

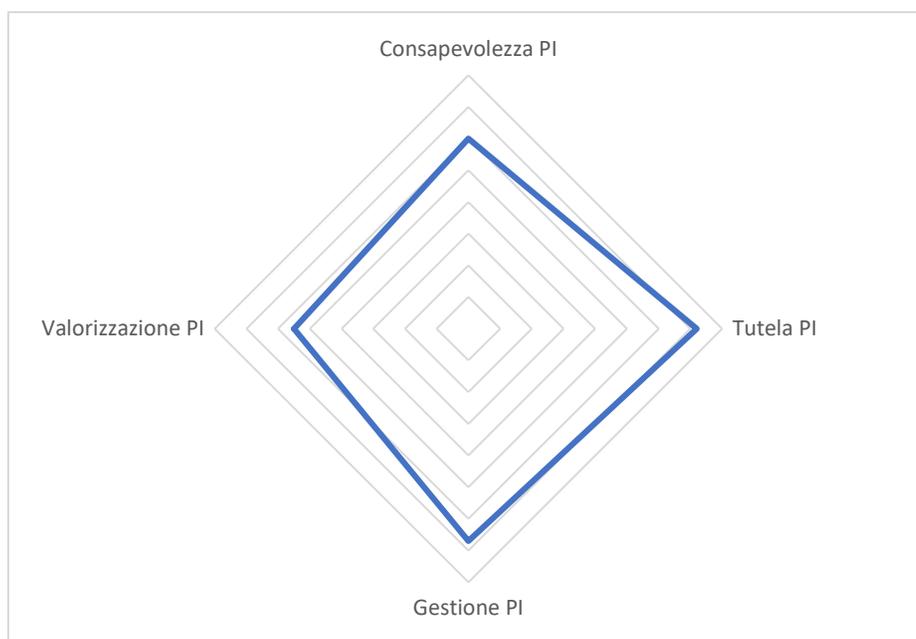


*Ministero
dello Sviluppo Economico*

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

ANALISI DEL LIVELLO DI CONOSCENZA DELLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE PRESSO LE PMI



In collaborazione con

 **LUISS** Guido
Carli
LIBERA UNIVERSITÀ INTERNAZIONALE DEGLI STUDI SOCIALI

– Dicembre 2021 –



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Indice

Premessa	2
Introduzione	3
Strumenti e politiche elaborati dall’UIBM per la diffusione della cultura e la promozione dell’utilizzo e valorizzazione della Proprietà Industriale	4
Piano Strategico sulla Proprietà Industriale 2021-2023	7
Obiettivi e Metodologia dell’attività di analisi del livello di conoscenza della Proprietà Industriale presso le PMI	9
Origini e Obiettivi dell’attività	9
Il modello di analisi di riferimento	10
La raccolta dati	14
Dati Primari	14
Dati secondari	16
Analisi dei Dati primari	21
Tipologia di Offerta e Vantaggio Competitivo	21
Tasso di Innovazione	24
Livello di Apertura del Modello Innovativo	27
Elementi chiave dell’analisi della PI da parte delle imprese	30
Consapevolezza della PI	30
Tutela della PI	34
Gestione della PI	40
Valorizzazione della PI	44
Il Diamante del livello di conoscenza della PI da parte delle PMI	53
Analisi dei Dati secondari	55
Profilo delle Imprese	55
Performance Aziendali/Redditività e Innovazione	57
Analisi integrativa	60
Correlazione tra Dimensione e Tasso di Innovazione e Livello di Apertura.....	61
Correlazione tra Assetto Societario, Governance e Tasso di Innovazione e Livello di Apertura.....	64
Correlazione tra Dimensione e Consapevolezza, Tutela, Gestione e Valorizzazione della PI	65
Correlazione tra Consapevolezza, Tutela, Gestione e Valorizzazione della PI e Tasso di Innovazione e Livello di Apertura	66
Conclusioni	69
Bibliografia	70
Appendice A – Questionario per le imprese	71
Appendice B – Le domande relative al “grafico a diamante” e il sistema di punteggio	77



*Ministero
dello Sviluppo Economico*

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Premessa

Il presente lavoro di ricerca trova origine nella collaborazione tra la Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (DGTPI-UIBM) del Ministero dello sviluppo economico (MISE) e la Libera Università Internazionale degli Studi Sociali “Guido Carli” (LUISS).

All’interno di detta collaborazione, è stata individuata dalla Divisione VI “Politiche e progetti per la promozione della proprietà industriale” della predetta Direzione Generale una specifica attività di ricerca in merito alla valutazione dei questionari redatti dalle Università, dagli Enti Pubblici di Ricerca (EPR) e dagli Istituti di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico (IRCCS) relativi alle visite effettuate presso le piccole e medie imprese italiane (PMI).

La ricerca, coordinata dalla Prof.ssa Maria Isabella Leone, è stata svolta dal dr. Roberto Urbani, con la collaborazione del dr. Andrea Toros.

Tutte le tabelle, i grafici e le figure inserite nella presente ricerca sono elaborazioni personali degli autori.

Per la Divisione VI della DGTPI-UIBM del MISE hanno collaborato il dr. Domenico Gargani e la dr.ssa Antonella Recchini.



*Ministero
dello Sviluppo Economico*

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Introduzione

Le Piccole e Medie Imprese sono spesso escluse dalle conversazioni a livello competitivo e istituzionale sui temi della Proprietà Intellettuale ed in particolare della Proprietà Industriale (PI).

La ragione di tale omissione risiede nella bassa consapevolezza che esse hanno sulle potenzialità e i benefici che una gestione oculata della Proprietà Industriale può comportare per il loro business attuale e per il loro sviluppo. Per lo più, mancano di informazioni chiare sul tema e non hanno presidi dedicati ad un'adeguata strategia di gestione della PI, specialmente a causa delle loro dimensioni e della mancanza di risorse che spesso ne consegue. Inoltre, anche quando agiscono attivamente per tutelare i propri diritti attraverso, per esempio, brevetti, marchi e disegni, spesso non sono consapevoli della varietà di sistemi e meccanismi per proteggere formalmente e informalmente la PI (EPO, 2017¹). Quando considerano l'uso della PI nelle loro operazioni, infatti, la maggior parte delle aziende si concentra su ciò che può essere protetto con diritti registrati. La PI, tuttavia, è molto più di questo e comprende – solo per citarne alcuni – i processi di business e le informazioni su fornitori e clienti. Si tratta di fonti di valore che l'impresa deve tutelare, così da scongiurare la possibilità che i propri concorrenti o soggetti terzi possano farne uso appropriandosi di un beneficio illegittimo e/o recando danni economici, strategici e d'immagine significativi. Nel mondo della PI questi elementi sono conosciuti come know-how, segreti industriali/commerciali e informazioni riservate e possono essere protetti.

Da quanto premesso, consegue la necessità di introdurre azioni che possano colmare questa carenza di conoscenza, consapevolezza e utilizzo. In tale ambito, è assolutamente centrale il ruolo svolto dagli uffici nazionali della PI che non possono esimersi dal mettere in atto, oltre alle oramai consolidate azioni di gestione delle attività amministrative legate alla concessione di tali diritti,

¹ <https://www.epo.org/about-us/annual-reports-statistics/annual-report/2017.html>



*Ministero
dello Sviluppo Economico*

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

programmi di supporto agli utenti, attività di formazione e sensibilizzazione in tema di PI ed altre attività di valorizzazione.

L'attività promossa dall'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM), i cui risultati sono riportati nella presente analisi, risponde a questa esigenza ed è nata come attività pilota da sviluppare per il futuro in modo da garantire una sistematica raccolta di informazioni sul tema che possa contribuire ad indirizzare l'azione politica e istituzionale a favore di sempre maggiore comprensione, utilizzo e valorizzazione del patrimonio di conoscenze codificate (e non) di cui il tessuto imprenditoriale italiano è ampiamente depositario.

Strumenti e politiche elaborati dall'UIBM per la diffusione della cultura e la promozione dell'utilizzo e valorizzazione della Proprietà Industriale

Lo sviluppo e la crescita economica sono e saranno sempre più legati alla capacità di applicare i frutti della creatività, dell'ingegno e della ricerca per creare processi più efficaci e nuovi prodotti o per rendere quelli già disponibili più rispondenti alle esigenze della società e del mercato. In tale scenario i diritti di PI rivestono un ruolo cruciale poiché consentono di proteggere le idee, le opere e i processi frutto dell'innovazione, assicurando a chi li ha ideati un vantaggio competitivo e la possibilità di continuare ad investire sul futuro e nel progresso.

Muovendo da tale consapevolezza la Direzione Generale per la tutela della proprietà industriale-Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello sviluppo economico ha operato in maniera attiva su diversi piani.

Sul piano **operativo ed organizzativo** nell'ultimo periodo si è deciso di continuare ad investire sui servizi telematici, portando a regime **il deposito telematico dei titoli di PI**, processo avviato nel biennio precedente, che è stato arricchito di nuove funzionalità, dalla **procedura di Fast Track** per il deposito dei marchi, all'autorizzazione al deposito all'estero di una domanda di brevetto per



*Ministero
dello Sviluppo Economico*

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

invenzione o modello di utilità, al rilascio in formato digitale delle copie autentiche di documenti di PI.

Sul piano **finanziario**, al fine di sostenere le imprese nei loro sforzi di ammodernamento e sviluppo, la Direzione gestisce diverse misure finalizzate a erogare **incentivi alle PMI per valorizzare i brevetti, i disegni e i marchi**. Tra le misure sviluppate e, più volte rifinanziate nel corso degli ultimi anni, che hanno riscosso forte successo, le principali sono le seguenti:

- **Brevetti+**: finalizzato alla valorizzazione economica dei brevetti in termini di redditività, produttività e sviluppo di mercato, attraverso il riconoscimento di un incentivo per l'acquisto di servizi specialistici di industrializzazione e ingegnerizzazione, organizzazione e sviluppo e trasferimento tecnologico;
- **Marchi+**: finalizzato all'estensione dei marchi nazionali a livello comunitario (EUIPO) ed internazionale (OMPI) attraverso l'erogazione di agevolazioni per favorire la registrazione degli stessi attraverso l'acquisto di servizi specialistici;
- **Disegni+**: finalizzato alla valorizzazione dei disegni industriali attraverso l'erogazione di agevolazioni per l'acquisto di servizi specialistici per favorire la messa in produzione di nuovi prodotti correlati ad un disegno/modello registrato o la commercializzazione di un disegno/ modello registrato;
- **Voucher 3i**: con uno stanziamento complessivo di 19,5 milioni di euro per il triennio 2019-2021, sostiene le start up innovative dalla fase di verifica di brevettabilità e ricerca preventiva delle anteriorità a quella di deposito della domanda di brevetto presso l'UIBM, fino all'estensione di un brevetto nazionale all'estero.



*Ministero
dello Sviluppo Economico*

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Il Voucher 3i è una misura introdotta dal cosiddetto “decreto crescita” (in particolare dall’articolo 32)² che tra le altre cose ha anche previsto (al comma 11)³ la stabilizzazione della programmazione delle predette misure agevolative destinate ai processi di valorizzazione dei titoli di PI delle micro, piccole e medie imprese, già promosse dalla DGTPI-UIBM negli anni precedenti in modo sperimentale o episodico.

Sul piano del **trasferimento tecnologico**, al fine di agevolare il percorso di valorizzazione dei brevetti, la Direzione è intervenuta tramite il potenziamento degli interventi di trasferimento tecnologico. In tale direzione, nel biennio 2019-2020 la DGTPI-UIBM ha promosso due misure, riportate di seguito, che hanno come finalità generale quella di mettere a disposizione del mondo produttivo l’innovazione prodotta dal sistema pubblico della ricerca:

- **Knowledge share.** La piattaforma (link: <https://www.knowledge-share.eu/>), lanciata nel giugno 2019 da DGTPI-UIBM, in collaborazione con il Politecnico di Torino e NETVAL, rappresenta un marketplace a livello nazionale, attraverso il quale vengono valorizzate le tecnologie brevettate provenienti dal mondo della ricerca pubblica, che hanno le potenzialità per trovare applicazione concreta dall’incontro con il mondo dell’impresa, mettendo a disposizione degli imprenditori una descrizione chiara del brevetto e delle sue possibili applicazioni. Knowledge Share è l’unica piattaforma digitale a livello nazionale ad includere i portfolio brevettuali di oltre 70 centri di ricerca, con una massa critica di più di 1.300 tecnologie, che spaziano nei principali settori tecnologici ed industriali, con una crescita mensile di circa 50 nuove invenzioni;

² Decreto Crescita: decreto-legge 30 aprile 2019, n. 34

³ Comma 11. Al fine di stabilizzare il sostegno alle piccole e medie imprese per la valorizzazione dei titoli di proprietà industriale, il Ministero dello sviluppo economico provvede annualmente, con decreto del direttore generale per la lotta alla contraffazione - Ufficio italiano brevetti e marchi alla definizione di un atto di programmazione dell’apertura dei bandi relativi alle misure già operanti denominate brevetti, marchi e disegni, attuate tramite soggetti gestori in modo tale da rendere le misure rispondenti ai fabbisogni del tessuto imprenditoriale, in particolare delle startup e delle imprese giovanili, anche apportando le necessarie modifiche per rendere le misure eleggibili all’interno degli interventi che possono essere cofinanziati dall’Unione europea, al fine di incrementarne la relativa dotazione finanziaria.



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

- **Bandi per il potenziamento degli Uffici di Trasferimento Tecnologico (UTT) delle Università, degli Enti Pubblici di Ricerca (EPR) e degli Istituti di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico (IRCCS).** Tali bandi, nati dalla constatazione della Direzione Generale dello scarso dialogo tra chi crea innovazione - il sistema universitario - e chi la valorizza - il mondo delle imprese -, si pongono l'obiettivo di contribuire al riallineamento tra i due sistemi attraverso il potenziamento degli Uffici di Trasferimento Tecnologico, cofinanziando il costo per l'immissione di giovani laureati o con dottorato di ricerca negli UTT e la loro formazione specialistica in materia di PI.

Sul piano della **formazione di nuove figure professionali** in grado di accompagnare i percorsi di valorizzazione dei titoli di proprietà industriale da parte del tessuto produttivo, l'UIBM da un lato continua a diffondere contributi formativi sulle tematiche di maggiore attualità riguardanti la PI grazie agli eventi dell'Accademia UIBM e dall'altro promuove e realizza (congiuntamente all'Università di Torino e alla LUISS) un master di secondo livello in "Open Innovation & Intellectual Property", giunto oramai alla sesta edizione, attraverso il quale ogni anno vengono formate (dalle 20 alle 30 unità) nuove figure professionali che contribuiscono ad innalzare il livello culturale in tema di PI presso le imprese e ad agevolare e favorire percorsi di valorizzazione.

Piano Strategico sulla Proprietà Industriale 2021-2023

Nel corso del 2021, accogliendo l'invito formulato dalla Commissione UE all'interno del Piano di azione *"Sfruttare al meglio il potenziale innovativo dell'UE – Piano di azione sulla proprietà intellettuale per sostenere la ripresa e la resilienza dell'UE"*, adottato il 25 novembre 2020, il Ministero dello sviluppo economico, tramite la DGTPI-UIBM, ha elaborato una proposta di "Linee di intervento strategiche per la proprietà industriale".



*Ministero
dello Sviluppo Economico*

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Detta proposta è stata messa in consultazione pubblica, in risposta alla quale sono pervenuti circa 60 contributi da parte di pubbliche amministrazioni, confederazioni imprenditoriali, associazioni di categoria e professionali, università, consulenti in PI ed esperti. Tenendo conto dei contributi pervenuti, il 23 giugno 2021 il Ministro dello sviluppo economico ha adottato con proprio decreto le “**Linee di intervento strategiche sulla proprietà industriale per il triennio 2021-2023**” all’interno delle quali sono delineate le azioni strategiche per il prossimo triennio per l’attuazione della riforma del sistema della proprietà industriale.

Il documento delinea la strategia e gli interventi nazionali per rispondere a cinque sfide individuate per rafforzare la protezione e l’applicazione della PI, garantendo uno sforzo congiunto per la ripresa economica:

- migliorare il sistema di protezione della PI;
- incentivare l'uso e la diffusione della PI, in particolare da parte delle PMI;
- facilitare l'accesso ai beni immateriali e la loro condivisione, garantendo nel contempo un equo rendimento degli investimenti;
- garantire un rispetto più rigoroso della proprietà industriale;
- rafforzare il ruolo dell’Italia nei consessi europei ed internazionali sulla proprietà industriale.

Le **Linee di intervento strategiche sulla proprietà industriale per il triennio 2021-2023** rappresentano il primo provvedimento di natura programmatica di attuazione in Italia del PNRR, che annovera la “riforma del sistema della proprietà industriale” all’interno della missione 1, componente 2 “Digitalizzazione, innovazione e competitività del sistema produttivo” e che ha destinato ad un pacchetto di azioni un finanziamento straordinario di 30 milioni di euro.



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Obiettivi e Metodologia dell'attività di analisi del livello di conoscenza della Proprietà Industriale presso le PMI

Origini e Obiettivi dell'attività

L'attività di analisi del livello di conoscenza della PI presso le PMI, promossa dall'UIBM, trae ispirazione dalle diverse esperienze maturate a livello nazionale da istituzioni omologhe - tra i quali pioniere è stato il francese Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) - e dalle best practices definite a livello internazionale nell'ambito dei servizi di supporto alle PMI afferenti alla gestione ed alla valorizzazione della PI⁴.

L'obiettivo dell'attività, che viene realizzata attraverso delle interviste effettuate con visite presso le PMI⁵, è quello di sensibilizzare le imprese sulle tematiche della PI e di incrementare la cultura e la consapevolezza su questi temi ed in questo modo di supportare la sua valorizzazione all'interno delle PMI.

In particolare, la finalità è quella di consentire a ciascuna impresa, contattata nell'ambito del progetto, di acquisire una visione complessiva della propria performance in ambito PI; di prendere coscienza dei gap principali (in considerazione delle specificità del business) e dei rischi legali e competitivi che ne conseguono; nonché di ricevere suggerimenti su un "piano d'azione" – che individui le risorse interne ed esterne da mobilitare, i processi da implementare e gli strumenti di

⁴ Si vedano in proposito: Enjolras, M., Galvez, D., Camargo, M., & Morel, L. (2015). Supporting SMEs' IP capabilities: Impact study of INPI pre-diagnosis through the use of the AIDA approach. *World Patent Information*, 40, 21-29 ; Petit, C., Dubois, C., Harand, A., & Quazzotti, S. (2011). A new, innovative and marketable IP diagnosis to evaluate, qualify and find insights for the development of SMEs IP practices and use, based on the AIDA approach. *World Patent Information*, 33(1), 42-50.

⁵ Si tratta di un servizio di supporto che non ha carattere "tecnico": non è né una ricerca documentaria, né uno studio sul patent scope, né uno studio sulla freedom-to-operate (identificazione dei mercati liberi, validity search, etc...), né fornisce supporto specifico nella stesura di un contratto (come, ad esempio un contratto di partnership, di ricerca o di esternalizzazione, un accordo di non divulgazione o un contratto di lavoro in relazione alla PI) o della documentazione relativa alla registrazione di un titolo di Proprietà Industriale. Sebbene il servizio debba essere personalizzato e di alta qualità, si tratta di uno strumento di sensibilizzazione rivolto alle piccole e medie imprese. Il servizio erogato, dunque, non può e non deve competere con specifici servizi di consulenza tecnica ed è fondamentale che le imprese non lo considerino un sostituto di tali prestazioni professionali.



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

supporto esistenti – che sia finalizzato al miglioramento del livello di conoscenza, protezione, gestione e valorizzazione della PI di cui l’impresa dispone.

In sostanza, oltre a sottolineare l’importanza della protezione della PI, l’ambizione è quella di presentare ai destinatari i vantaggi e le opportunità di business inerenti alla gestione della PI, quali le partnership di ricerca, acquisizioni e trasferimenti di tecnologia mediante licenze. Infine, la verifica degli asset intangibili, abilitata dall’intervista, potrebbe far emergere l’esistenza di attività nascoste che, pur contribuendo significativamente alla redditività ed al vantaggio competitivo dell’azienda, non sono adeguatamente gestite. Le PMI, infatti, non sono sempre consapevoli delle risorse intangibili create *in-house* e, di conseguenza, spesso sottovalutano il proprio potenziale in ambito PI.

In sintesi, la finalità delle visite è anche quella di supportare la valorizzazione di questi asset all’interno delle PMI, attraverso il perseguimento delle seguenti attività:

- Diffusione di cultura e sensibilizzazione delle imprese sulle tematiche relative alla PI;
- Valutazione del livello di conoscenza, tutela, gestione e valorizzazione della PI;
- Supporto al miglioramento della performance nella gestione del portafoglio PI.

Il modello di analisi di riferimento

L’iniziativa è stata sviluppata **coinvolgendo gli Uffici di Trasferimento Tecnologico (UTT)** delle Università, degli EPR e degli IRCSS che hanno partecipato al bando per il potenziamento degli UTT della DGTPI-UIBM, in una campagna di sensibilizzazione attiva sul territorio, finalizzata ad avviare il predetto servizio, quale strumento utile affinché l’impresa possa acquisire una visione generale di queste tematiche e possa contestualmente ricevere una valutazione chiara ed oggettiva del livello di consapevolezza e performance in quest’ambito.

Elemento basilare dell'attività è l'**intervista** effettuata dal personale degli UTT ai rappresentanti delle PMI coinvolte che permette e abilita il trasferimento di informazioni utili relative alla PI (anche su richiesta specifica del soggetto intervistato).

Ciò rappresenta un valore aggiunto per i rappresentanti stessi, soprattutto quelli inclini ad accrescere gradualmente la propria comprensione delle questioni legate alla gestione della PI e ad acquisire una maggiore consapevolezza delle lacune aziendali in termini di conoscenza, protezione, gestione e valorizzazione di tali risorse.

La raccolta delle informazioni necessarie all'esecuzione del processo, acquisite durante l'intervista, si basa sulla predisposizione di un apposito questionario (composto da 37 domande) che – tenute in considerazione le finalità dell'iniziativa promossa dall'UIBM – coprono gli ambiti d'indagine rilevanti (APPENDICE A).

Il questionario è diviso in 6 sezioni. Le prime due - A. **Contesto competitivo** e B. **Innovazione** - hanno carattere preliminare e sono funzionali ad introdurre il tema della Proprietà Industriale. La valutazione delle pratiche della PI dell'impresa, in effetti, non può prescindere da una comprensione, almeno di livello generale, dei tratti essenziali del contesto competitivo e delle strategie innovative con le quali l'impresa si confronta in concreto.

Nelle 4 sezioni successive il focus si sposta esclusivamente sulla PI e viene analizzata e valutata la performance dell'impresa con riferimento a 4 macroaree:

1. **Consapevolezza.** Fa riferimento alla conoscenza degli aspetti rilevanti della disciplina ed alla consapevolezza del valore competitivo e strategico della PI;
2. **Tutela.** Riguarda le modalità con le quali l'impresa protegge la PI (diritti PI registrati e/o riservatezza), nonché l'adeguatezza di tali strumenti alle specificità delle attività condotte dall'impresa e dell'ambiente competitivo nel quale opera;
3. **Gestione.** Valuta le risorse e le *practices* impiegate dall'impresa nella gestione del portafoglio della PI, assumendo sia una prospettiva interna (vengono presi in esame i processi di

identificazione e gestione amministrativa) sia una prospettiva esterna (i.e. monitoraggio ed *enforcement*);

4. **Valorizzazione.** Analizza la gestione complessiva del portafoglio della PI da parte dell'azienda, focalizzando la valutazione sul livello di integrazione con la strategia di business dell'impresa e sulla propensione allo sfruttamento delle opportunità commerciali legate alla PI (in un'ottica non più solo difensiva, ma anche di gestione aperta e cooperativa).

Ciascuna delle quattro suddette macroaree è ulteriormente declinata in due ambiti tematici specifici, funzionali ad una più dettagliata valutazione delle pratiche della PI e ad una migliore individuazione dei gap esistenti nelle pratiche impiegate dall'azienda.

Tabella 1. Il modello di analisi

1. CONSAPEVOLEZZA	
Conoscenza generale	Informazioni
2. TUTELA	
PI registrata	PI non registrata
3. GESTIONE	
Gestione interna	Gestione esterna
4. VALORIZZAZIONE	
Integrazione strategica	Sfruttamento commerciale



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

La griglia sopra descritta costituisce il nucleo del modello sottostante il processo di analisi. Essa, oltre a definire l'architettura del questionario sottoposto alle aziende, rappresenta il *framework* che consente di valutare il livello delle pratiche di PI osservate e di classificare le iniziative e gli strumenti di supporto cui l'impresa può fare ricorso per migliorare la propria performance in tale ambito.

Ciò permette di creare una connessione diretta tra la valutazione del livello attuale di gestione del portafoglio della PI e l'individuazione di iniziative e strumenti in grado di guidare l'impresa in un percorso di potenziamento delle pratiche aziendali finalizzato a colmare i gap identificabili in ciascuno degli ambiti analizzati.

A tal riguardo è importante rilevare la natura progressiva del modello adottato: ciò rende l'esecuzione dell'analisi egualmente valida sia nel caso di imprese con performance elevata sia nel caso queste evidenzino un approccio ancora basilico all'impiego degli strumenti a supporto della PI, offrendo l'opportunità di indirizzare, passo dopo passo, il management delle imprese esaminate verso un livello più intenso di gestione e valorizzazione della PI.

La raccolta dati

Dati Primari

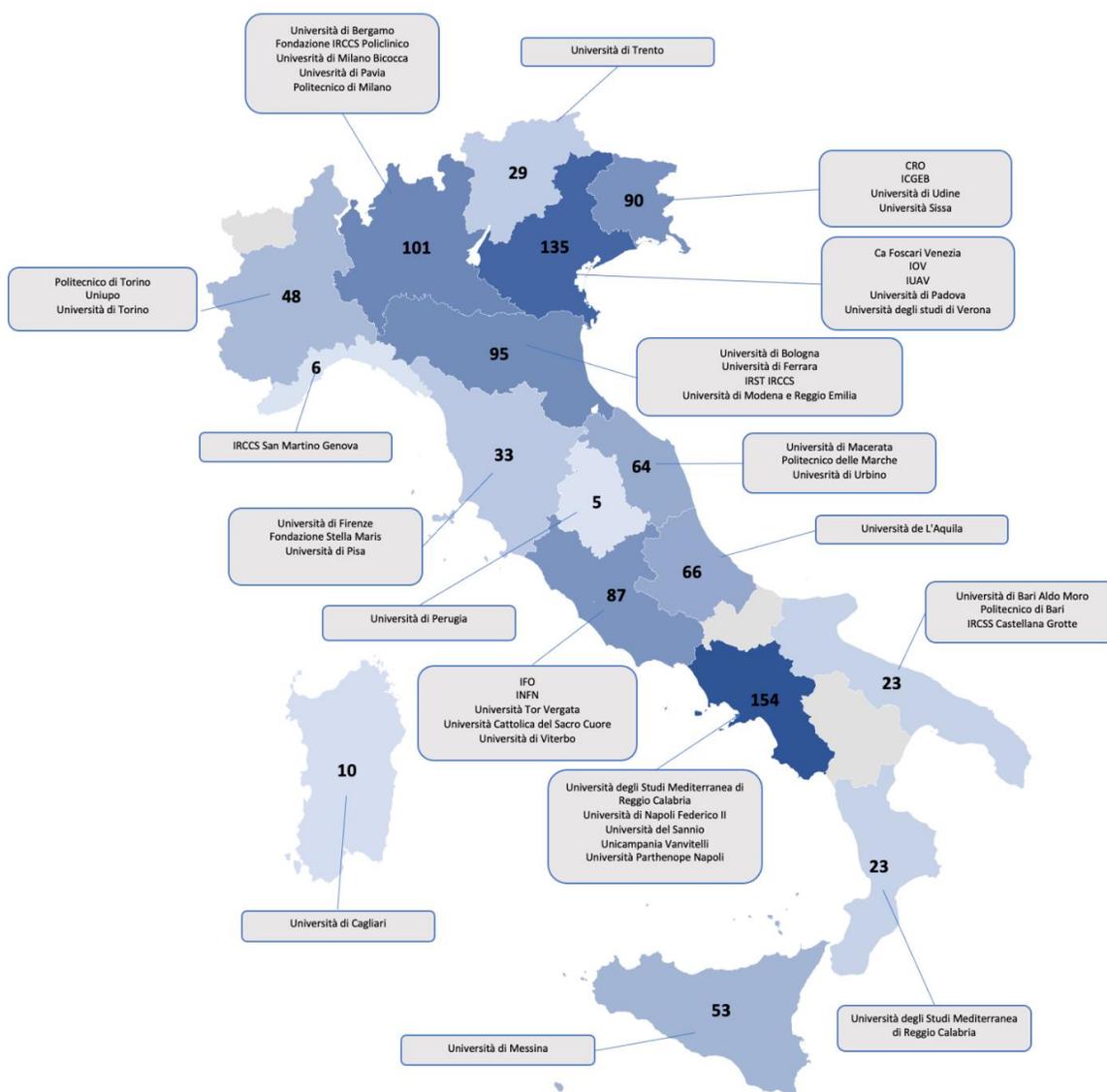
Le interviste sono state effettuate nel periodo luglio 2018 – marzo 2020 e consentono di costituire un campione di 1.022 imprese rispondenti, intervistate dal personale di Università, EPR e IRCCS, partecipanti al Bando di potenziamento degli UTT, finanziato dall’UIBM.

La difficoltà principale in questi casi è quella di generare un linguaggio comune e delle prassi standard che consentano nella fase iniziale di raccogliere i dati in modo che in quella successiva dell’elaborazione non ci siano difficoltà o difetti nel dato raccolto. Per questo si è deciso di costruire un modello di questionario non editabile (file excel standardizzato) se non per la sezione delle risposte, in modo tale che l’intervistatore non avesse facoltà di manipolare i quesiti e questo avrebbe permesso che la parte successiva di analisi sarebbe stata quasi automatizzata. Nonostante ciò, la raccolta del dato non è stata pienamente effettuata seguendo le regole stabilite dal manuale. Per queste ragioni, la fase successiva di estrazione massiva dei dati dai questionari è stata ulteriormente rallentata per via di un importante e inatteso lavoro di pulizia di tutti i 1.022 file sorgente. Ulteriore ostacolo all’analisi è stato dovuto dal mancato utilizzo del modello digitale per l’intervista da parte di alcune imprese intervistate, che hanno preferito il formato cartaceo. Questa inconsistenza dei formati ha richiesto un lavoro aggiuntivo di trascrizione dal cartaceo al digitale, di circa 50 interviste, per assicurare la numerosità finale del campione investigato.

Le 1.022 osservazioni coprono buona parte del territorio Nazionale, in particolare del Centro-Nord. Le regioni del Sud Italia registrano un numero inferiore di imprese partecipanti (con la significativa eccezione della Campania che assieme al Veneto rappresentano il bacino di raccolta dati più rilevante), come indicato nella figura n.1 sottostante.

Tale distribuzione disomogenea è conseguenza diretta delle adesioni al progetto e delle risorse dedicate all'attività da parte delle università, degli EPR e degli IRCCS finanziati, e non dipende da altra pianificazione.

Figura 1. Dati primari - Distribuzione regionale delle interviste





*Ministero
dello Sviluppo Economico*

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Dati secondari

Come descritto nei paragrafi precedenti, la raccolta sul campo dei dati primari, tramite intervista, basata sul questionario, è la fonte principale di informazioni del report e ha permesso la costruzione di indicatori di analisi sulla proprietà industriale per le PMI, che verranno descritti nelle sezioni seguenti.

Tuttavia, sfruttando le informazioni anagrafiche delle aziende intervistate, il gruppo di ricerca ha proceduto ad ampliare la raccolta dati, inserendo una serie di dati secondari. Si tratta di informazioni già raccolte da altre persone oppure organizzazioni per la realizzazione di report o statistiche, ovvero per adempiere ad obblighi di legge sulla trasparenza delle imprese. A seconda della dimensione e della ragione sociale dell'impresa, è possibile ottenere informazioni su bilanci, ruoli dirigenziali, sussidiarie e molto altro ancora. Per poter svolgere questo tipo di analisi aggiuntiva, sono stati utilizzati i dati iva e fiscali delle imprese intervistate, effettuando la ricerca e la raccolta dei dati secondari tramite il database di Bureau Van Dijk "Aida"⁶.

I dati secondari non coprono l'intero campione di imprese per le quali si hanno informazioni sulla proprietà industriale. Il motivo principale è il fatto che un buon numero di queste risultano essere piccole imprese non soggette all'obbligo di pubblicazione del bilancio, oppure anche se con un fatturato rilevante, avendo una forma giuridica di società di persone (SS, SNC, SAS, SAPA) non devono sottostare al precedente obbligo. La conseguente mancanza di informazioni per un determinato anno ha ritenuto necessario una raccolta da parte del gruppo di ricerca di dati meno recenti.

⁶ AIDA è una banca dati contenente i bilanci, i dati anagrafici e merceologici di tutte le società di capitale italiane attive e fallite, fatta esclusione di Banche, Assicurazioni ed Enti pubblici. Si tratta di un universo rilevante di informazioni anagrafiche e finanziarie dettagliate su circa 980.000 imprese aggiornate all'ultimo anno disponibile. Il database è disponibile al sito <https://www.bvdinfo.com/it-it/le-nostre-soluzioni/dati/nazionali/aida>, ultimo accesso in Ottobre 2021.

Oltre ai dati mancanti, aspetto inerente al tipo di campione, composto da piccole imprese, anche in questa fase sono state necessarie ulteriori verifiche per diverse ragioni tra cui, in particolare, l'assenza del dato identificativo delle singole aziende intervistate che non era stato riportato dall'intervistatore. Questa lacuna ha comportato la ricostruzione del dato mancante attraverso l'incrocio delle informazioni disponibili. In tal modo, è stato possibile ricostruire il dataset completo delle interviste per circa la metà del campione. Le informazioni oggetto di interesse, ottenute per le analisi, sono riportate nella seguente tabella:

Tabella 2. Variabili e descrizione

CONSISTENZA			
Dati primari: 1.022		Dati secondari: 483	
DIMENSIONE (n. dipendenti)			
Micro < 10	Piccola < 10 < 50	Media > 50 < 250	Grande > 250
MODELLO DI GOVERNANCE			
Monistico (Unico organo amministrativo)		Dualistico (organo amministrativo e soggetto di controllo esterno)	
REDDITIVITÀ			
EBITDA*	ROI return on investment	ROE return on equity	ROS return on sales
INNOVAZIONE			
Immobilizzazioni immateriali		Diritti di brevetto industriale	
DESCRITTIVE			
Territoriali (Regione e Provincia)		Attività (Codice ATECO)	

* earnings before interests taxes depreciation and amortization



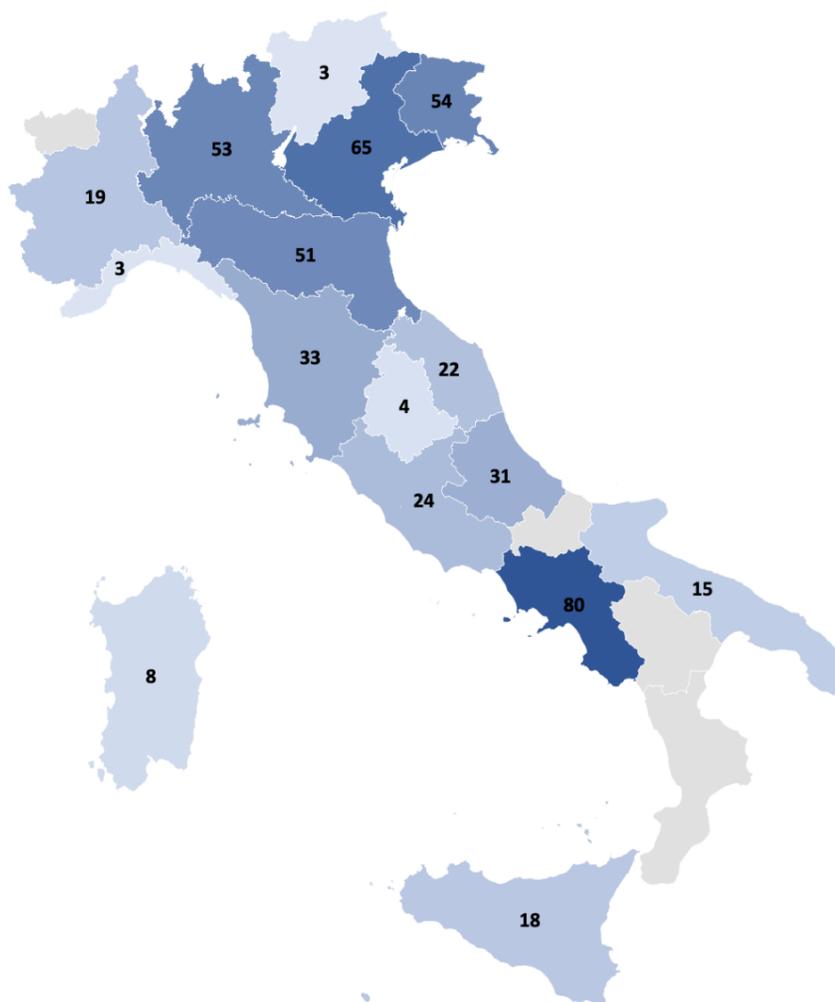
Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Come già indicato, il campione di imprese utilizzato per questa seconda fase contempla la metà delle rilevazioni rispetto a quello generato con le interviste. È utile osservare, nella sottostante figura n.2, la distribuzione geografica delle imprese coinvolte in questa analisi ulteriore e vedere i territori di riferimento:

Figura 2. Dati secondari - Distribuzione regionale delle imprese per le quali sono presenti dati secondari



Altro dato rilevante ai fini della presente indagine è risultato il settore di appartenenza, per ottenere il quale è stato utilizzato come riferimento il codice attività secondo la classificazione ATECO 2007⁷, non essendo stato raccolto in sede di intervista alle singole imprese.

Il suddetto codice ATECO è suddiviso in macroaree associate a delle lettere e ad una serie di numeri che individuano in modo sempre più dettagliato l'oggetto sociale dell'impresa, come esemplificato nella tabella seguente:

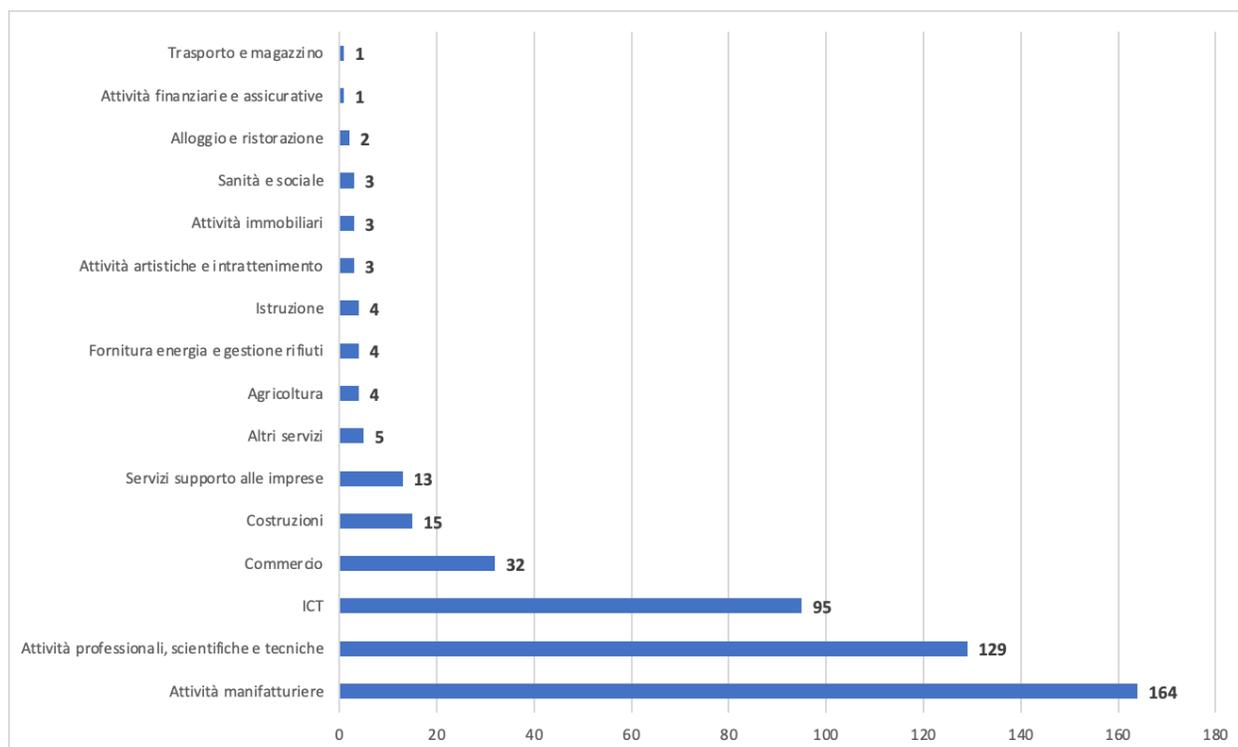
Tabella 3. Esempio di suddivisione codice ATECO 2007

A	01	01.11	01.11.1
Agricoltura, silvicoltura e pesce	Coltivazioni agricole e produzione di prodotti animali, caccia e servizi connessi	Coltivazione di cereali (escluso il riso), legumi da granella e semi oleosi	Coltivazione di cereali

Il Gruppo di ricerca si è limitato ad applicare solo il primo livello, cioè quello relativo ai macrosettori definiti dalle lettere, senza scendere in ulteriori dettagli, per non incorrere nel rischio di una eccessiva frammentazione del campione analizzato.

⁷ <https://www.istat.it/it/archivio/17888>

Grafico 1: Aziende divise per settore di appartenenza



Come mostra il grafico n.1, il risultato ottenuto vede l'80% delle imprese (388 su 483 totali) appartenente ai settori manifatturiero (164), delle attività professionali (129) e ICT (95). Gli altri macro settori considerati non raggiungono delle percentuali rilevanti, salvo il commercio che si assesta quasi al 7% (32 imprese su 483).

Analisi dei Dati primari

Tipologia di Offerta e Vantaggio Competitivo

Dopo aver presentato nel paragrafo precedente il numero di imprese per le quali sono stati raccolti dati primari e secondari, oltre che la distribuzione geografica, nei paragrafi seguenti vengono mostrati e commentati i dati primari raccolti nel corso delle interviste.

La struttura dei paragrafi ripercorre quella del questionario sottoposto alle imprese, riportato all'APPENDICE A. Inoltre, ciascun paragrafo riporta una tabella con l'elenco dei quesiti che compongono quella specifica sezione, e, per ciascuno di essi, il numero di risposte raccolte.

Si precisa che, nei casi in cui il numero di risposte riportato risulta essere maggiore del totale campionario (1.022), ciò è dovuto alla possibilità, per alcune domande, di fornire risposte multiple.

Tabella 4. Quesiti sulla tipologia di offerta e vantaggio competitivo e numero di risposte

<i>N.</i>	<i>Quesito</i>	<i>Risposte</i>
1	<i>In che cosa consiste l'offerta core dell'azienda?</i>	1.341
2	<i>Facendo riferimento alla linea di prodotto/servizio più importante, quanti concorrenti diretti ha l'impresa in Italia?</i>	1.010
3	<i>A quale aspetto è legato il vantaggio competitivo dell'impresa?</i>	1.550

Questa sezione preliminare del questionario ha l'obiettivo di valutare la composizione e la qualità del contesto competitivo nel quale operano le imprese intervistate. Il contesto competitivo, infatti, influenza in maniera diretta il comportamento dell'impresa. Una competizione vivace è in grado di alimentare il comportamento virtuoso delle imprese. Tuttavia, quando le infrastrutture economico-istituzionali sono carenti, l'impresa può avere difficoltà nell'interazione efficace con il proprio ambiente esterno. Non di meno, un imprenditore potrebbe non avere *skills* adeguate a



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

interagire proficuamente con infrastrutture valide ed efficienti. Come indicato nei grafici n.2 e n.3, le imprese che hanno preso parte all'iniziativa sono omogeneamente distribuite nell'ambito del mercato dei prodotti e dei servizi, con una percentuale minore attiva nell'ambito della produzione software:

Grafico 2. Offerta dell'azienda (senza distinzione delle risposte multiple)

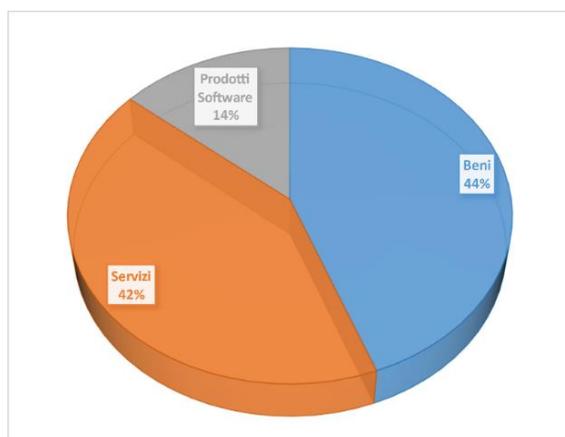
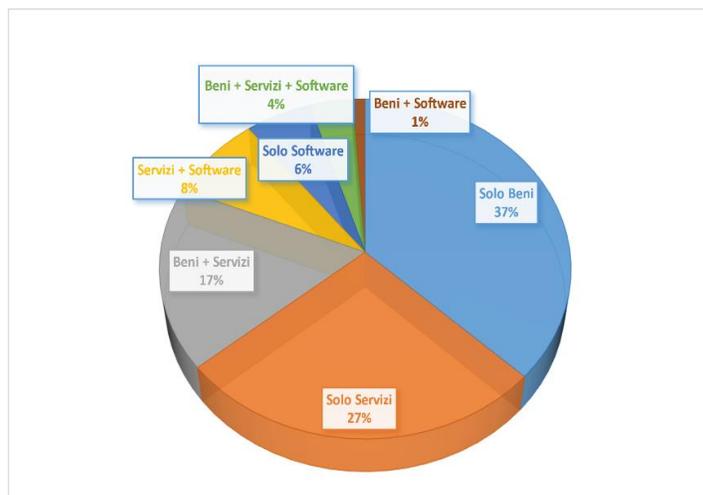


Grafico 3. Offerta dell'azienda (con distinzione delle risposte multiple)





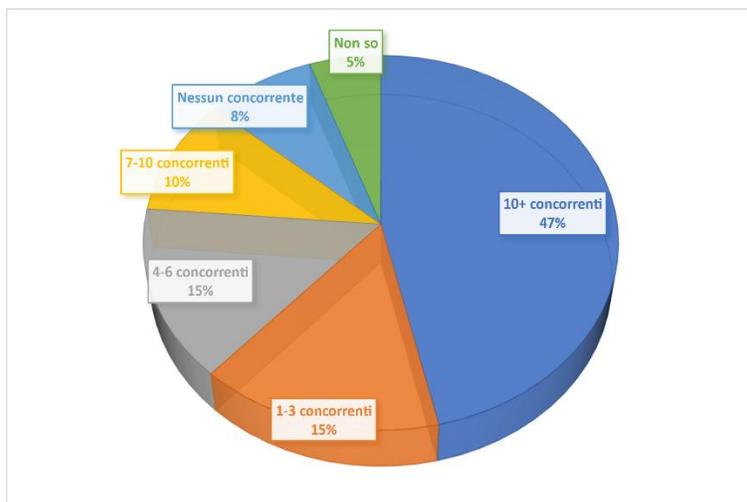
Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

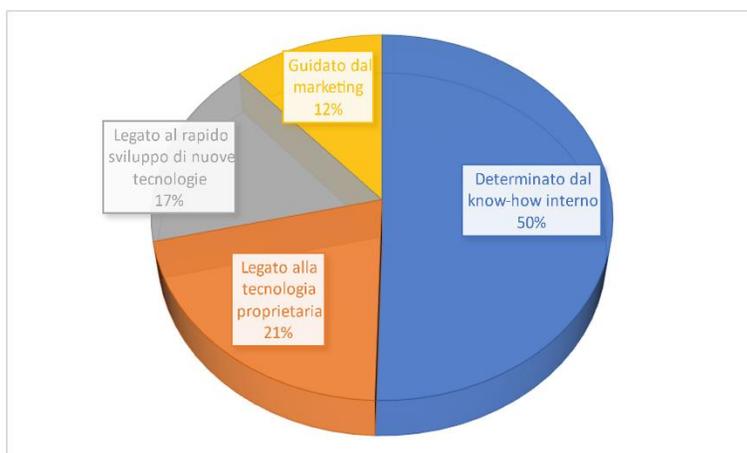
Inoltre, come evidenziato dai dati rappresentati nel grafico n.4, il campione si compone di imprese che operano in settori sottoposti ad elevata concorrenza: il 50% circa dei rispondenti dichiara che l'azienda ha più di 10 competitors diretti in Italia; il 25% sostiene che l'impresa ha un numero di concorrenti compreso tra i 4 e 10; la parte restante dichiara di avere un numero di concorrenti pari o inferiore a 3 oppure di non conoscere la risposta al quesito posto:

Grafico 4. Concorrenti diretti



In tale contesto mediamente competitivo, come indicato nel grafico n.5, le aziende individuano nel possesso di know-how interno (50%) il principale driver di sostegno al proprio vantaggio competitivo. L'ambito più strettamente tecnologico della Ricerca e Sviluppo e del possesso di asset tecnologici di proprietà esclusiva raggiungono percentuali inferiori, rispettivamente del 17% e 21%:

Grafico 5. Fonte del vantaggio competitivo



Tasso di Innovazione

La seconda delle sezioni preliminari del questionario è volta a misurare l'attitudine innovativa delle imprese campionate. Un primo aspetto analizzato – e presentato in questo paragrafo – è quello del tasso di innovazione, cioè la capacità dell'azienda di dotarsi e gestire risorse orientate a generare prodotti e processi innovativi. Nella tabella n.5 viene riportato l'elenco dei quesiti proposti alle imprese intervistate al fine di valutarne il livello relativamente a tale parametro:

Tabella 5. Quesiti sul tasso di innovazione e numero di risposte

<i>N.</i>	<i>Quesito</i>	<i>Risposte</i>
4a.	<i>Negli ultimi 3 anni l'azienda ha introdotto innovazione?</i>	1.432
4b.	<i>Si tratta di innovazioni per l'intero settore o solo per l'azienda?</i>	956
5	<i>L'azienda conduce attività di Ricerca & Sviluppo?</i>	1.007
6	<i>L'azienda ha risorse interne dedicate alla Ricerca & Sviluppo</i>	1.008



Ministero
dello Sviluppo Economico

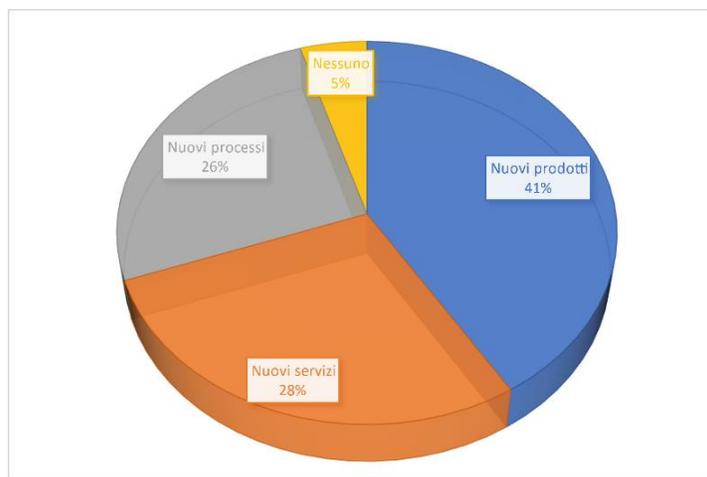
Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

La valutazione dell'attitudine e dell'attenzione delle imprese al processo d'innovazione è fondamentale per le finalità di tale elaborato visto che è proprio la spinta innovativa a far emergere la necessità di ricorrere alla tutela offerta dalla Proprietà Industriale. Questa correlazione è intuitiva nel caso dei brevetti e dei disegni di utilità, mentre è rilevante per i marchi: basti pensare che il lancio di un nuovo prodotto innovativo spesso è associato alla registrazione di un nuovo marchio che lo renda facilmente riconoscibile per i consumatori.

Come evidenziato nel grafico n.6, il processo innovativo delle aziende intervistate appare principalmente focalizzato sui nuovi prodotti (41%) e, per la quota restante, risulta essere distribuito omogeneamente tra le innovazioni di servizio (28%) e quelle di processo (26%):

Grafico 6. Attitudine all'innovazione – Innovazione negli ultimi 3 anni



Inoltre, in base a quanto dichiarato, lo sforzo innovativo determina sovente un progresso per l'intero settore, poiché l'innovazione prodotta nel 74% dei casi rappresenta una novità assoluta per l'ambito di mercato in cui l'azienda opera; e solo nel 26% dei casi si tratta di un progetto innovativo con ricadute solo interne (grafico n.7).

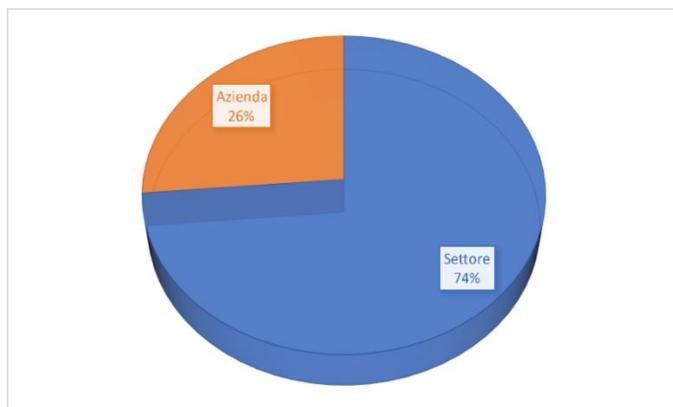


Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

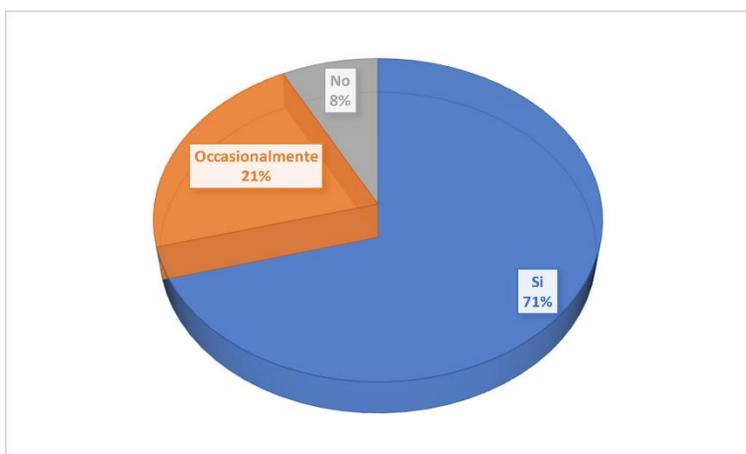
UIBM

Grafico 7. Attitudine all'innovazione – Innovazione per il settore o per l'azienda



Osservando i dati riportati nel grafico n.8, emerge che le imprese che hanno partecipato all'indagine si caratterizzano per un tasso di innovazione dichiarato marcatamente positivo (71%), essendo consapevoli dell'importanza della Ricerca e dell'Innovazione come driver di consolidamento e crescita del proprio business. Il restante campione analizzato o ne fa uso occasionalmente (21%) oppure non ne svolge affatto (8%):

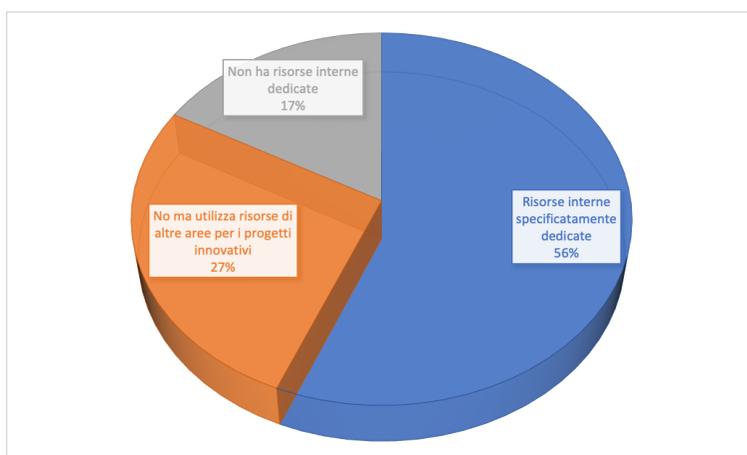
Grafico 8. Attività di Ricerca & Sviluppo





Nel grafico n.9 viene evidenziato il fatto che solo il 56% delle imprese intervistate ha dichiarato di avere risorse interne dedicate alla R&S ed ai progetti innovativi:

Grafico 9. Risorse interne dedicate all'attività di Ricerca & Sviluppo



Livello di Apertura del Modello Innovativo

Il secondo aspetto esaminato nella sezione dedicata all'analisi dell'attitudine innovativa delle imprese è quello dell'apertura del modello innovativo, i cui risultati vengono presentati qui di seguito.

Henry Chesbrough ha definito **Open Innovation** come «un paradigma che afferma che le imprese possono e debbono fare ricorso a idee esterne, così come a quelle interne, e accedere con percorsi interni ed esterni ai mercati se vogliono progredire nelle loro competenze tecnologiche»⁸.

L'Open Innovation che da alcuni è pensata come un tipo particolare di innovazione, in realtà, a fronte delle evidenze degli ultimi anni, sembra essere diventata la forma principale di innovazione. Tuttavia, quando si fa ricorso ad un paradigma innovativo aperto, l'azienda non ha bisogno

⁸ Si veda in proposito: Chesbrough, H. W. (2003). Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Harvard Business Press.

esclusivamente di risorse dedicate alla gestione dei processi ma anche di meccanismi di diffusione della conoscenza, di coordinamento dei processi innovativi e condivisione dei risultati dell'innovazione.

Nella tabella di seguito, viene riportato l'elenco dei quesiti proposti alle imprese intervistate al fine di valutarne il livello relativamente a tale parametro.

Tabella 6. Quesiti sull'Open Innovation e numero di risposte

<i>N.</i>	<i>Quesito</i>	<i>Risposte</i>
7	<i>Negli ultimi 3 anni, l'impresa ha collaborato con altre entità per sviluppare innovazione</i>	871
8	<i>Con quale tipologia di organizzazioni ha collaborato l'impresa per sviluppare innovazione?</i>	1.892

Il livello di apertura del modello innovativo adottato dalle imprese ha ricadute fondamentali sulla performance innovativa e può assicurare benefici da *spill-over* anche all'intero ecosistema di cui esse fanno parte. Tuttavia, l'apertura pone complessità significative nella gestione della Proprietà Industriale generata all'interno dei sistemi innovativi aperti e pone le imprese di fronte alla gestione del dilemma apparentemente inconciliabile del se e come coniugare apertura e protezione.

Nel contesto di forte orientamento all'innovazione emerso dai dati raccolti, che si associa peraltro ad una scarsa dotazione di risorse, le imprese intervistate, come evidenziato dal grafico n.10, attribuiscono grande importanza alle collaborazioni ed ai legami con il c.d. ecosistema dell'innovazione. In effetti l'85% degli intervistati dichiara che l'azienda ha collaborato con soggetti terzi per portare a compimento progetti di innovazione negli ultimi 3 anni: di questi nel 51% dei casi la collaborazione è stata costante all'interno dell'arco di tempo analizzato, mentre nel 34% dei casi la collaborazione è stata almeno occasionale:

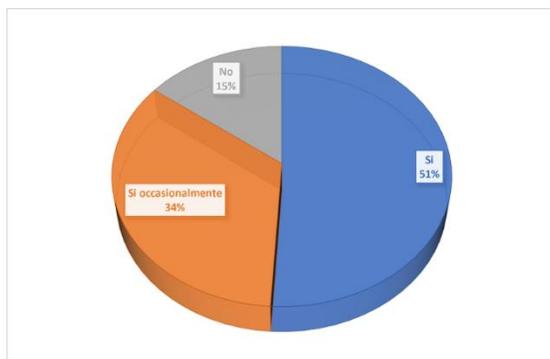


Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

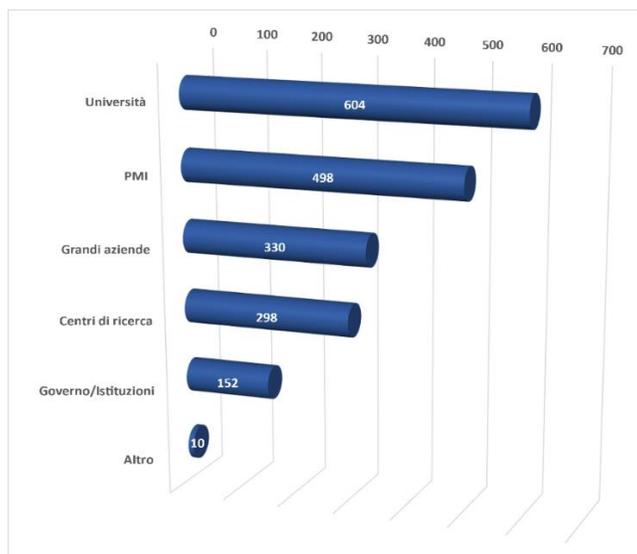
UIBM

Grafico 10. Collaborazioni negli ultimi 3 anni per R&S



In particolare (grafico n.11), le imprese intervistate collaborano in maniera attiva tanto con il mondo del business (PMI e grandi aziende) quanto con le università e centri di ricerca. Spicca, al contrario, la scarsa collaborazione con gli Enti pubblici (Governo/Istituzioni), i quali sono spesso vincolati al rispetto di tempistiche e protocolli (es. codici appalti) inconciliabili con le esigenze delle aziende e con le tempistiche dell'innovazione:

Grafico 11. Tipologie di collaborazione





Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Elementi chiave dell'analisi della PI da parte delle imprese

Dopo aver discusso le prime due sezioni del questionario (contesto competitivo ed innovazione), che hanno carattere preliminare, si passa all'analisi dei dati primari propriamente connessi alla conoscenza della Proprietà Industriale, cuore dell'iniziativa in esame.

Il *framework* impiegato consente di investigare la performance dell'impresa nelle seguenti quattro macroaree: **consapevolezza; tutela; gestione; valorizzazione.**

Tali aspetti hanno natura progressiva e complementare. Un esempio – relativo ad un'impresa innovativa che prevede di rilasciare un prodotto sul mercato – può aiutare a comprendere questo aspetto: innanzitutto, l'azienda deve conoscere tutti gli aspetti rilevanti della disciplina (CONSAPEVOLEZZA) al fine di individuare gli strumenti di protezione più idonei (TUTELA). A questo punto è cruciale gestire (GESTIONE) tutti i titoli registrati ed il portafoglio PI attraverso procedure amministrative di monitoraggio ed *enforcement* adeguate. In ultimo, l'impresa giunge alla fase di sfruttamento commerciale delle proprie risorse di PI (VALORIZZAZIONE) che può avvenire in maniera diretta o indiretta (cioè, ad esempio, cedendo in licenza marchi o brevetti).

Consapevolezza della PI

In questa sezione viene valutata la CONSAPEVOLEZZA cioè la conoscenza degli aspetti rilevanti di carattere legale, nonché la comprensione del valore competitivo e strategico della Proprietà Industriale.

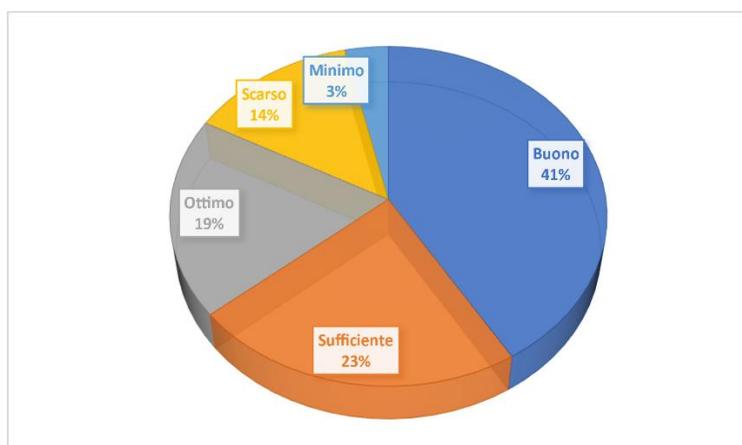
Nella tabella seguente, viene riportato l'elenco dei quesiti proposti alle imprese intervistate al fine di valutarne il livello relativamente a tale parametro.

Tabella 7. Quesiti sulla consapevolezza della PI e numero di risposte

N.	Quesito	Risposte
9	Qual è il livello di familiarità dell'azienda con la Proprietà Industriale?	1.017
10	All'interno dell'organizzazione esiste una figura/ufficio dedicata/o alla Proprietà Industriale?	907
11	L'azienda ha mai cercato informazioni relative alla Proprietà Industriale?	885
12	Quali sono state le fonti principali di informazione per l'azienda?	1.540

Il grafico n.12 riporta il livello di familiarità che le imprese intervistate dichiarano di avere con la Proprietà Industriale. Le aziende intervistate nella maggioranza dei casi giudicano il proprio livello di familiarità, ottimo o buono nel 60% dei casi e almeno sufficiente nel 23%:

Grafico 12. Familiarità con la PI



Nonostante un buon livello di self-confidence, molto spesso il *core* di queste competenze non è localizzato all'interno delle aziende stesse: come riportato nel grafico n.13, infatti, nel 76% dei casi le aziende non hanno personale specificamente dedicato alla gestione della Proprietà Industriale aziendale:

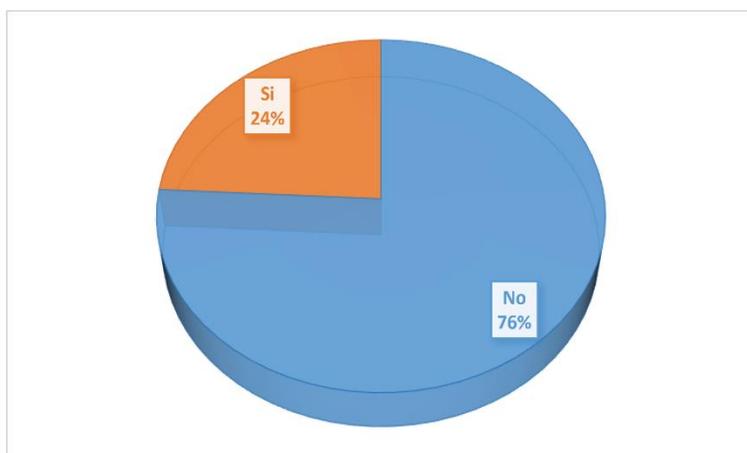


Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

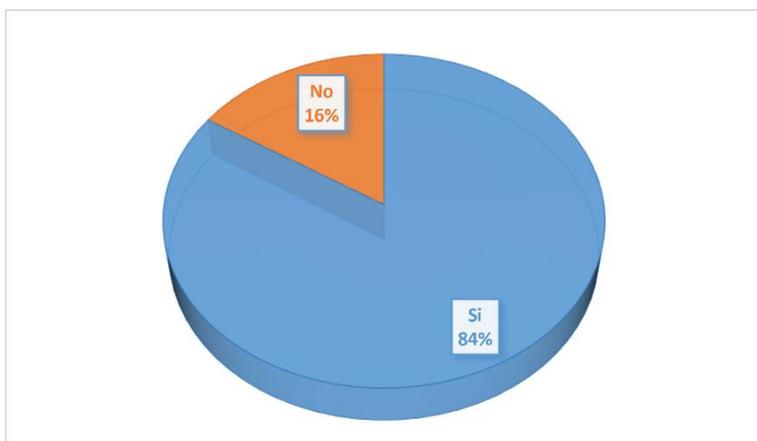
UIBM

Grafico 13. Presenza di addetto PI in azienda



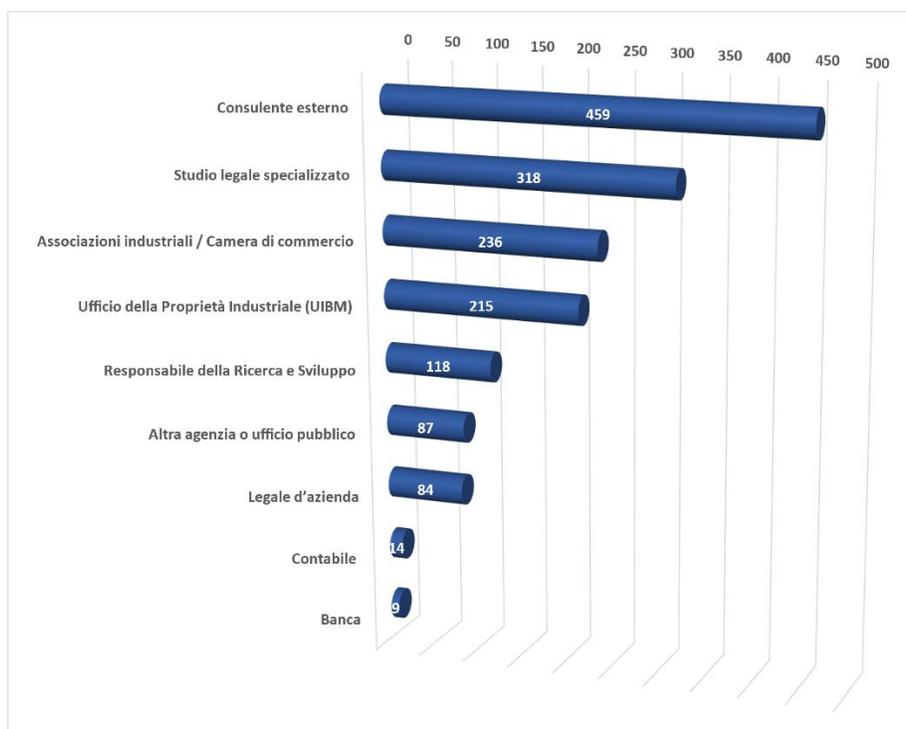
Ad ogni modo, le aziende sembrano essere in grado di sopperire alla carenza di risorse e *skills* interne facendo leva sull'ecosistema innovativo esterno: in particolare, come mostra il grafico n.14, l'84% degli intervistati dichiara che l'azienda si è attivata al fine di raccogliere informazioni sulla Proprietà Industriale:

Grafico 14. Ricerca di informazioni sulla PI



Inoltre, è significativo rilevare che le aziende, consapevoli delle specificità e dei tecnicismi propri della materia della PI, preferiscano rivolgersi a soggetti esterni – consulenti e studi legali – specializzati in questo ambito. Meno frequente, ma comunque rilevante, il supporto fornito dalle istituzioni – quali ad esempio Camera di commercio e Ufficio brevetti e Marchi; mentre risorse interne, con competenze di supporto e/o perimetrali all’ambito della PI (responsabili R&S o legale d’azienda), vengono spesso escluse dalle fonti d’informazione (grafico n.15).

Grafico 15. Fonti di informazione sulla PI



Tutela della PI

La valutazione sul livello di TUTELA, si riferisce alle modalità con le quali l'impresa protegge la Proprietà Industriale (diritti PI registrati e/o riservatezza), nonché all'adeguatezza di tali strumenti rispetto alle specificità delle attività condotte dall'impresa e dell'ambiente competitivo nel quale essa opera.

Nella tabella seguente, viene riportato l'elenco dei quesiti proposti alle imprese intervistate al fine di valutarne il livello relativamente a tale parametro.

Tabella 8. Quesiti sulla tutela della PI e numero di risposte

<i>N.</i>	<i>Quesito</i>	<i>Risposte</i>
13	<i>L'impresa ha mai valutato la possibilità di tutelare i risultati dell'attività di Ricerca e Sviluppo attraverso il ricorso a titoli di Proprietà Industriale?</i>	1.014
14	<i>L'azienda possiede attualmente titoli di Proprietà Industriale?</i>	985
15	<i>Quali forme di tutela della Proprietà Industriale sono utilizzate dall'impresa?</i>	1.253
16	<i>Quali sono gli impatti positivi del tutelare la Proprietà Industriale dell'azienda?</i>	1.591
17	<i>Quali sono gli impatti negativi del tutelare la Proprietà Industriale dell'azienda?</i>	848
18	<i>L'impresa possiede Proprietà Industriale che ha scelto di non registrare?</i>	863
19	<i>Perché l'impresa ha deciso di non procedere con la registrazione del titolo di PI?</i>	718

I dati primari finora analizzati danno prova di una buona attitudine innovativa e di un buon livello di conoscenza e familiarità (diretta o facilitata da consulenti esterni) con il mondo della PI. Tuttavia, come riportato nel grafico n.16, le imprese che valutano regolarmente il ricorso alle forme di tutela legale della Proprietà Industriale è pari al 39%; mentre il 44% delle imprese dichiara di aver valutato il ricorso a forme di tutela solo occasionalmente:

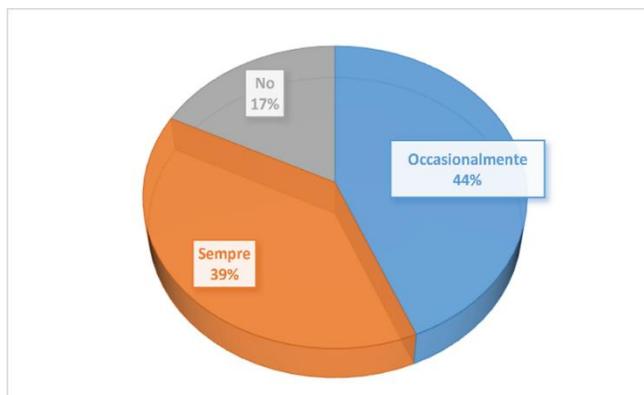


Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

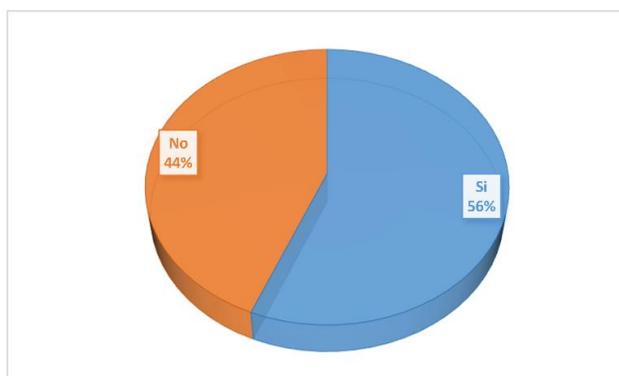
UIBM

Grafico 16. Valutazione sul ricorso a titoli di PI



Inoltre, come rappresentato dal grafico n.17, la percentuale di imprese che dichiara di possedere almeno un titolo legale di Proprietà Industriale (56%) supera appena la metà del campione. Tale percentuale, non particolarmente significativa, sembra tuttavia coerente con quanto discusso nei primi paragrafi del presente rapporto in merito alla difficoltà che le piccole aziende trovano quando si avvicinano effettivamente alla gestione della PI:

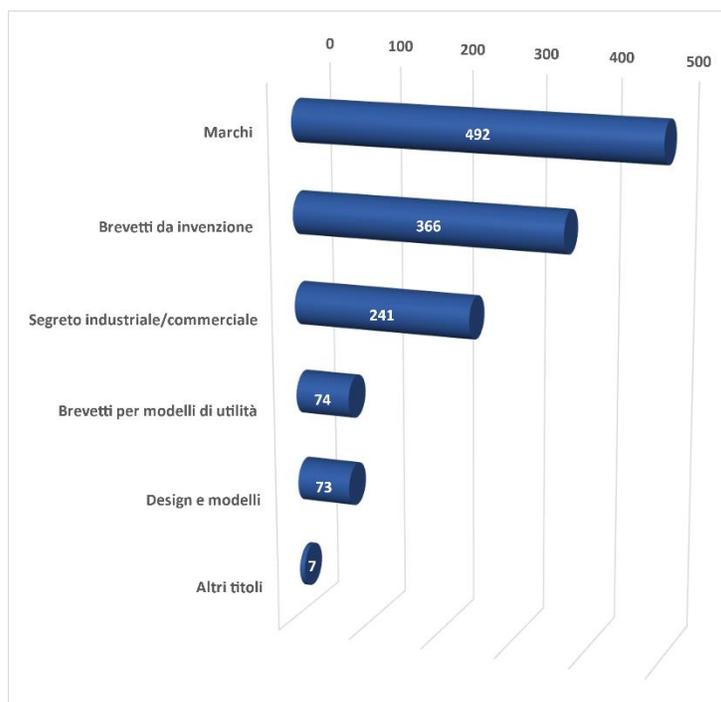
Grafico 17. Detenzione di titoli di PI



Analizzando la composizione del portafoglio di Proprietà Industriale (grafico n.18) emerge che le imprese esaminate hanno investito per il 48% nei marchi, per il 43% in brevetti (da invenzione o modelli di utilità) e per il 24% in know-how (segreti industriali o commerciali).

La performance delle imprese rispetto all'utilizzo degli strumenti di tutela legale, quindi, pur essendo certamente vincolata alla disponibilità di risorse dedicate alla gestione del ciclo di vita della PI, sembra essere legata a doppio filo anche alle caratteristiche del processo innovativo delle imprese intervistate, legato più al *know-how* ed al *go-to-market* che a fattori di avanzamento tecnologico.

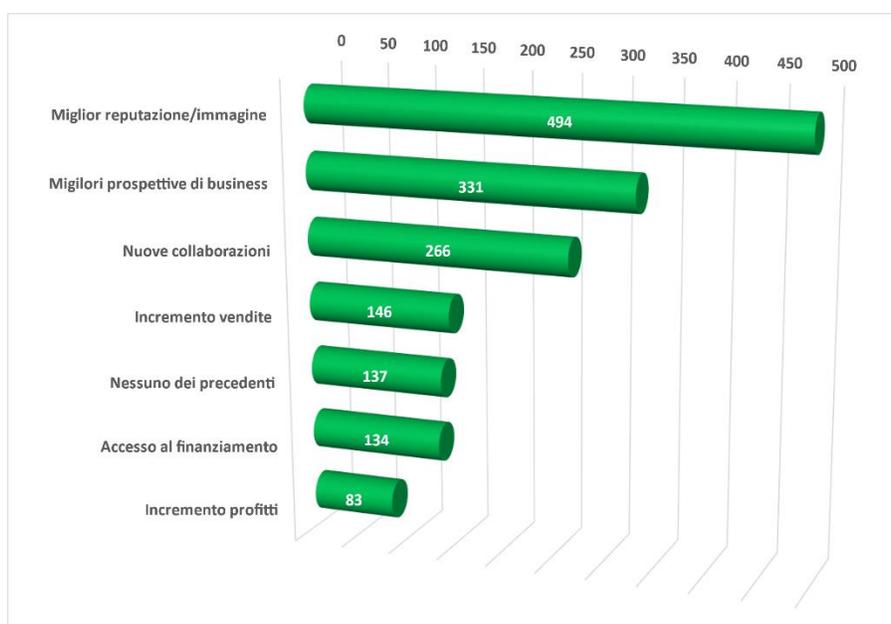
Grafico 18. Titoli di PI detenuti



Ad ogni modo, come evidenziato dalle risposte fornite al quesito numero 16, relativo agli impatti positivi della Proprietà Industriale (grafico n.19), le imprese intervistate concordano sull'importanza di tutelare i propri asset di proprietà industriale. Secondo gli intervistati il

beneficio principale della registrazione legale e della detenzione di titoli di PI è legato essenzialmente ad un generale accrescimento della credibilità e della reputazione aziendale (494 risposte pari a circa il 48% delle imprese del campione⁹), che si concretizza in migliori prospettive di business (331 risposte pari a circa il 32%) e nell'ampliamento delle opportunità di collaborazione con i propri partner commerciali e con nuovi potenziali clienti in prospettiva (266 risposte pari al 26%):

Grafico 19. Impatti positivi dei titoli di PI

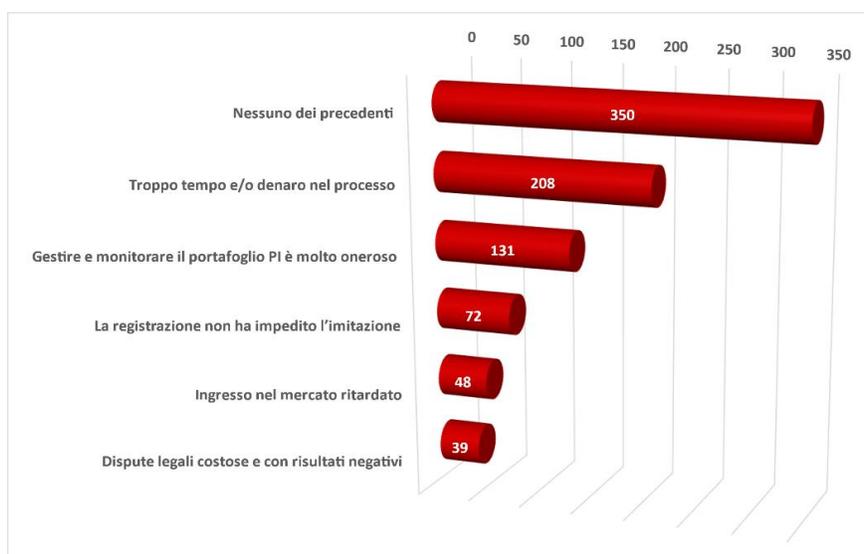


Questi dati sono confermati anche dal grafico successivo n.20: le imprese chiamate ad indicare gli aspetti negativi dei titoli di Proprietà Industriale, nel 34% dei casi dichiarano di non riscontrarne. In alcuni casi, tuttavia, le imprese ritengono che la tutela legale possa implicare una serie di inconvenienti tali da disincentivarne l'utilizzo: sono in particolare il costo (i.e. risorse materiali e

⁹ Le percentuali indicate nel commento ai grafici n.21 e n.22 sono calcolate sulla base del totale campionario pari a 1.022 imprese.

temporali ingenti ad essa dedicate) e gli oneri gestionali degli strumenti di tutela della PI ad agire come principali deterrenti (rispettivamente per il 20% ed il 13% delle imprese):

Grafico 20. Impatti negativi dei titoli di PI



In altri casi, le imprese ritengono che l'obiettivo di tutela possa essere raggiunto, almeno per una parte dei propri asset di Proprietà Industriale, senza ricorrere necessariamente agli strumenti legali. Come evidenziato dal grafico n.21, il 49% delle imprese dichiara di detenere Proprietà Industriale non registrata.

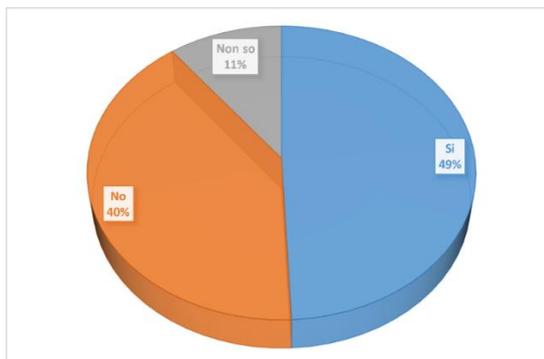
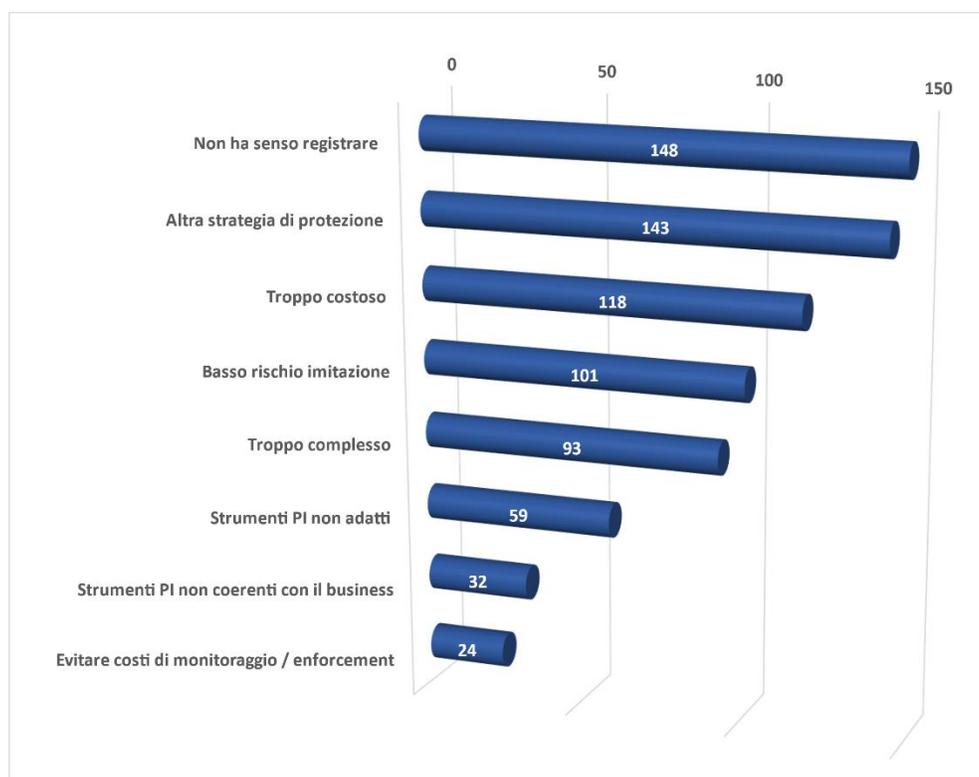


Grafico 21. PI non registrata

Le ragioni di tale decisione, si veda grafico n.22, sono da ricercare nella possibilità di adottare differenti strategie di protezione (143 risposte); sono legate al costo eccessivo della registrazione (118 risposte) oppure alla percepita difficoltà di imitazione da parte dei competitors (191 risposte). Ancora una volta i dati sono in linea con le caratteristiche del portafoglio PI delle imprese analizzate, nel quale prevalgono elementi non strettamente tecnologici ma legati essenzialmente al know-how, che per definizione si presta meno alla possibilità di replicazione illecita ed è più complesso tutelare attraverso titoli legali – si torni al grafico n.5. Ad ogni modo, se si prende in considerazione l’elevata percentuale di risposte mancanti al relativo quesito n. 19 (“*Perché l’impresa ha deciso di non procedere con la registrazione del titolo di PI?*”), è possibile dedurre un certo livello di incertezza e inconsapevolezza sul tema da parte dei rispondenti.

Grafico 22. Motivazioni della mancata registrazione della PI



Gestione della PI

La valutazione sulla GESTIONE prende in considerazione le risorse e le pratiche impiegate dall'impresa nella gestione del portafoglio PI. Viene assunta una duplice prospettiva: interna – poiché vengono presi in esame i processi di gestione amministrativa – ed esterna – poiché vengono attenzionati i protocolli di monitoraggio ed *enforcement*.

Nella tabella seguente, viene riportato l'elenco dei quesiti proposti alle imprese intervistate al fine di valutarne il livello relativamente a tale parametro.

Tabella 9. Quesiti sulla gestione della PI e numero di risposte

<i>N.</i>	<i>Quesito</i>	<i>Risposte</i>
20	<i>L'impresa ha risorse specificamente dedicate alla gestione ed alla verifica di casi di violazione dei diritti di Proprietà Industriale?</i>	913
21	<i>Quali presidi impiega l'azienda per monitorare il mercato rispetto a possibili violazioni della PI?</i>	1037
22	<i>Negli ultimi 5 anni, l'impresa è stata vittima di violazione della Proprietà Industriale?</i>	960
23	<i>Quale tipologia di Proprietà Industriale è stata violata?</i>	139
24	<i>La violazione è avvenuta in Italia o all'estero?</i>	97
25	<i>L'azienda adotta misure per evitare violazioni della Proprietà Industriale di altre società?</i>	1028

Una volta ottenuta tutela per i propri asset attraverso diritti di Proprietà Industriale, è cruciale che le imprese predispongano strumenti di vigilanza del mercato e strategie di *enforcement*, volti a garantire l'efficacia della tutela attuata. La fase di gestione è senza dubbio quella più onerosa, in



Ministero
dello Sviluppo Economico

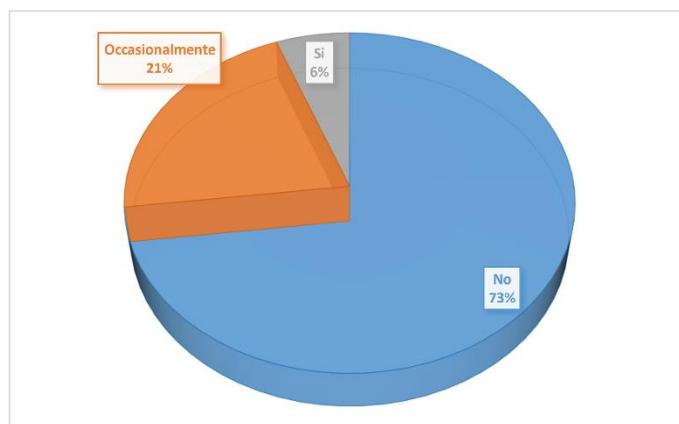
Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

termini di attenzioni e risorse, perché richiede un monitoraggio attivo e costante, lungo il ciclo di vita della Proprietà Industriale.

In un contesto caratterizzato da una significativa carenza di risorse interne specializzate (solo il 24% del campione dispone di risorse interne dedicate, mentre nella maggior parte dei casi, le imprese ricorrono esclusivamente al supporto di soggetti esterni – si veda, più indietro, grafico n.13), la gestione della Proprietà Industriale si rivela particolarmente complessa e delicata. Si raggiunge, quindi, un livello di gestione prevalentemente basico, che si concentra sulla registrazione e l'adempimento delle pratiche burocratiche e legali connesse alla detenzione del titolo. Solo in misura ridotta tale gestione predispone risorse e presidi concreti, destinati a realizzare una protezione attiva ed una efficace verifica di eventuali comportamenti scorretti da parte dei competitor. Ad esempio, solo il 27% delle aziende dispone di risorse dedicate almeno occasionalmente alla verifica di casi di violazione della Proprietà Industriale (grafico n.23).

Grafico 23. Risorse interne dedicate alla verifica di violazioni della PI



Come riportato nel grafico n.24, anche l'adozione di misure preventive volte a scongiurare il rischio che l'azienda subisca violazioni del proprio portafoglio di PI è assente nel 43% dei rispondenti. In altri casi, le misure messe in atto sono poco evolute e basate su meccanismi



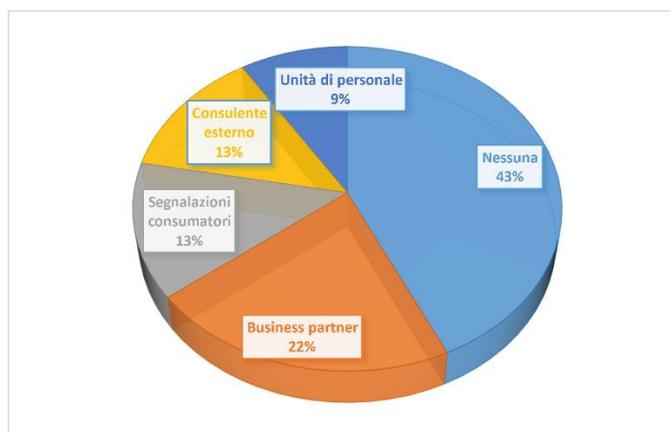
Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

scarsamente automatizzati o strutturati (il 22% delle imprese si affida alle segnalazioni dei propri *business partner* e il 13% a quelle dei consumatori):

Grafico 24. Presidi di monitoraggio delle violazioni di PI subite



Il grafico n.25, infine, si focalizza sui presidi messi in atto al fine di tutelarsi dal rischio che sia l'azienda stessa a violare i diritti di Proprietà Industriale detenuti da soggetti terzi, esponendosi dunque ad azioni legali e sanzioni.

Su questo tema i dati rappresentati riportano una situazione molto frammentata nella quale coesistono metodologie avanzate (i.e. consulenza legale esterna 22%) e meno strutturate (i.e. ricerca su internet 22%).

Emerge comunque una maggiore attenzione tendenziale da parte delle imprese rispetto a quanto riscontrato nell'esame del precedente quesito: la percentuale di imprese che non prende misure volte a tutelarsi dal rischio, infatti, scende al 38%.

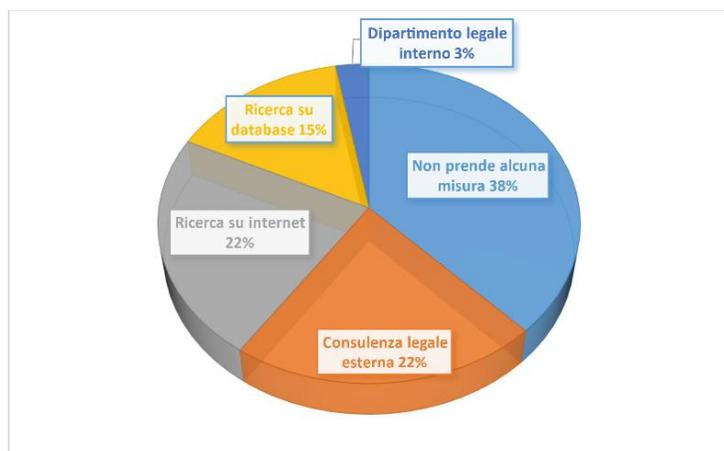


Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Grafico 25. Presìdi messi in atto per evitare di violare PI di terzi



Un ulteriore elemento di analisi riguarda l'effettiva violazione subita dei diritti di PI. Infatti, sebbene le imprese dispongano di una certa scarsità di risorse e di strumenti di monitoraggio avanzato, i dati riportati nel grafico n.26, mostrano che solo il 20% delle imprese dichiara di aver subito violazioni della Proprietà Industriale negli ultimi 5 anni. Il dato, in apparenza contenuto, può essere spiegato dal fatto che le imprese potrebbero aver sottostimato le violazioni subite, proprio a causa dell'inadeguatezza dei meccanismi di vigilanza del mercato (a supporto di questa tesi il fatto che tutte le imprese vittima di violazione dichiarano che l'illecito è stato commesso da altro soggetto operante sul territorio italiano e in nessun caso al di fuori del mercato nazionale – quesito 24).

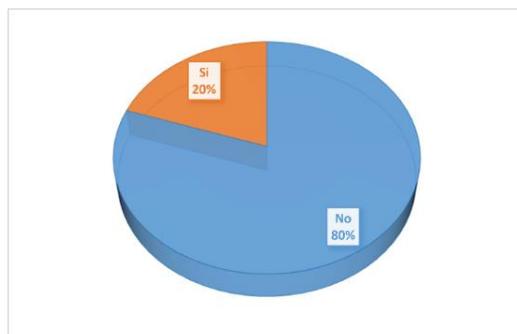


Grafico 26. Violazioni di PI subite negli ultimi 5 anni



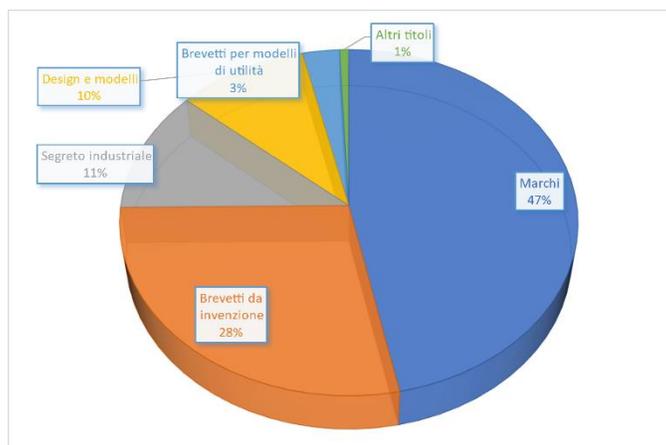
Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Nel grafico n.27 si riporta il dettaglio della tipologia di Proprietà Industriale oggetto di violazione. I marchi (47% delle risposte) ed i brevetti (28% delle risposte) costituiscono, anche in ragione della maggiore diffusione, le tipologie di Proprietà Intellettuale maggiormente soggette a violazione.

Grafico 27. PI oggetto di violazione



Valorizzazione della PI

La VALORIZZAZIONE, l'ultimo ambito del *framework* di valutazione, è quello che presuppone il livello più avanzato di maturità da parte delle imprese in merito alla Proprietà Industriale.

In particolare, in questa sezione la valutazione si focalizza sul livello di integrazione tra la strategia di gestione del portafoglio di Proprietà Industriale e la strategia di business dell'impresa, nonché la sua propensione allo sfruttamento delle opportunità commerciali legate alla Proprietà Industriale (in un'ottica non più solo difensiva, ma anche di gestione aperta e cooperativa).

Nella tabella seguente, viene riportato l'elenco dei quesiti proposti alle imprese intervistate al fine di valutarne il livello relativamente a tale parametro.



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Tabella 10. Quesiti sulla valorizzazione della PI e numero di risposte

N.	Quesito	Risposte
26	<i>L'impresa ha una strategia per la valorizzazione dei propri diritti di proprietà Industriale?</i>	998
27	<i>L'azienda ritiene che la propria strategia sia di successo se...</i>	1834
28	<i>L'azienda effettua verifiche e valutazioni di coerenza del proprio patrimonio di PI rispetto alle proprie attività, progetti e mercati?</i>	938
29	<i>L'impresa è in grado di attribuire un valore economico al proprio patrimonio intangibile?</i>	919
30	<i>Perché l'azienda ha sottoposto a valutazione la propria PI?</i>	664
31	<i>Negli ultimi 3 anni, l'azienda ha acquistato / ceduto Proprietà Industriale a titolo definitivo?</i>	964
32	<i>Quale tipologia di Proprietà Industriale è stata acquistata o ceduta?</i>	114
33 a.	<i>Perché l'impresa ha acquistato Proprietà Industriale?</i>	142
33 b.	<i>Perché l'impresa ha ceduto Proprietà Industriale?</i>	24
34	<i>Negli ultimi 3 anni, l'azienda ha siglato contratti di licenza di PI come licenziante o come licenziatario?</i>	831
35	<i>Quale tipologia di Proprietà Industriale è stata acquisita o concessa in licenza?</i>	138
36 a.	<i>Perché l'impresa ha acquisito in licenza Proprietà Industriale?</i>	197
36 b.	<i>Perché l'impresa ha concesso in licenza Proprietà Industriale?</i>	124
37	<i>L'azienda ha mai avviato lo sviluppo di una tecnologia nell'aspettativa che i rendimenti sarebbero stati realizzati esclusivamente attraverso le entrate della licenza, piuttosto che attraverso le vendite di prodotti?</i>	148



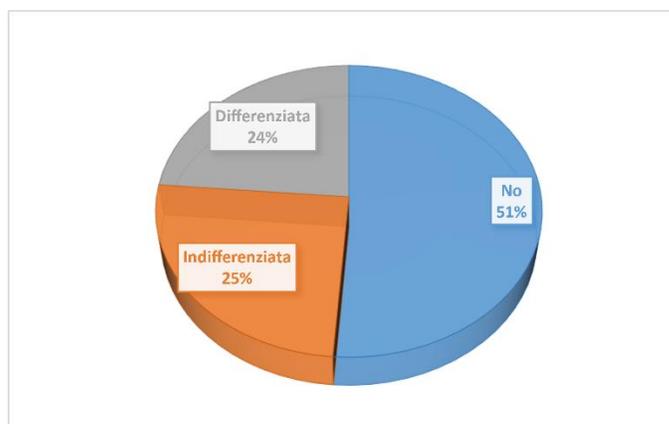
Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Osservando il grafico n.28, emerge che una percentuale ridotta delle imprese intervistate (24%) elabora strategie *ad hoc*, finalizzate al perseguimento di una gestione attiva del proprio portafoglio di PI con l'obiettivo di massimizzarne il valore per l'azienda in termini di acquisizione di posizione di vantaggio competitivo e sviluppo di partnership. Un altro 25%, dichiara di mettere in atto una strategia indifferenziata e ben il 51% delle imprese intervistate dichiara di non aver sviluppato alcuna strategia formale di valorizzazione del proprio portafoglio PI. Questo significa che nella metà del campione osservato la Proprietà Industriale è essenzialmente oggetto di gestione passiva, che si sostanzia nella gestione amministrativa del ciclo di vita della PI e nell'*enforcement* (spesso carente) del diritto.

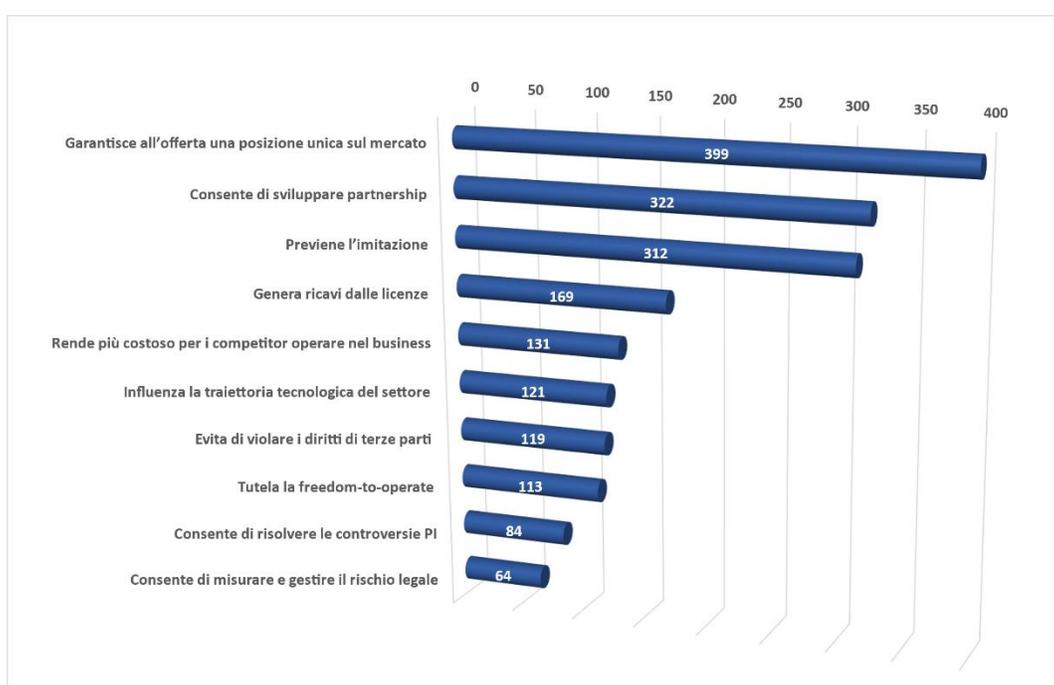
Grafico 28. Strategie di valorizzazione della PI



Tuttavia, nei casi in cui una strategia di valorizzazione è progettata e messa effettivamente in atto, le imprese ritengono che il suo contributo positivo possa essere osservato su diversi piani (grafico n.29). In primis, consente di sfruttare al meglio il potenziale commerciale dell'innovazione, garantendo una posizione di vantaggio sul mercato (399 risposte); in secondo luogo rappresenta un driver per le creazioni di nuovi rapporti di business e collaborazioni (322 risposte); inoltre previene il rischio di imitazione, visto che le strategie di valorizzazione presuppongono un'attenta gestione e tutela del patrimonio di PI (312 risposte). Non manca inoltre l'aspetto legato

all'incremento diretto dei ricavi grazie alle potenziali entrate da licenze (169 risposte). Le altre opzioni citate sembrano avere un impatto solo marginale sulla valutazione dell'efficacia della strategia.

Grafico 29. Criteri di valutazione delle strategie di valorizzazione della PI



La carenza sulla pianificazione discussa in precedenza è confermata dai dati rappresentati con il grafico n.30 che descrivono una condizione nella quale appena il 17% delle imprese verifica regolarmente la coerenza tra i propri asset PI e il mercato nel quale opera. Tale carenza rivela anche una più ampia lacuna nella capacità di attribuire valore al portafoglio di PI:

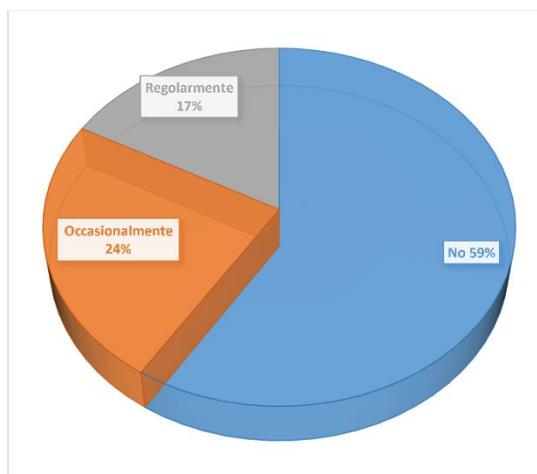


Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

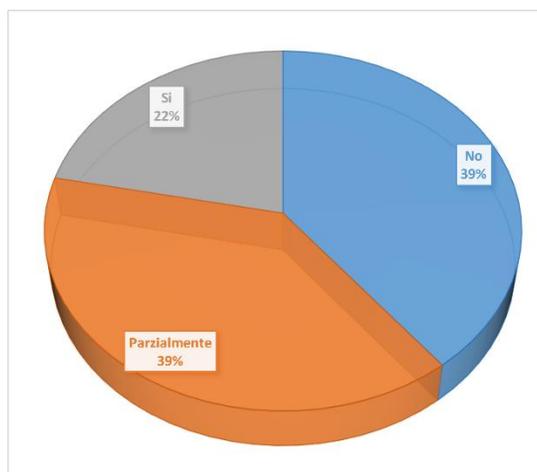
UIBM

Grafico 30. Verifiche di coerenza tra business e PI



Nel grafico n.31, il 39% delle aziende non sottopone la propria PI a processi di valutazione ed un restante 39% lo fa solo parzialmente. Quindi appena il 22% delle imprese rispondenti conoscono il valore effettivo della Proprietà Industriale di cui dispongono:

Grafico 31. Valutazione della PI





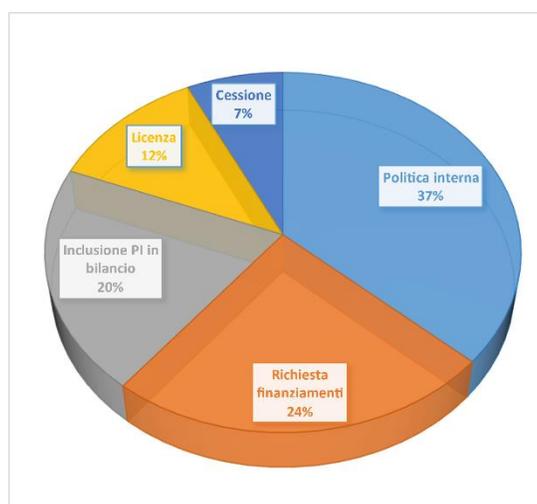
Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Nei casi in cui l'azienda ha sottoposto la PI a valutazione, le finalità prevalenti sono sia per finalità transattive (finanziamenti, licenze, cessioni) sia per le policy interne (ad esempio inclusione in bilancio del valore degli asset). Si veda in proposito il seguente grafico n.32:

Grafico 32. Ragioni per le quali la PI è stata sottoposta a valutazione



La scarsa propensione ad una gestione attiva si riflette, ovviamente, anche sui dati relativi alle transazioni aventi ad oggetto titoli di PI. Nel grafico n.33 vengono riportati i dati relativi all'acquisto/cessione e licenza di titoli di PI negli ultimi 3 anni.

Non sorprende che i fenomeni transattivi siano estremamente contenuti: queste attività presuppongono l'adozione di procedure e presìdi di gestione avanzati, in assenza dei quali le aziende faticano a raggiungere gli stessi livelli di apertura apprezzabili nelle fasi iniziali del ciclo innovativo.

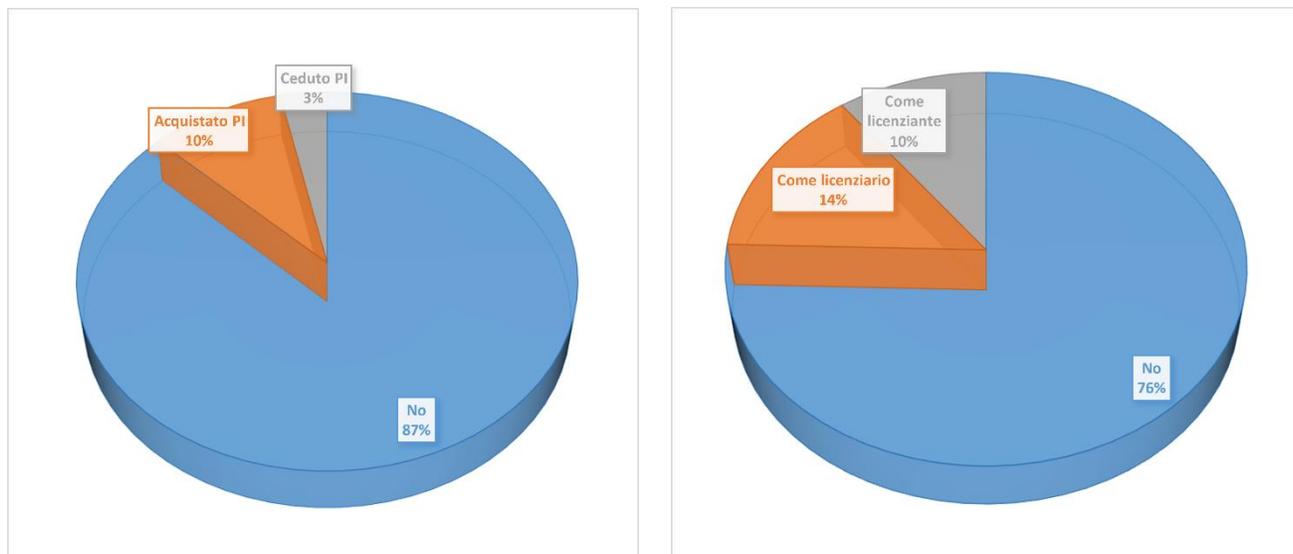


Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Grafico 33. Acquisiti / cessioni (sinistra) e contratti di licenza (destra) di PI



Ad ogni modo, nei casi in cui la Proprietà Industriale è stata oggetto di transazione, i brevetti sono stati la proprietà Industriale scambiata con maggiore frequenza, seguita dai marchi e solo ad una certa distanza dai segreti industriali e dai design e modelli industriali.

Il rapporto tra le Proprietà Industriali oggetto di transazione non è influenzato dal tipo di contratto posto in essere: i dati raccolti non evidenziano alcuna differenza significativa tra il caso di cessione a titolo definitivo (grafico n.34) e quello di cessione in licenza (grafico n.35).



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Grafico 34. Tipologia di PI acquistata / ceduta (a titolo definitivo)

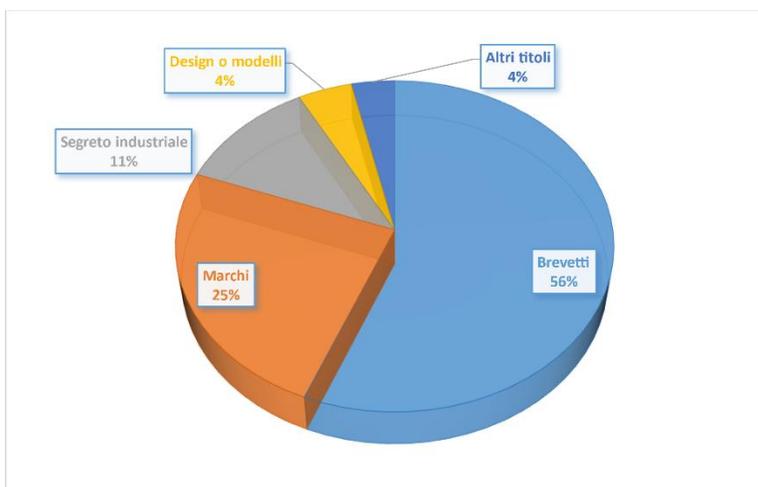
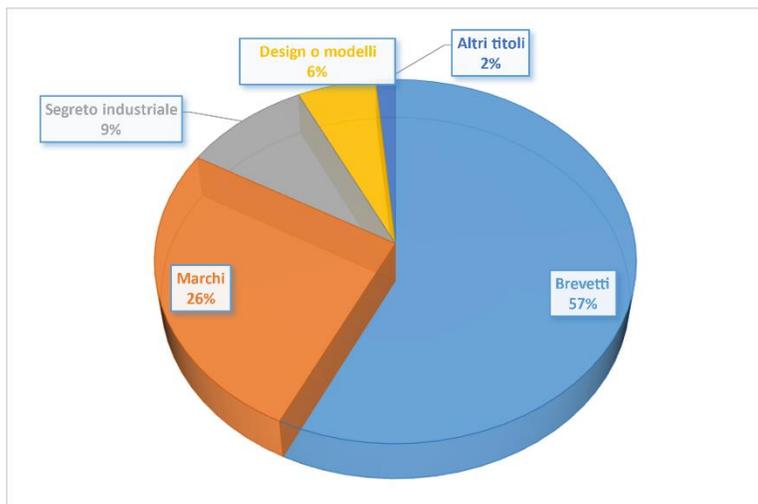


Grafico 35. Tipologia di PI ottenuta / concessa in licenza





Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Dal punto di vista delle imprese cessionarie e licenziatarie, i razionali non sembrano essere legati alla tipologia di transazione effettuata¹⁰: le ragioni che spingono un'impresa ad acquisire PI da terze parti hanno a che fare essenzialmente con la volontà di acquisire vantaggio competitivo riducendo i costi della Ricerca e Sviluppo ed il *time-to-market* dell'innovazione.

Tuttavia, se si sposta il punto di osservazione sulle imprese licenziatarie, si nota che le ragioni che spingono i cedenti a titolo definitivo sono differenti da quelle che spingono i licenzianti. Nel primo caso, il razionale ha natura essenzialmente finanziaria: l'impresa cerca di monetizzare il valore di un asset proprietario al fine di raccogliere capitali da reinvestire nella ricerca o nella gestione operativa della società stessa. Nel secondo caso, invece, sebbene l'obiettivo di monetizzazione rimanga rilevante, le imprese perseguono anche obiettivi ulteriori: quello di espandere (indirettamente) il proprio business in nuovi ambiti merceologici e/o territoriali attenuando il rischio dell'operazione e quello di creare le basi per collaborazioni durature con altri soggetti. Solo di rado lo strumento della licenza è utilizzato per risolvere dispute di natura legale.

¹⁰ In considerazione della scarsa numerosità di osservazioni e/o di una certa incoerenza rilevata nelle risposte analizzate, si ritiene opportuno omettere la descrizione dettagliata dei dati relativi ai quesiti 33a/33b; 36a/36b; 37. Ad ogni modo per ragioni di completezza espositiva se ne commentano brevemente le risultanze principali.

Il Diamante del livello di conoscenza della PI da parte delle PMI

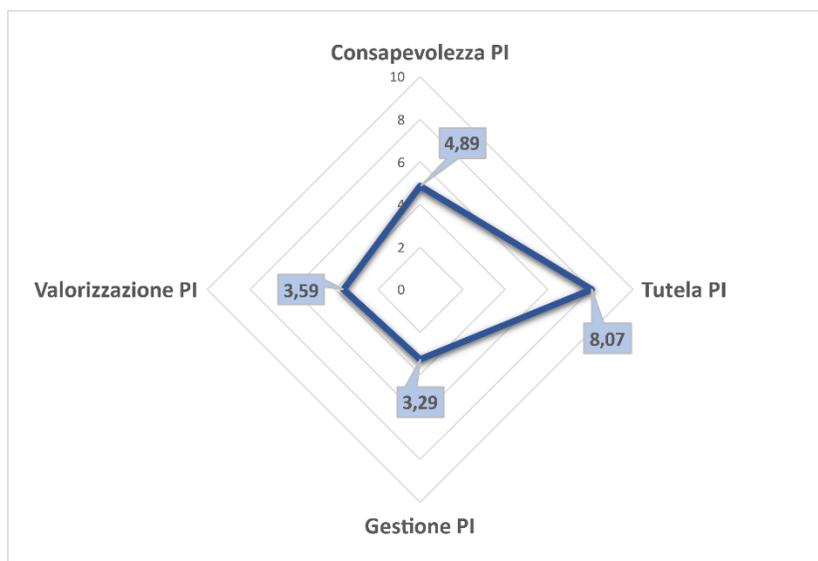
Per offrire una rappresentazione chiara e immediatamente fruibile della condizione delle piccole e medie imprese italiane nell'ambito della tutela, gestione e valorizzazione della PI, delle 37 domande che compongono il questionario somministrato alle imprese, ne sono state selezionate 12, tre per ciascuna delle macroaree menzionate in precedenza, alle quali è stata associata una griglia di valori (si veda Appendice B). Questi valori sono stati rielaborati in forma grafica su un **“grafico a diamante”**.

Tale approccio ha consentito di ottenere un duplice beneficio:

1. durante la visita presso le aziende, al termine dell'intervista, gli operatori hanno potuto presentare in tempo reale la sintesi del questionario, con l'illustrazione dell'aspetto del grafico a diamante, commentando l'esito con i rappresentanti aziendali, in linea non solo con le finalità di raccolta dati, ma anche con l'obiettivo di fornire alle aziende partecipanti un primo supporto di tipo “consulenziale”;
2. in fase di consolidamento, analisi e valutazione dei dati raccolti, si è ottenuta una rappresentazione immediata e oggettiva della condizione generale del campione di imprese osservato, da impiegare anche come chiave di lettura per interpretare gli aspetti più specifici che l'intervista mirava ad esaminare.

Il seguente grafico n.36 rappresenta la media dei valori ottenuti dalle 1.022 imprese intervistate:

Grafico 36. “Il diamante della conoscenza”



Ciò che emerge con chiarezza è, per le piccole e medie imprese intervistate, **la carenza di risorse, strategie e presidi adeguati ad una corretta e completa gestione e valorizzazione della Proprietà Industriale** all'interno del suo ciclo di vita.

Lievemente maggiore è il **grado di consapevolezza in materia di Proprietà Industriale**, attribuibile in alcuni casi ad una non adeguata disponibilità di risorse interne, in altri ad un debole supporto professionale esterno.

Mentre risulta **ben presidiato il ricorso agli strumenti di tutela legale della Proprietà Industriale**, pratica diffusa e consolidata all'interno del campione.

È importante quindi investire nelle risorse per colmare questo gap, che rischia di compromettere l'efficacia degli strumenti e delle strategie di tutela messi in atto e, per altro verso, ostacola la massimizzazione del valore che le imprese sono in grado di estrarre dal proprio portafoglio di Proprietà Industriale.

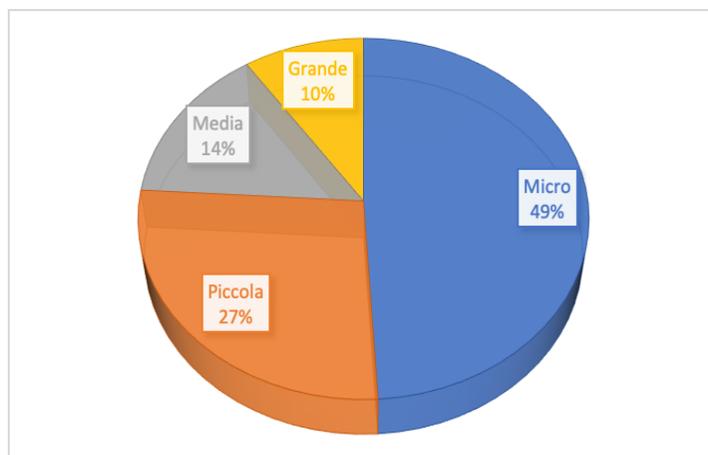
Analisi dei Dati secondari

Profilo delle Imprese

L'utilizzo dei dati secondari ha permesso di ottenere una descrizione fedele¹¹ della realtà delle imprese intervistate, sebbene si tratti di un campione ristretto (circa la metà) del totale delle interviste. La prima caratteristica oggetto di osservazione è la **dimensione aziendale**. Ai fini della presente analisi, per la suddivisione delle imprese ci si è attenuti all'utilizzo della variabile corrispondente al numero dei dipendenti¹² così come di seguito:

- *micro* imprese: meno di 10;
- *piccole* imprese: meno di 50;
- *medie* imprese: meno di 250;
- *grandi* imprese: oltre i 250.

Grafico 37. Dimensione delle imprese intervistate - campione dati secondari



¹¹ Le informazioni utilizzate vengono dichiarate annualmente tramite il deposito dei bilanci aziendali, e sottostanno al dovere di trasparenza e veridicità.

¹² Nel conteggio vengono considerati i dipendenti effettivi, e riguarda il personale impiegato a tempo pieno, a tempo parziale, su base temporanea e stagionale.



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Come si osserva, il campione è costituito per la metà da microimprese, per un quarto da piccole imprese e per la restante parte da medie e grandi aziende. Tale rappresentatività risulta peraltro coerente e speculare con l'intero tessuto imprenditoriale italiano, costituito in prevalenza da PMI.

La seconda caratteristica osservata è l'**assetto societario o modello di governance**. In base alla disponibilità dei dati sono state divise le imprese in due tipologie:

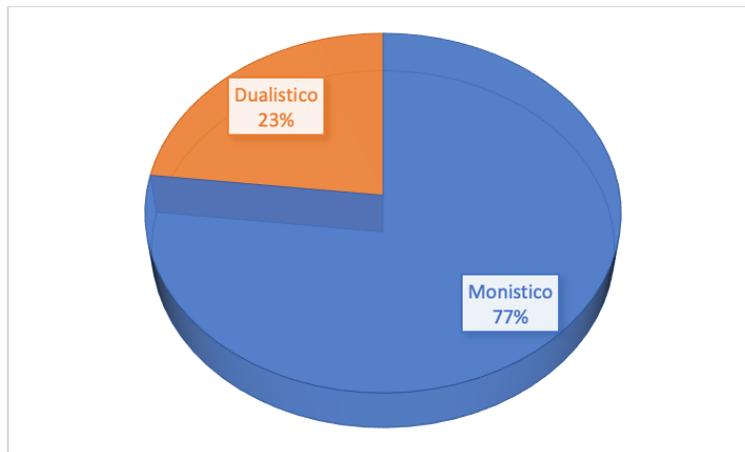
- **sistema monistico**, in cui l'organo di amministrazione coincide con quello di controllo;
- **sistema dualistico**, in cui è presente un soggetto esterno per la sorveglianza e ratifica dei risultati finanziari delle imprese.

Per poter distinguere le due tipologie sono stati estratti dalle banche dati di Bureau Van Dijk i dati quali: numero di azionisti, numero di manager, numero di advisor (revisori legali), in carica nelle imprese del campione. In un'impresa dove coesistono manager e azionisti (gestione e proprietà), la presenza del collegio sindacale nominato dovrebbe rappresentare la volontà della proprietà (azionisti) di affidarsi a soggetti esterni per la quotidiana amministrazione d'azienda. In presenza di advisor c'è la volontà della proprietà di incaricare un soggetto tenuto al controllo sulle scelte fiscali e gestionali, nominato in base a criteri stabiliti dalla legge oppure per volontà espressa dalla proprietà. Infatti, l'obbligo di legge prevede la nomina di un organo di controllo per le società di capitali che per due esercizi consecutivi superino almeno uno dei seguenti requisiti: totale attivo > 4.4 milioni di euro, ricavi > 8.8 milioni di euro, numero medio dipendenti > 50. Questi i limiti indicati dall'articolo 2435-bis del Codice civile in vigore fino al 2019, anno di riferimento della nostra indagine, modificati successivamente dal D.Lgs 14/2019¹³ (Codice della crisi d'impresa e dell'insolvenza) e con il successivo D.L. 32/2019¹⁴ ("Decreto sblocca cantieri").

¹³ <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2019/02/14/19G00007/sg>

¹⁴ <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2019/04/18/19G00040/sg>

Grafico 38. Modello di *governance* delle imprese intervistate



I dati mostrano ancora una volta come il campione considerato sia composto per oltre il 75% da PMI, non soggette all'obbligo di incarico di un soggetto esterno per il controllo come, ad esempio, il revisore legale dei conti.

Performance Aziendali/Redditività e Innovazione

L'opportunità di accedere ai dati finanziari delle imprese ha consentito l'esame delle performance aziendali, utilizzando gli indicatori più noti, oltre che alcune variabili spesso citate in letteratura per la misurazione dell'innovazione e della proprietà industriale.

Tra gli indicatori è stata posta attenzione al **marginе operativo lordo (EBITDA)**, che esprime il reddito di un'azienda basato sulla sua gestione operativa. Tale indice viene impiegato per confrontare i risultati di aziende diverse che operano nel medesimo settore attraverso il metodo dei multipli comparati, soprattutto quando si deve decidere il prezzo in un'offerta pubblica iniziale, essendo una rapida approssimazione del valore dei flussi di cassa prodotti dall'impresa.



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Le altre variabili considerate, così come l'EBITDA, rientrano nel novero degli indici di redditività maggiormente utilizzati per l'analisi di bilancio. Infatti, misurano la capacità di un'impresa di generare valore e produrre reddito. Sono indicatori sintetici e consentono un confronto più agevole tra bilanci di imprese diverse. Tra tutti quelli esistenti, nel dataset di riferimento, quelli presi in considerazione sono:

- **Return on asset (ROA)**, o tasso di rendimento sul totale dell'attivo di un'impresa. Rappresenta uno degli indici di bilancio di più frequente utilizzo nell'analisi di redditività aziendale. Si ottiene dal rapporto tra l'utile netto e il totale dell'attivo rendimento del capitale proprio, ovvero redditività del capitale proprio aziendale;
- **Return on investments (ROI)**, o ritorno degli investimenti, analizza quanto gli investimenti effettuati siano in grado di generare reddito ed è il rapporto tra il reddito operativo ed il totale attivo di stato patrimoniale;
- **Return on sales (ROS)**, definisce quanto l'azienda guadagni direttamente dalle vendite, una media dei margini sulle vendite, ed è il rapporto tra il reddito operativo ed i ricavi da vendite e prestazioni;

Oltre agli indici di redditività, si è cercato di considerare anche delle variabili che potessero descrivere il livello di innovazione delle imprese.

Si fa riferimento, in particolare, alle immobilizzazioni immateriali, che ricomprendono al loro interno i diritti di brevetto industriale e i diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno (concessioni, licenze, marchi e diritti simili). Vengono spesso utilizzate in letteratura per analizzare relazioni tra l'attività d'impresa e gli asset intangibili. Oltre ai brevetti, infatti, è possibile che vi sia un ampio novero di asset intangibili che tuttavia non godono di protezione. Tra questi asset possono rientrare i software realizzati dall'impresa, le banche dati, i design e gli originali artistici, le competenze economiche dell'impresa per la gestione dell'attività, i costi di marketing per il lancio di nuovi prodotti e per il mantenimento del valore di un marchio oltre che l'organizzazione e l'innovazione nella gestione del capitale umano.



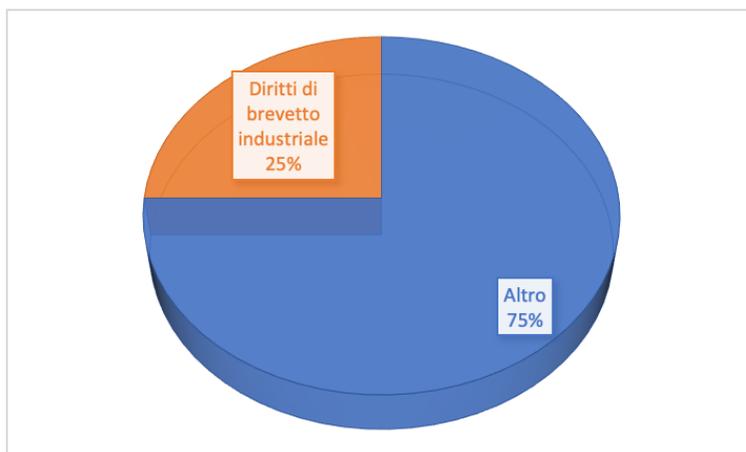
Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Il grafico sottostante n.39 riflette tale situazione, riportando nella percentuale del 25% il valore che i diritti da brevetto industriale rappresentano sul totale delle immobilizzazioni immateriali nel campione di imprese osservato. Nel restante 75% delle imprese campione, ipotizziamo ci sia proprietà industriale non valorizzata e che non è attualmente oggetto di tale classificazione:

Grafico 39. Rapporto tra diritti di brevetto e immobilizzazioni immateriali



I diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno, in bilancio rappresentano una sottovoce delle immobilizzazioni immateriali. Descrivono il valore dell'utilizzo delle creazioni intellettuali tutelate dalla legge in quanto i brevetti attribuiscono il diritto esclusivo di sfruttare un'invenzione entro i limiti di tempo stabiliti dalla legge. Dal grafico emerge come una piccola parte del campione abbia indicata come posta in bilancio alla voce BI3¹⁵ "diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno" che può ricomprendere: i costi per l'acquisizione o la produzione di brevetti, i costi per i diritti in licenza d'uso di brevetti, i costi di know-how ecc.

¹⁵ <https://www.fondazioneoic.eu/wp-content/uploads/2011/02/2017-12-OIC-24-Immobilizzazioni-immateriali.pdf>



*Ministero
dello Sviluppo Economico*

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Analisi integrativa

L'occasione di avere un campione di imprese così numeroso, per le quali sono state costruite delle metriche uniche grazie alle interviste, non poteva prescindere da un approfondimento dell'analisi tramite integrazione dei dati primari e secondari. L'attività di investigazione e di approfondimento di dati e di informazioni relative allo scopo del report è stata quindi ampliata con una analisi esplorativa integrativa.

Alcune ricerche in letteratura evidenziano un legame tra le dimensioni dell'impresa e gli investimenti in beni immateriali e trovano che le dimensioni dell'impresa tendono a influenzare positivamente la propensione ad investire in beni immateriali.

Le motivazioni sono diverse, ad esempio le grandi imprese riescono a sfruttare le economie di scala nell'accumulare beni immateriali e possono essere più efficaci nel proteggere il loro stock intangibile rispetto alle piccole imprese: questo genera un maggiore incentivo ad investire. Inoltre, le grandi imprese riescono ad affrontare una maggiore incertezza come quella associata agli investimenti intangibili.

Un esempio è il lavoro di Arrighetti, Landini e Lasagni (2014) i quali mostrano che in un campione di imprese manifatturiere italiane, la dimensione aumenta significativamente la probabilità di essere un'impresa ad alta intensità di asset intangibili. Gli autori utilizzano come proxy per misurare gli intangible assets lo stesso indicatore che abbiamo descritto nel paragrafo precedente, le immobilizzazioni immateriali, prese dal bilancio delle imprese che compongono il nostro campione di dati secondari.

Anche Awano et al., 2010 nel loro lavoro sul Regno Unito mostrano che tra le imprese campione, le grandi imprese hanno maggiori probabilità di affrontare una spesa per una o più attività immateriali rispetto alle piccole imprese.



*Ministero
dello Sviluppo Economico*

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Sono presenti alcune evidenze anche nella Community Innovation Survey 2008¹⁶ che evidenzia come le grandi imprese hanno più probabilità di introdurre innovazioni rispetto alle PMI in quasi tutti i paesi per i quali sono disponibili dati (Eurostat, 2012).

Con l'analisi integrativa che segue si intende verificare la presenza o meno di correlazioni tra i dati primari (consapevolezza, tutela, gestione e valorizzazione della proprietà industriale) ed i dati secondari (dimensione dell'impresa; assetto societario; indici di profittabilità e di innovazione) fin qui esaminati.

Correlazione tra Dimensione e Tasso di Innovazione e Livello di Apertura

Le variabili utilizzate per questa analisi sono la dimensione aziendale presentata precedentemente nella Tabella 2; il tasso di innovazione per il quale sono stati utilizzati i quesiti numero 5 e 6 del questionario e il livello di apertura per il quale è stato adoperato il quesito numero 7 (Appendice A).

Per poter svolgere le analisi, sono state trasformate le risposte ottenute dalle interviste, che sono delle variabili categoriali, in variabili numeriche discrete. Il valore attribuito è da 0 a 2, dove 0 viene dato quando l'impresa dichiara di non condurre R&D, di non avere risorse interne dedicate all'R&D e non aver collaborato. Il valore di 1 attribuito alle risposte centrali (occasionalmente); il valore di 2 quando ha risposto sì o sistematicamente.

¹⁶ https://ec.europa.eu/eurostat/documents/203647/203701/CIS_Survey_form_2008.pdf/e06a4c11-7535-4003-8e00-143228e1b308

Tabella 11. Indicatori Tasso di Innovazione e Livello di Apertura

5. L'AZIENDA CONDUCE ATTIVITÀ DI RICERCA E SVILUPPO?		
Sì, sistematicamente	Sì, ma solo occasionalmente	No
6. L'IMPRESA HA RISORSE INTERNE DEDICATE ALLA RICERCA E SVILUPPO E/O AI PROGETTI INNOVATIVI?		
L'impresa ha risorse interne specificatamente dedicate	L'impresa non ha risorse dedicate, ma utilizza risorse di altre aree per i progetti innovativi	L'impresa non ha risorse interne dedicate
7. NEGLI ULTIMI 3 ANNI, L'IMPRESA HA COLLABORATO CON ALTRE ENTITÀ PER SVILUPPARE INNOVAZIONE?		
Sì, sistematicamente	Sì, ma solo occasionalmente	No

Il risultato ottenuto dalla correlazione mostra come il rapporto tra la dimensione e il tasso di innovazione, inteso come conduzione di attività di R&D (domanda n.5), non abbia una correlazione significativa, con nessuna delle dimensioni aziendali considerate; diversamente, nel momento in cui vengono considerati la presenza interna di risorse dedicate all'R&D e i progetti innovativi (domanda n.6), l'analisi mostra una correlazione positiva (0.12) con la dimensione media dell'impresa (tra i 50 ed il 250 dipendenti).

Il risultato è significativo in quanto le imprese di medie dimensioni rappresentano solo il 14% del campione, anche se è vero che da un punto di vista strutturale è normale che in un'azienda con un numero elevato di dipendenti ci sia la possibilità di dedicare parte delle risorse all'attività di ricerca. Si conferma quindi, anche in questo caso, quanto anticipato in precedenza.

Il livello di apertura, misurato tramite le collaborazioni svolte, risulta significativo dal punto di vista statistico, ma debole pur positivamente correlato (0.09) con la dimensione micro dell'impresa (meno di 10 dipendenti).

In questo caso si ritiene che si possa trattare della componente delle start up presenti nel campione, le quali per natura tendono a costruire il maggior numero di legami possibili per poter crescere ed entrare nel mercato nel minor tempo possibile.

Tabella 12. Correlazione Tasso di Innovazione, Apertura e Dimensione delle imprese

	Elevata Innovazione	Bassa Innovazione	No Innovazione		Risorse R&D	Altre risorse per R&D	No risorse per R&D
Micro	0.03	-0.05	0.02	Micro	-0.04	0.01	0.01
Piccola	-0.04	0.03	0.02	Piccola	-0.02	0.04	-0.02
Media	0.00	0.02	0.06	Media	0.12**	-0.07	-0.04
Grande	0.00	0.01	-0.00	Grande	-0.04	-0.00	0.07

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

	Collaborazioni	Collaborazioni occasionali	No collaborazioni
Micro	0.09*	-0.09	-0.05
Piccola	-0.04	0.05	-0.01
Media	-0.03	0.06	0.03
Grande	-0.04	-0.00	0.07

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

Legenda: Il livello di significatività che indichiamo in fondo alle tabelle con gli (*) si sceglie con un livello di probabilità di 0.05 (5%) o di 0.01 (1%). Questa probabilità detta valore P rappresenta una stima quantitativa della probabilità che le differenze osservate siano dovute al caso.

Correlazione tra Assetto Societario, Governance e Tasso di Innovazione e Livello di Apertura

L'assetto societario scelto è una condizione capace di condizionare l'innovazione ed i livelli di apertura. La presenza di uno o più amministratori, così come di un organo di controllo esterno, ha senza dubbio il potere di influenzare le scelte di politica aziendale in termini di investimenti in innovazione e gestione delle relazioni con i soggetti esterni. In merito al tasso di innovazione, la presente analisi mostra una correlazione positiva (0.20) ed estremamente significativa nel caso in cui sia presente un assetto societario di tipo monistico; al contrario, la presenza di più soggetti interni ed esterni che controllano e prendono le decisioni di politica industriale dell'impresa, risulta essere negativamente correlato con il tasso di innovazione. Anche in questo caso, la numerosità del campione, come visto in precedenza, potrebbe influenzare l'analisi in quanto più del 75% delle imprese presenta un sistema dualistico. Ma le elevate percentuali di significatività inducono a rendere attendibili i risultati. Invece dal punto di vista del livello di apertura, non risulta alcun tipo di correlazione con l'assetto societario.

Tabella 13. Correlazione Tasso di Innovazione e Assetto Societario

	Elevata Innovazione	Bassa Innovazione	No Innovazione		Risorse R&D	Altre risorse per R&D	No risorse per R&D
Monistico	0.05	-0.03	-0.07	Monistico	0.20***	-0.01	-0.11
Dualistico	-0.05	0.03	0.07	Dualistico	-0.20***	0.01	0.11

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

Legenda: Il livello di significatività che indichiamo in fondo alle tabelle con gli (*) si sceglie con un livello di probabilità di 0.05 (5%) o di 0.01 (1%). Questa probabilità detta valore P rappresenta una stima quantitativa della probabilità che le differenze osservate siano dovute al caso.

Correlazione tra Dimensione e Consapevolezza, Tutela, Gestione e Valorizzazione della PI

Per quanto riguarda la correlazione tra le quattro modalità di analisi della proprietà intellettuale precedentemente mostrate e la dimensione delle imprese, l'unico risultato rilevante ottenuto evidenzia come le imprese di dimensione micro (< 10 dipendenti) tendano a non proteggere la Proprietà Industriale (diritti PI registrati e/o riservatezza), né ad impiegare strumenti di tutela specifici per le loro caratteristiche interne o declinate sulla base dell'ambiente competitivo nel quale operano.

Al contrario, per le medie imprese (> 50 & < 250) si osserva un rapporto positivo con la tutela della PI; tale dimensione è quella che consente con facilità l'istituzione di dipartimenti dedicati all'R&D nelle imprese.

Tabella 14. Correlazione Gestione PI e Dimensione delle imprese

	Consapevolezza	Tutela	Gestione	Valorizzazione
Micro	0.02	-0.13**	0.02	0.03
Piccola	-0.01	0.00	-0.04	0.01
Media	-0.05	0.12**	-0.02	-0.07
Grande	0.03	0.06	0.05	0.02

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

Legenda: Il livello di significatività che indichiamo in fondo alle tabelle con gli (*) si sceglie con un livello di probabilità di 0.05 (5%) o di 0.01 (1%). Questa probabilità detta valore P rappresenta una stima quantitativa della probabilità che le differenze osservate siano dovute al caso.

Correlazione tra Consapevolezza, Tutela, Gestione e Valorizzazione della PI e Tasso di Innovazione e Livello di Apertura

In conclusione, si procede con le stesse analisi ma considerando il tasso di innovazione ed il livello di apertura. La prima verifica riguarda il tasso di innovazione inteso come livello di innovazione intrapreso dall'azienda, rapportato alle quattro modalità di analisi della PI da noi mostrate nel grafico a diamante (grafico n.36).

Si osserva come elevati livelli di innovazione sono positivamente correlati con la tutela della PI, il che conferma quanto rilevato con le analisi precedenti, e debolmente significativo, ma in modo positivo, con la gestione della PI. Si nota infine come in presenza di bassi livelli di innovazione e nei casi di assenza di innovazione, vi sia una correlazione negativa con la tutela della proprietà intellettuale e debolmente anche con la valorizzazione.

Questi risultati sono coerenti con quanto dimostrato nel grafico a diamante ed in linea con il dibattito accademico nazionale che conferma la scarsa propensione alla valorizzazione, gestione e consapevolezza della PI da parte delle imprese italiane, in particolare quelle di piccole dimensioni. Inoltre, i nostri risultati corroborano l'ipotesi che un basso livello di innovazione, sia correlato alla quasi totale assenza delle quattro dimensioni da noi analizzate, compresa anche la tutela della PI.

Lo stesso risultato si ottiene quando si misura il tasso di innovazione con la presenza di addetti alla R&D, interni all'impresa. Infatti, in presenza di risorse dedicate all'R&S si evidenziano elevati livelli di tutela della PI, e, in parte, di gestione proattiva di tali titoli.

L'ultima analisi prende in considerazione le collaborazioni per l'innovazione. Il primo risultato interessante è dato dal rapporto negativo tra la consapevolezza e le collaborazioni costanti, al fine di sviluppare innovazione. Sembrerebbe che la consapevolezza del valore competitivo e strategico della Proprietà Industriale porti le PMI italiane a non collaborare.

Un risultato che ribadisce la forte tendenza alla tutela della PI delle PMI italiane e alla scarsa collaborazione per la creazione di innovazione. Il risultato è confermato anche nel caso di collaborazioni occasionali.

Lo stesso risultato si ottiene confrontando l'apertura con la valorizzazione, ovvero tutte quelle pratiche volte all'integrazione della PI con la strategia di business dell'impresa e sulla propensione allo sfruttamento delle opportunità commerciali legate alla Proprietà Industriale.

Tabella 15. Correlazione Gestione PI e Dimensione delle imprese

	Elevata Innovazione	Bassa Innovazione	No Innovazione		Risorse R&D	Altre risorse per R&D	No risorse per R&D
Consapevolezza	0.07	0.04	-0.11	Consapevolezza	0.02	0.04	0.01
Tutela	0.02***	-0.09*	-0.18***	Tutela	0.23***	-0.07	-0.18***
Gestione	0.08*	-0.03	-0.05	Gestione	0.11*	-0.04	-0.06
Valorizzazione	0.05	0.04	-0.09*	Valorizzazione	-0.00	0.05	0.02

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

	Collaborazioni	Collaborazioni occasionali	No collaborazioni
Consapevolezza	-0.23***	-0.13**	-0.08
Tutela	0.02	-0.05	-0.16***
Gestione	-0.06	-0.08	-0.08
Valorizzazione	-0.20***	-0.15***	-0.13**

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

Legenda: Il livello di significatività che indichiamo in fondo alle tabelle con gli (*) si sceglie con un livello di probabilità di 0.05 (5%) o di 0.01 (1%). Questa probabilità detta valore P rappresenta una stima quantitativa della probabilità che le differenze osservate siano dovute al caso.

L'analisi integrativa presentata fin qui ha messo in luce come le criticità appartenenti al tessuto delle PMI italiane siano reali, indipendentemente dalla prospettiva con la quale le analizziamo. Infatti, nella prima sezione, grazie all'analisi delle interviste e dei dati primari ricavati, abbiamo avuto la conferma di come il tessuto delle PMI italiane non colga a pieno le opportunità di una gestione proattiva e di una valorizzazione strategica della PI.



*Ministero
dello Sviluppo Economico*

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

L'unica dimensione rilevante è risultata essere la tutela legale dei diritti corrispondenti. La motivazione potrebbe essere legata ad una tradizionale e diffusa cultura difensiva nei confronti di questi asset, coniugata ad una competenza prettamente giuridica dei consulenti aziendali in questo ambito (es. mandatarî). Anche con riferimento ai dati secondari, ottenuti dai bilanci delle imprese intervistate, i primi esercizi di correlazione presentati raccontano una storia simile.

Questa duplice evidenza rafforza il cammino intrapreso da qualche anno dall'ufficio, puntellato dalle iniziative, descritte nei paragrafi iniziali, rivolte ai diversi attori dell'ecosistema del trasferimento tecnologico, che contribuiscono al raggiungimento della missione dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi di favorire un cambio di passo culturale e l'iniezione di nuove figure specializzate, con competenze a 360°, in grado di sprigionare il potenziale nascosto del know-how esplicito o anche implicito delle nostre imprese di piccole e medie dimensioni.



*Ministero
dello Sviluppo Economico*

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Conclusioni

L'attività di analisi del livello di conoscenza della proprietà industriale presso le PMI si inserisce nell'ampio raggio di azioni che la Direzione generale dell'UIBM sta promuovendo per completare il ventaglio di misure e investimenti finalizzati alla promozione della cultura della PI nel territorio italiano e alla diffusione delle pratiche di tutela e di valorizzazione dei diritti da parte di tutte le imprese, in particolare quelle piccole e medie che costituiscono l'apparato industriale nazionale. La compartecipazione dei due mondi – quello imprenditoriale e quello degli UTT – è di per sé di grande valore in un'ottica di sistema, che permetterebbe la creazione, diffusione e replicazione di pratiche virtuose su tutto il territorio italiano. In questo senso, il risultato è fortemente in linea anche con i recenti investimenti dell'UIBM in tema di trasferimento tecnologico, finalizzati a favorire e incoraggiare l'incontro della domanda e tecnologie sviluppate dalle eccellenze italiane. L'esito dell'analisi, ed in particolare le risultanze dell'analisi sui 4 elementi cardine - Consapevolezza, Tutela, Gestione e Valorizzazione - riflettono un quadro per nulla sorprendente della situazione italiana, che tradizionalmente ha prestato poca attenzione alla PI. Tuttavia, la metrica oggettiva garantita dalla raccolta di dati primari, avvenuta con particolare successo in questa prima edizione, permette di avere un quadro oggettivo di partenza in grado di indirizzare concretamente le future azioni dell'UIBM volte a incoraggiare ulteriormente lo spirito innovativo e garantire una più alta considerazione, un migliore utilizzo e un'auspicabile valorizzazione della PI italiana. Grande enfasi deve essere particolarmente riservata alla necessità di far emergere il potenziale della PI non ancora espresso, che rimane tacito, sottoutilizzato o del tutto trascurato dalle imprese. Un'attività di divulgazione a favore di una cultura chiara e accessibile della PI sicuramente deve essere ampliata e rafforzata, insieme a tutte le misure che hanno accompagnato da sempre la fase successiva di tutela. Partendo dalle basi, quindi dalla Consapevolezza, è plausibile credere che a cascata si abbiano dei riflessi concreti sulle fasi successive, che richiederanno in ogni caso un focus degli investimenti ad hoc sostenuti nel tempo e indirizzati secondo le esigenze emergenti.

Bibliografia

Arrighetti A. et al. (2014). Intangible assets and firm heterogeneity: Evidence from Italy.

Research Policy

Awano et al. (2010). Measuring investment in intangible assets in the UK: results from a new survey. *Economic & Labour Market Review*, vol. 4, issue 7, 66-71

Direzione generale per la tutela della Proprietà Industriale – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (Giugno 2021). Rapporto attività 2019/2020. Link:

<https://uibm.mise.gov.it/index.php/it/pubblicato-il-rapporto-sull-attivita-svolta-dalla-dgtpi-uibm-nel-biennio-2019-2020>

Direzione generale per la tutela della Proprietà Industriale – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (Aprile 2021). Linee di intervento strategiche sulla Proprietà Industriale per il triennio 2021-2023 Link: <https://uibm.mise.gov.it/index.php/it/proprietà-industriale-adottate-con-decreto-del-ministro-le-linee-di-intervento-strategiche-per-il-triennio-2021-2023>

Enjolras, M., Galvez, D., Camargo, M., & Morel, L. (2015). Supporting SMEs' IP capabilities: Impact study of INPI pre-diagnosis through the use of the AIDA approach. *World Patent Information*, 40, 21-29.

European Patent Office (2017, Ottobre). Handbook on the intellectual property pre-diagnosis service

Eurostat - Community Innovation Survey (2008)

Petit, C., Dubois, C., Harand, A., & Quazzotti, S. (2011). A new, innovative and marketable IP diagnosis to evaluate, qualify and find insights for the development of SMEs IP practices and use, based on the AIDA approach. *World Patent Information*, 33(1), 42-50.



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

Appendice A – Questionario per le imprese

Informazioni preliminari

Nome dell'impresa

Data dell'intervista [gg/mm/aa]

Indirizzo email del Soggetto intervistato (Impresa)

A - Contesto Competitivo

1. In cosa consiste l'offerta core dell'azienda?

Beni

Servizi

Prodotti software

Ulteriori informazioni (se fornite compilare cella a lato)

2. Facendo riferimento alla linea di prodotto/servizio più importante quanti concorrenti diretti ha l'impresa in Italia?

0

1-3

4-6

7-10

10+

Non so

3. Il vantaggio competitivo dell'impresa è:

Legato alla tecnologia proprietaria

Legato al rapido sviluppo di nuove tecnologie

Determinato dal know-how interno

Guidato dal marketing

B - Innovazione

4a. Negli ultimi 3 anni l'azienda ha introdotto (selezionare tutte le risposte pertinenti):

Prodotti nuovi o significativamente migliorati

Servizi nuovi o significativamente migliorati

Processi nuovi o significativamente migliorati per la produzione / fornitura di beni o servizi

Nessuna delle precedenti

Ulteriori informazioni (se fornite compilare cella a lato)

4b. Tra i suddetti sono presenti prodotti / servizi / processi nuovi per l'intero settore (o si tratta di innovazioni solo per l'azienda)?

Sì, sono presenti prodotti / servizi / processi nuovi per l'intero settore

No, si tratta di innovazioni solo per l'azienda

Ulteriori informazioni (se fornite compilare cella a lato)

5. L'azienda conduce attività di Ricerca e Sviluppo?

Sì, sistematicamente

Sì, ma solo occasionalmente

No

6. L'impresa ha risorse interne dedicate alla Ricerca e Sviluppo e/o ai progetti innovativi?

L'impresa ha risorse interne specificatamente dedicate

L'impresa non ha risorse dedicate, ma utilizza risorse di altre aree per i progetti innovativi

L'impresa non ha risorse interne dedicate



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

7. Negli ultimi 3 anni, l'impresa ha collaborato con altre entità per sviluppare innovazione?

- Sì, sistematicamente
 Sì, ma solo occasionalmente
 No

8. Con quale tipologia di organizzazioni ha collaborato (selezionare tutte le risposte pertinenti)?

- Grandi aziende
 PMI
 Università
 Centri di ricerca
 Governo/Istituzioni pubbliche
 Altro (specificare)

Ulteriori informazioni (se fornite compilare cella a lato)

C - Consapevolezza su Proprietà Industriale (PI)

9. Qual è il livello di familiarità dell'azienda con la Proprietà Industriale? (*)

- Ottimo
 Buono
 Sufficiente
 Scarso
 Minimo

10. All'interno dell'organizzazione esiste una figura/ufficio dedicata/o alla Proprietà Industriale? (*)

- Sì
 No

11. L'azienda ha mai cercato informazioni relative alla Proprietà Industriale? (*)

- Sì
 No

12. Quali sono state le fonti principali di tali informazioni (selezionare tutte le risposte pertinenti)?

- Ufficio della Proprietà Industriale (UIBM)
 Altra agenzia o ufficio pubblico
 Associazioni industriali / Camera di commercio
 Legale d'azienda
 Responsabile della Ricerca e Sviluppo
 Studio legale specializzato
 Consulente esterno
 Contabile
 Banca
 Altro (specificare)

D - Tutela della Proprietà Industriale

13. L'impresa ha mai valutato la possibilità di tutelare i risultati dell'attività di Ricerca e Sviluppo attraverso il ricorso a titoli di Proprietà Industriale? (*)

- Sì, sempre
 Sì, occasionalmente
 No

14. L'azienda possiede attualmente titoli di Proprietà Industriale? (*)

- Sì
 No

15. Quali forme di tutela della Proprietà Industriale sono utilizzate dall'impresa? (selezionare tutte le risposte pertinenti) (*)

- Brevetti da invenzione
 - Brevetti per modelli di utilità
 - Marchi (e altri segni distintivi)
 - Design e modelli
 - Altri titoli (nuove varietà vegetali, topografie dei prodotti a semiconduttori e altri)
 - Segreto industriale / commerciale
 - Altro (specificare)
- Ulteriori informazioni (se fornite compilare cella a lato)

16. Quali sono stati gli impatti positivi? (selezionare tutte le risposte pertinenti)

- Incremento delle vendite
- Miglioramento dell'immagine e della reputazione aziendale
- Accesso facilitato al finanziamento
- Incremento dei profitti
- Nuove opportunità di collaborazione con imprese
- Miglioramento delle prospettive di lungo termine del business
- Altro (specificare)
- Nessuno dei precedenti

17. Quali sono stati gli impatti negativi? (selezionare tutte le risposte pertinenti)

- Impiegato troppo tempo e/o denaro nel processo di registrazione
- La registrazione non ha impedito l'imitazione
- Gestire e monitorare il portafoglio PI è molto oneroso
- Dispute legali costose e con risultati negativi
- Ingresso nel mercato ritardato
- Altro (specificare)
- Nessuno dei precedenti

18. L'impresa possiede Proprietà Industriale che ha scelto di non registrare?

- Sì
- No
- Non so

19. Se sì, perché si è deciso di non procedere con la registrazione (selezionare tutte le risposte pertinenti)

- Troppo complesso
- Troppo costoso
- Basso rischio d'imitazione
- Strumenti PI non adatti
- Strumenti PI non coerenti con la strategia di business (es. rallentano eccessivamente l'introduzione dei nuovi prodotti/ servizi sul mercato)
- Altra strategia di protezione (es. segreto industriale)
- Non aveva senso registrare (step innovativo non sufficiente, scope della protezione ristretto, etc...)
- Evitare costi di monitoraggio ed enforcement
- Altro (specificare)

E - Gestione della Proprietà Industriale

20. L'impresa ha risorse interne specificatamente dedicate alla gestione e alla verifica di casi di violazione dei diritti di Proprietà Industriale? (*)

- L'impresa ha risorse interne dedicate
- L'impresa fa ricorso a risorse interne, solo occasionalmente dedicate alla gestione di casi di violazione della PI
- L'impresa non ha risorse interne dedicate



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

21. Quali presidi impiega l'azienda per monitorare il mercato rispetto a possibili violazioni della PI? (selezionare tutte le risposte pertinenti) (*)

- Persona / unità interna dedicata al monitoraggio sistematico
- Outsourcing del monitoraggio sistematico ad un'azienda / consulente esterno
- Informazioni ricevute dai business partner
- Segnalazioni dei consumatori
- Altro (specificare)
- Non prende alcuna misura

22. Negli ultimi 5 anni, l'impresa è stata vittima di violazione della Proprietà Industriale?

- Sì
- No

23. Quale tipologia di Proprietà Industriale è stata violata? (selezionare tutte le risposte pertinenti)

- Brevetti da invenzione
- Brevetti per modelli di utilità
- Marchi (e altri segni distintivi)
- Design e modelli
- Altri titoli (nuove varietà vegetali, topografie dei prodotti a semiconduttori)
- Segreto industriale / commerciale
- Altro (specificare)

24. La violazione è avvenuta in Italia o all'estero? (selezionare tutte le risposte pertinenti)

- Italia
- Estero (indicare il/i Paese/i estero/i in cui è avvenuta la violazione)

25. L'azienda adotta misure per evitare violazioni della Proprietà Industriale di altre società? (selezionare tutte le risposte pertinenti) (*)

- Dipartimento legale interno
- Consulenza legale esterna
- Ricerca su database
- Ricerca su Internet (siti web specializzati)
- Altro (specificare)
- Non prende alcuna misura

F - Valorizzazione della Proprietà Industriale

26. L'impresa ha una strategia per la valorizzazione dei propri diritti di Proprietà Industriale? (*)

- L'impresa ha una strategia per la valorizzazione dei diritti di Proprietà Industriale, anche differenziata in relazione al "core business" e ai mercati
- L'impresa ha una strategia per la valorizzazione dei diritti di Proprietà Industriale, indifferenziata rispetto al "core business" o ai mercati chiave
- L'impresa non ha una strategia per la valorizzazione dei diritti di Proprietà Industriale

27. L'azienda ritiene che la propria strategia sulla Proprietà Industriale sia di successo se (selezionare tutte le risposte pertinenti):

- Garantisce all'offerta una posizione unica sul mercato
- Previene l'imitazione
- Rende più costoso per i competitor operare nel business
- Tutela la freedom-to-operate
- Influenza la traiettoria tecnologica del settore
- Genera ricavi dalle licenze
- Consente di sviluppare partnership
- Consente di misurare e gestire il rischio legale
- Consente di risolvere le controversie PI a condizioni favorevoli
- Evita di violare i diritti di terze parti
- Altro (specificare)



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

28. L'impresa effettua verifiche e valutazioni di coerenza del proprio patrimonio di Proprietà Industriale rispetto alle proprie attività progetti e mercati (ad esempio valutando se tutti i prodotti sono tutelati nei vari mercati di riferimento da concorrenti sleali)? (*)

- Sì, regolarmente
 Sì, ma solo occasionalmente
 No, non effettua verifiche

29. L'impresa è in grado di attribuire un valore economico al proprio patrimonio intangibile? (*)

- Sì
 Parzialmente
 No

30. Perché l'azienda ha sottoposto a valutazione la propria Proprietà Industriale? (selezionare tutte le risposte

- Politica interna
 Licenza
 Cessione
 Inclusione PI in bilancio
 Richiesta finanziamenti
 Altro (specificare)

31. Negli ultimi 3 anni, l'azienda ha acquistato / ceduto Proprietà Industriale a titolo definitivo (selezionare tutte le risposte pertinenti)?

- Sì, ha acquistato Proprietà Industriale
 Sì, ha ceduto Proprietà Industriale
 No, non ha né acquistato né ceduto Proprietà Industriale

32. Quale tipologia di Proprietà Industriale è stata acquistata o ceduta? (selezionare tutte le risposte pertinenti)

- Brevetti
 Marchi (e altri segni distintivi)
 Design o modelli
 Altri titoli (nuove varietà vegetali, topografie dei prodotti a semiconduttori)
 Segreto industriale/commerciale
 Altro (specificare)

33a. Perché l'impresa ha acquistato Proprietà Industriale? (selezionare tutte le risposte pertinenti)

- Per ridurre i costi di ricerca e sviluppo
 Per velocizzare il time-to-market
 Per acquisire vantaggio competitivo
 Per accedere a risorse e/o conoscenze altrimenti non accessibili
 Per rispondere alle esigenze di un cliente (attuale o potenziale)
 Per implementare uno standard
 Altro (specificare)

33b. Perché l'impresa ha ceduto Proprietà Industriale? (selezionare tutte le risposte pertinenti)

- Per monetizzare Proprietà Industriale non utilizzata
 Per sopperire a necessità di capitale corrente
 Per reperire capitale funzionale a nuovi investimenti
 Altro (specificare)

34. Negli ultimi 3 anni, l'azienda ha siglato un contratto di licenza di Proprietà Industriale o come licenziante o come licenziatario? (selezionare tutte le risposte pertinenti)

- Sì, come licenziante
 Sì, come licenziatario
 No



Ministero
dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale-UIBM

UIBM

35. Quale tipologia di Proprietà Industriale è stata acquisita o concessa in licenza? (selezionare tutte le risposte)

- Brevetti
- Marchi (e altri segni distintivi)
- Design o modelli
- Altri titoli (nuove varietà vegetali, topografie dei prodotti a semiconduttori)
- Segreto industriale/commerciale
- Altro (specificare)

36a. Perché l'impresa ha acquisito in licenza Proprietà Industriale? (selezionare tutte le risposte pertinenti)

- Per ridurre i costi di ricerca e sviluppo
- Per velocizzare il time-to-market
- Per acquisire vantaggio competitivo
- Per accedere a risorse e/o conoscenze altrimenti non accessibili
- Per collaborare e sviluppare nuovi prodotti e servizi
- Per risolvere una disputa legale (anche potenziale)
- Per rispondere alle esigenze di un cliente (attuale o potenziale)
- Per implementare uno standard
- Altro (specificare)

36b. Perché l'impresa ha concesso in licenza Proprietà Industriale? (selezionare tutte le risposte pertinenti)

- Per incrementare i ricavi
- Per espandere il business in nuovi settori o aree geografiche senza sostenerne i costi ed i rischi
- Per espandere il business in nuovi settori o aree geografiche mantenendo il controllo della qualità
- Per collaborare e sviluppare nuovi prodotti e servizi
- Per risolvere una disputa legale (anche potenziale)
- Altro (specificare)

37. L'azienda ha mai avviato lo sviluppo di una tecnologia nell'aspettativa che i rendimenti sarebbero stati realizzati esclusivamente attraverso le entrate della licenza, piuttosto che attraverso le vendite di prodotti?

- Sì
- No

Notazioni Finali

Le risposte sono state fornite:

- Consultando registri e documenti
- Tramite stime ragionevoli
- Tramite stime non affidabili
- In alcuni casi consultando registri e documenti in altri tramite stima

Altri commenti

Appendice B – Le domande relative al “grafico a diamante” e il sistema di punteggio

	Punteggio	Fattore Ponderazione	Punteggio
C - Consapevolezza su Proprietà Industriale (PI)			
9. Qual è il livello di familiarità dell'azienda con la Proprietà Industriale?			
<input type="checkbox"/> Ottimo	10,00	0,40	4,00
<input type="checkbox"/> Buono	7,50	0,40	3,00
<input type="checkbox"/> Sufficiente	5,00	0,40	2,00
<input type="checkbox"/> Scarso	2,50	0,40	1,00
<input type="checkbox"/> Minimo	0,00	0,40	0,00
10. All'interno dell'organizzazione esiste una figura/ufficio dedicata/o alla Proprietà Industriale? (*)			
<input type="checkbox"/> Sì	10,00	0,40	4,00
<input type="checkbox"/> No	0,00	0,40	0,00
11. L'azienda ha mai cercato informazioni relative alla Proprietà Industriale?			
<input type="checkbox"/> Sì	10,00	0,20	2,00
<input type="checkbox"/> No	0,00	0,20	0,00
D - Tutela della Proprietà Industriale			
13. L'impresa ha mai valutato la possibilità di tutelare i risultati dell'attività di Ricerca e Sviluppo attraverso il ricorso a titoli di Proprietà Industriale?			
<input type="checkbox"/> Sì, sempre	10,00	0,30	3,00
<input type="checkbox"/> Sì, occasionalmente	6,00	0,30	1,80
<input type="checkbox"/> No	0,00	0,30	0,00
14. L'azienda possiede attualmente titoli di Proprietà Industriale? (*)			
<input type="checkbox"/> Sì	10,00	0,30	3,00
<input type="checkbox"/> No	0,00	0,30	0,00
15. Quali forme di tutela della Proprietà Industriale sono utilizzate dall'impresa? (selezionare tutte le risposte pertinenti)			
<input type="checkbox"/> Brevetti da invenzione	10,00	0,40	4,00
<input type="checkbox"/> Brevetti per modelli di utilità	10,00	0,40	4,00
<input type="checkbox"/> Marchi (e altri segni distintivi)	10,00	0,40	4,00
<input type="checkbox"/> Design e modelli	10,00	0,40	4,00
<input type="checkbox"/> Altri titoli (nuove varietà vegetali, topografie dei prodotti a semiconduttori e altri)	6,00	0,40	2,40
<input type="checkbox"/> Segreto industriale / commerciale	6,00	0,40	2,40
<input type="checkbox"/> Altro (specificare)	4,00	0,40	1,60

	Punteggio	Fattore Ponderazione	Punteggio
E - Gestione della Proprietà Industriale			
20. L'impresa ha risorse interne specificatamente dedicate alla gestione e alla verifica di casi di violazione dei diritti di Proprietà Industriale?			
<input type="checkbox"/> L'impresa ha risorse interne dedicate	10,00	0,40	4,00
<input type="checkbox"/> L'impresa fa ricorso a risorse interne, solo occasionalmente dedicate alla gestione di casi di violazione della PI	6,00	0,40	2,40
<input type="checkbox"/> L'impresa non ha risorse interne dedicate	0,00	0,40	0,00
21. Quali presidi impiega l'azienda per monitorare il mercato rispetto a possibili violazioni della PI? (selezionare tutte le risposte pertinenti)			
<input type="checkbox"/> Persona / unità interna dedicata al monitoraggio sistematico	10,00	0,30	3,00
<input type="checkbox"/> Outsourcing del monitoraggio sistematico ad un'azienda / consulente esterno	9,00	0,30	2,70
<input type="checkbox"/> Informazioni ricevute dai business partner	6,00	0,30	1,80
<input type="checkbox"/> Segnalazioni dei consumatori	4,00	0,30	1,20
<input type="checkbox"/> Altro (specificare)	2,00	0,30	0,60
<input type="checkbox"/> Non prende alcuna misura	0,00	0,30	0,00
25. L'azienda adotta misure per evitare violazioni della Proprietà Industriale di altre società? (selezionare tutte le risposte pertinenti)			
<input type="checkbox"/> Dipartimento legale interno	10,00	0,30	3,00
<input type="checkbox"/> Consulenza legale esterna	9,00	0,30	2,70
<input type="checkbox"/> Ricerca su database	8,00	0,30	2,40
<input type="checkbox"/> Ricerca su Internet (siti web specializzati)	6,00	0,30	1,80
<input type="checkbox"/> Altro (specificare)	4,00	0,30	1,20
<input type="checkbox"/> Non prende alcuna misura	0,00	0,30	0,00
F - Valorizzazione della Proprietà Industriale			
26. L'impresa ha una strategia per la valorizzazione dei propri diritti di Proprietà Industriale?			
<input type="checkbox"/> L'impresa ha una strategia per la valorizzazione dei diritti di Proprietà Industriale, anche differenziata in relazione al "core business" e ai mercati chiave	10,00	0,40	4,00
<input type="checkbox"/> L'impresa ha una strategia per la valorizzazione dei diritti di Proprietà Industriale, indifferenziata rispetto al "core business" o ai mercati chiave	6,00	0,40	2,40
<input type="checkbox"/> L'impresa non ha una strategia per la valorizzazione dei diritti di Proprietà Industriale	0,00	0,40	0,00
28. L'impresa effettua verifiche e valutazioni di coerenza del proprio patrimonio di Proprietà Industriale rispetto alle proprie attività progetti e mercati (ad esempio valutando se tutti i prodotti sono tutelati nei vari mercati di riferimento da concorrenti sleali)?			
<input type="checkbox"/> Sì, regolarmente	10,00	0,30	3,00
<input type="checkbox"/> Sì, ma solo occasionalmente	6,00	0,30	1,80
<input type="checkbox"/> No, non effettua verifiche	0,00	0,30	0,00
29. L'impresa è in grado di attribuire un valore economico al proprio patrimonio intangibile?			
<input type="checkbox"/> Sì	10,00	0,30	3,00
<input type="checkbox"/> Parzialmente	6,00	0,30	1,80
<input type="checkbox"/> No	0,00	0,30	0,00