

**Innovazione.** L'iter è lungo e costoso, solo il 26% delle aziende ricorre alla protezione del prodotto

# Brevetti troppo cari per le Pmi

Rimangono poco sfruttate le collaborazioni con le Università

Marco De Alberti

Sono ancora poche le aziende venete (solo il 26% del totale) che ricorrono alla protezione delle proprie innovazioni con brevetti.

Le cause sono molte e riconducibili non solo a fattori interni all'azienda, come la concorrenza e la facilità di essere copiati. Per Stefano Micelli, direttore dell'Osservatorio TeDis alla Venice International University però, incide mol-

ter produrre innovazione brevettabile, che abbia un valore commerciale, ma entrambe ancora poco sfruttate, secondo Fabrizio Bettiol vice-presidente di Unindustria Venezia con delega all'Innovazione: «La collaborazione con le Università è praticata da meno del 18% delle aziende, anche perché queste fanno poco marketing delle loro innovazioni, dei loro brevetti. L'altra strada è quella dei progetti di ricerca europei in cui le aziende, soprattutto le Pmi, si possono inserire potendo fruire di un network di conoscenze e di competenze a cui altrimenti non riuscirebbero ad accedere. Ma anche questa è ancora poco seguita».

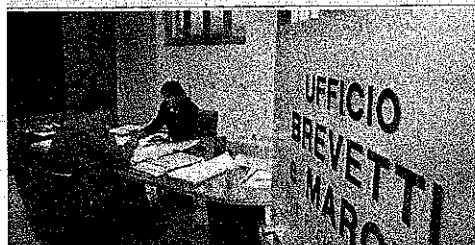
Micelli concorda con l'importanza della partecipazione delle aziende a cordate europee sul fronte della ricerca e aggiunge: «Almeno per le aziende più evolute la questione è quella di formare al proprio interno una figura professionale che sia in grado di interfacciarsi da una parte, con il mondo della ricerca e dall'altra, che sia in grado di realizzare una strategia di sfruttamento e di protezione brevettuale del know-how in funzione del business».

Che la protezione della proprietà intellettuale, dalle sue

forme più forti come il brevetto a quelle più deboli come ad esempio il marchio, sia una questione complessa ce lo conferma Claudio Madricardo, responsabile del brand Venezia per conto del Comune: «Abbiamo registrato il Marchio di Venezia in 71 paesi del mondo e in 11 differenti classi merceologiche. Per la registrazione ci siamo avvalsi di uno studio legale specializzato e abbiamo posto particolare attenzione alla protezione sul mercato cinese. Ciononostante, data la particolare appetibilità dell'immagine di Venezia, abbiamo potuto visitare parecchie piccole Venezia che sono sorte o stanno per sorgere nei dintorni di Shanghai. Nei pressi di Hangzhou abbiamo poi beccato un grosso centro commerciale che ha adottato il nostro marchio senza che noi ne sapessimo nulla».

C'è comunque fermento nel nostro tessuto imprenditoriale sul fronte dell'innovazione e sulle sue possibilità di protezione e sfruttamento. Così Bettiol: «Il nostro sforzo come Unindustria è quello di portare le aziende a concepire il brevetto non solo come uno strumento legale di protezione ma piuttosto come un patrimonio di know-how e di competenze vendibile sul

## Panorama differenziato



L'orientamento delle Pmi nell'innovazione di prodotto

	Veneto	Italia
Mercato come fonte innovazione	50,4	39,8
Ha un centro di ricerca&sviluppo	9,1	9,2
Collabora con Università	17,9	18,4
Produce brevetti propri	26,1	19,0
Acquista brevetti da terzi	1,7	1,8

Fonte: TeDis Research Center - campione aziende distrettuali

mercato internazionale. I seminari formativi che abbiamo organizzato, su questi temi hanno avuto oltre 700 partecipanti».

Ci sono poi aziende già un passo avanti: «In questi anni si è mosso un folto plotone di

imprese venete, come Geox, Nice, Carel, Tecnica, che hanno attivato una strategia spinta di innovazione interna, di acquisto di brevetti, di partnership con università e centri di ricerca italiani ed internazionali» conclude Micelli.

### OCCASIONI

Le imprese non usufruiscono abbastanza dei progetti di ricerca europei che le inserirebbero in reti di conoscenze e competenze

to il fatto che le nostre piccole-medie imprese sul fronte dei brevetti soffrono di un deficit culturale e strutturale: «In primis gran parte delle nostre aziende non ha risorse interne per sviluppare innovazioni che possa poi essere protetta; in secondo luogo c'è una resistenza culturale nei confronti dell'iter brevettuale percepito come troppo lungo e costoso».

Due allora le strade per po-