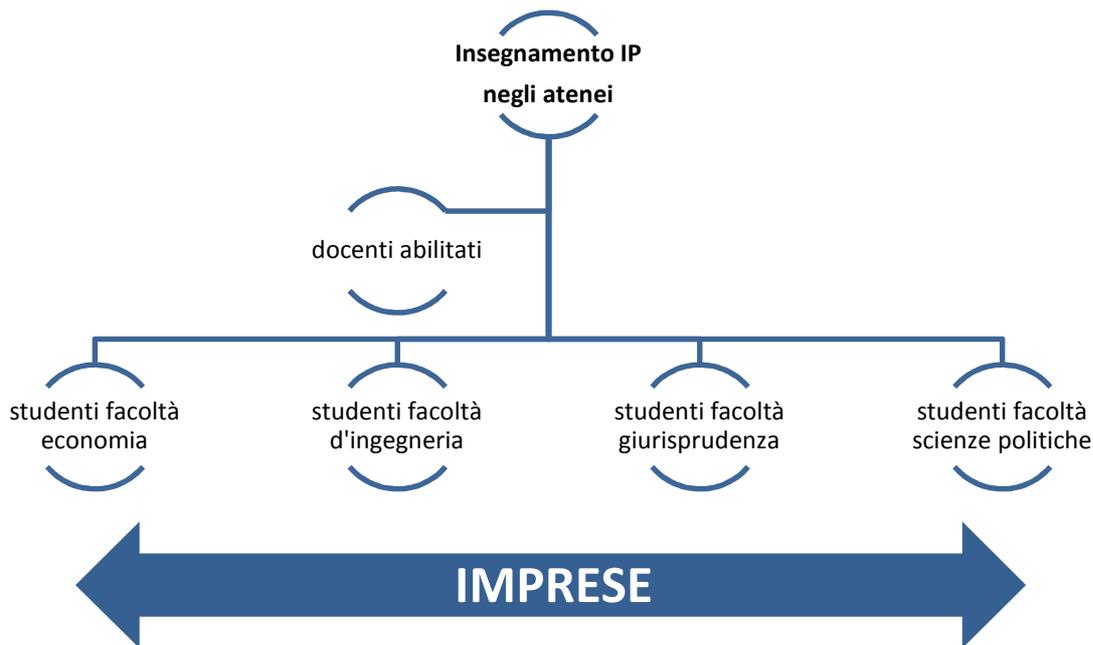
Tutto questo ha il duplice beneficio di stimolare lo svolgimento di attività creative/inventive e di favorire la partecipazione a stage formativi presso aziende innovative.



13) Introduzione dell'IP tra le discipline d'insegnamento accademico

Sarebbe utile incentivare l'introduzione dell'IP tra le discipline d'insegnamento accademico, raramente presente in Italia ad eccezione che in alcuni corsi di laurea delle facoltà di giurisprudenza, economia.

Uno dei principali motivi di questa rarità è dato dalla mancanza di consapevolezza delle potenzialità dell'IP, oltre che dalla difficoltà di introdurre un'ulteriore disciplina in piani di studio già molto intensi e da un limitato numero di docenti abilitati ad insegnare questa materia.



14) Creazione di un modello per la diffusione della Cultura IP

Imprese, università, istituti di ricerca ed altri soggetti coinvolti nell'IP dovrebbero adottare un modello metodologico per la diffusione della Cultura IP, un modello che tenga conto dei fattori che influenzano il processo di diffusione della proprietà industriale.

A titolo di esempio riportiamo schematicamente un modello semplificato di diffusione della conoscenza IP applicabile al caso delle **PMI**. Il processo e le interrelazioni tra i vari elementi sono sintetizzate a titolo di esempio.

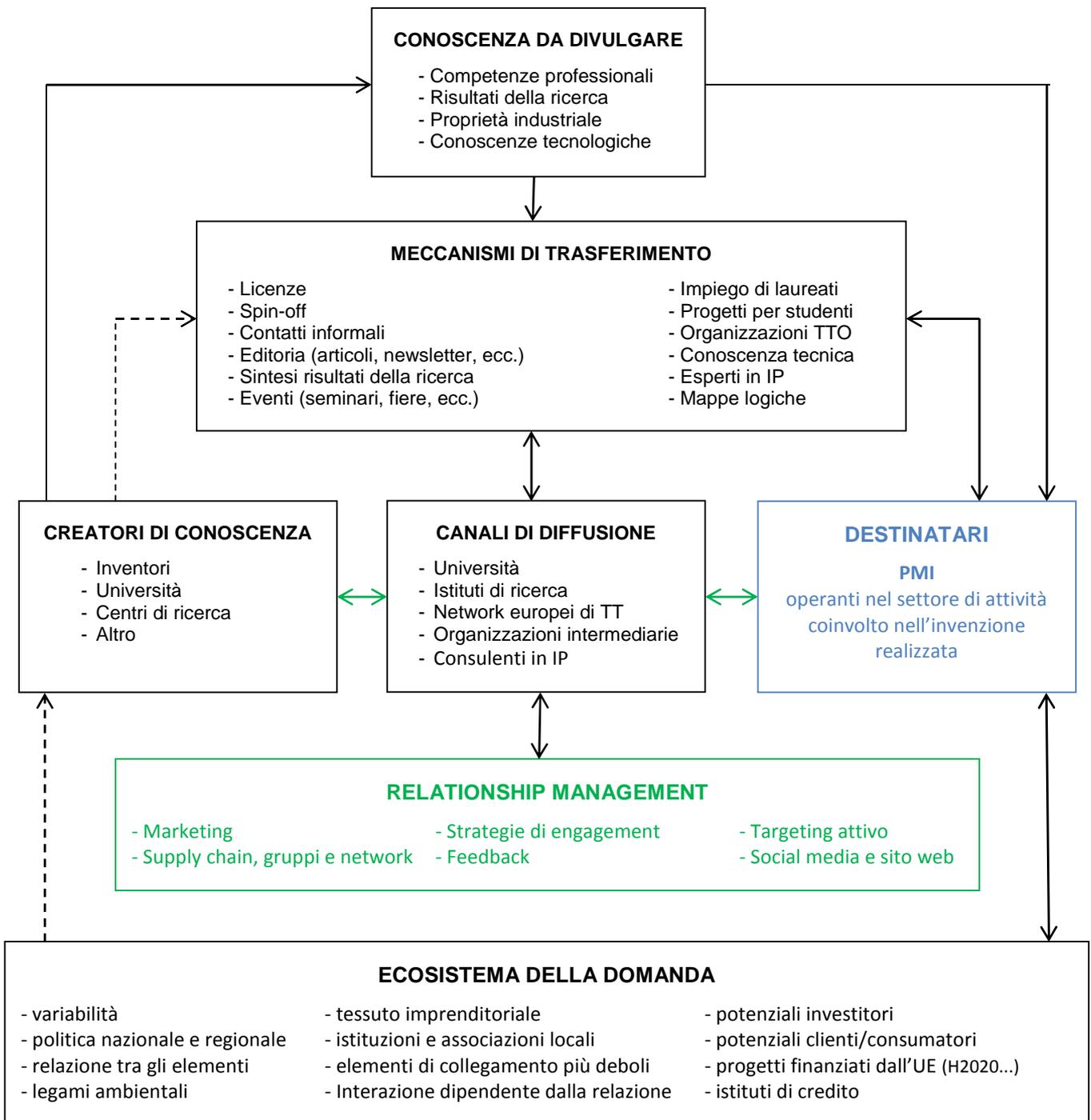
Il modello è articolato come segue:

1. Oggetto: individuazione di ciò che deve essere diffuso e della forma che deve assumere l'informazione (Proprietà Industriale, conoscenze, risultati della ricerca, competenze, ...).
2. Meccanismi di Trasferimento: individuazione delle modalità attraverso le quali dev'essere diffusa l'informazione, modalità strettamente legate alla tipologia d'informazione da diffondere (ad esempio, brevetto, diritto brevettuale, modalità di sfruttamento del brevetto, eventi, pubblicazioni, TTA, ...).

3. Fonte dell'IP: individuazione del soggetto da cui proviene l'informazione (per esempio l'inventore, l'istituto di ricerca o l'università che hanno sviluppato brevetto).
4. Intermediari: soggetti che trasferiscono la conoscenza dall'inventore ai destinatari o potenziali utilizzatori (impresa, istituto di ricerca, università, consulente o altro intermediario).
5. Ambiente: individuazione dei fattori esterni che possono influenzare la diffusione della conoscenza (ad esempio iniziative regionali, nazionali o comunitarie).
6. Destinatari: i soggetti che ricevono la conoscenza IP (ad esempio, le PMI).

Naturalmente, per ottenere dei buoni risultati, lo schema va sempre contestualizzato ed adattato al caso specifico, e, con opportuni aggiustamenti, anche al caso di altri soggetti destinatari (i.e. grandi aziende, università, enti pubblici, ...).

SCHEMA PER LA DIFFUSIONE DELLA CULTURA IP ALLE PMI



— Interazioni dipendenti dalle relazioni

→ Relazioni tra gli elementi

- - - - - collegamenti deboli tra gli elementi

La Cultura IP come strumento di lotta alla contraffazione

Le aziende stanno lentamente diventando consapevoli che la mancanza di conoscenza degli strumenti di tutela dei diritti di proprietà industriale (*Intellectual Property Rights*) può arrecare gravi danni alla loro immagine, ai loro prodotti e ai loro profitti.

In un contesto in cui è frequente che, fornitori, sub-fornitori, clienti e consumatori ignorino cosa siano esattamente brevetti, marchi, copyright, e più in generale, cosa costituisce violazione dei diritti di proprietà industriale, diventa importante orientare il comportamento in materia di tutela dell'IPR attraverso la diffusione della conoscenza del sistema IP e dei relativi strumenti di tutela.

Sensibilizzare, valorizzare, diffondere tra cittadini, nuove generazioni ed imprese, la cultura della Proprietà Industriale, educare ad un corretto impiego dei suoi strumenti di tutela, quale principale dispositivo di contrasto al mercato del falso, sottolineando il valore strategico dell'innovazione e della creatività, è la chiave per accrescere la competitività del sistema produttivo sui mercati nazionali e internazionali.

Difendere i propri prodotti sul mercato e combattere la contraffazione che afflige il Made in Italy è l'arma vincente e si può fare educando imprese, fornitori e consumatori, insegnando loro ad apprezzare le innovazioni apportate da ciascun prodotto e a distinguere il vero dal falso, l'originale dal contraffatto, senza limitarsi alla mera repressione del fenomeno (con multe, sequestri, ecc.).

La Proprietà Industriale comprende le opere di ingegno appartenenti al mondo della scienza e della tecnica - **innovazioni tecniche e di design** - che hanno ad oggetto invenzioni, modelli industriali, varietà vegetali, le cui norme regolatrici vengono indicate come diritto brevettuale, e disciplinate dal Codice della Proprietà Industriale (CPI)³.

La necessità e l'opportunità di proteggere la Proprietà Industriale, frutto di ricerca e di creatività di individui, da appropriazioni indebite da parte di terzi, conferendo al legittimo autore un diritto "assoluto", opponibile a chiunque, diventa fondamentale per garantire ai creatori d'innovazione di proteggere le loro invenzioni, frutto di investimenti sia in termini di ricerca che di creatività espressiva, permettendo di dare agli stessi un valore economico pari ad un qualsiasi altro bene materiale.

³ L'art. 1 del Codice della Proprietà Industriale (CPI), disciplinato dal D.Lgs. n.30 del 10/02/05, così recita: "Ai fini del presente codice, l'espressione proprietà industriale comprende marchi e altri segni distintivi, indicazioni geografiche, denominazioni di origine, disegni e modelli, invenzioni, modelli di utilità, topografie dei prodotti a semiconduttori, informazioni aziendali riservate e nuove varietà vegetali".

