



TRASFERIMENTO TECNOLOGICO
INNOVAZIONE
SISTEMA CAMERALE VENETO

30/05/2019

IL NUOVO “PACCHETTO MARCHI” - SPUNTI SU COME VALORIZZARE LA PROPRIETA’
INDUSTRIALE

Il valore dell’*Intellectual Property* come strumento per innovare

Roberto Santolamazza **t2i - trasferimento tecnologico e innovazione**

www.t2i.it

facebook.com/t2i.scarl

twitter.com/t2iscarl

linkedin.com/company/t2iscarl



Nuove sfide sempre con l'innovazione al centro

Innovazione, Ricerca, Valore

Queste le tre parole chiave che rispecchiano la natura e i servizi di t2i, un'azienda che fa dei servizi per l'innovazione, per le imprese e per le persone, la sua ragion d'essere.

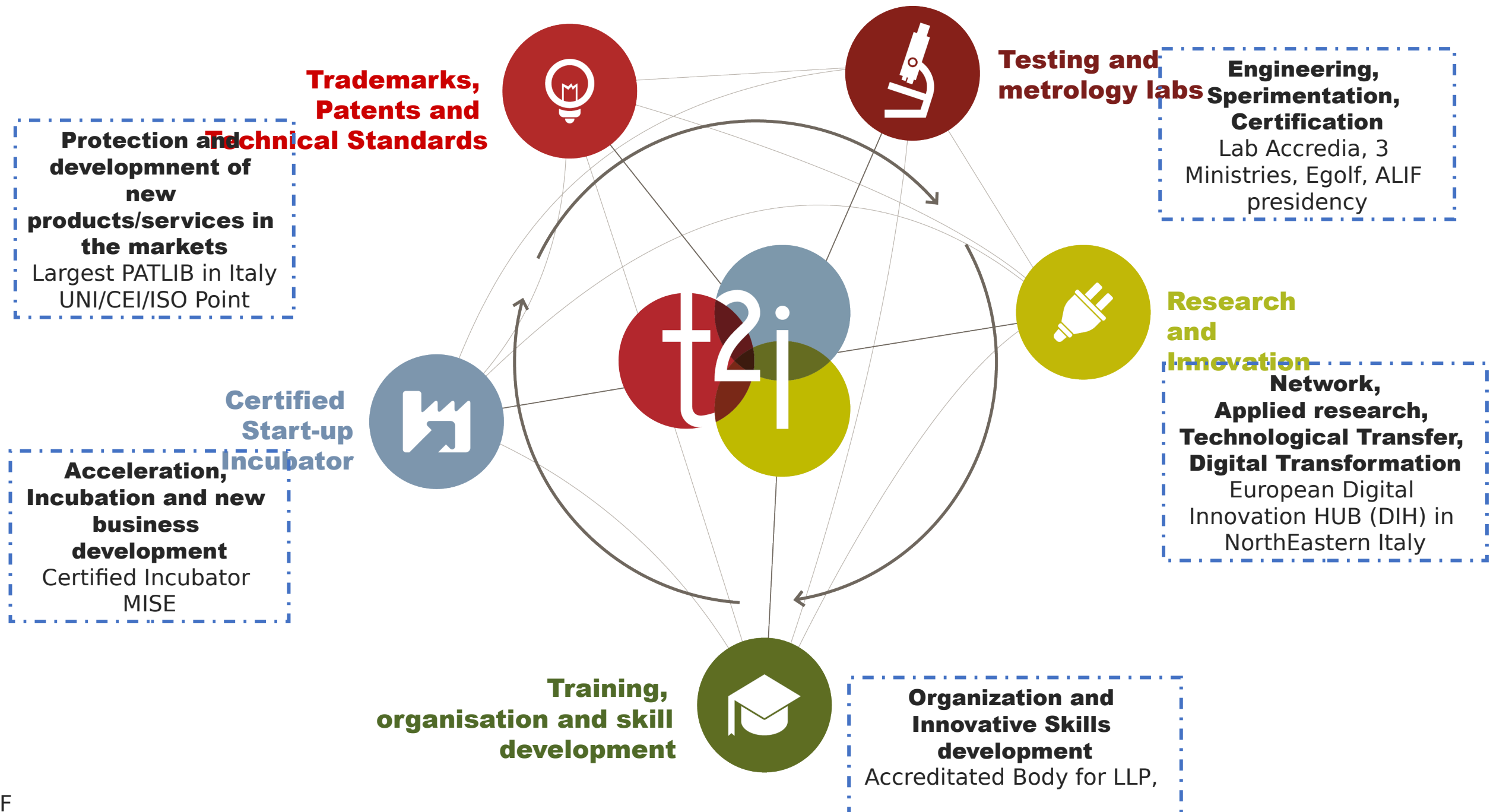
Chi siamo

Persone a cui piace innovare e sperimentare per offrire servizi sempre nuovi alle imprese, come risorsa per essere competitivi nel mercato globale.

A chi ci rivolgiamo

A chiunque creda nella crescita, intesa come sviluppo: alle imprese che vogliono migliorare i propri prodotti e servizi, e alle persone che vogliono essere più competitive nel mercato del lavoro.

60 persone **38** età media **15** specialized skillsets **15%** turnover
62% donne



Dove Siamo



Veneto (Venice) region



t2i - trasferimento tecnologico e innovazione s.c.a r.l.

Headquarters

Piazza delle Istituzioni 34/a |
31100 Treviso (TV)

Sede operativa

Corso Porta Nuova, 96 | 37122
Verona (VR)

Incubatore Certificato Start-up

Viale Porta Adige, 45 | 45100
Rovigo (RO)

Cert labs

Via Pezza Alta, 34 | 31046

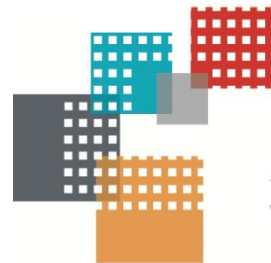


t2i e l'innovazione

- **t2i** è **Organismo di Ricerca** iscritto alla Anagrafe Nazionale di Ricerca del MIUR (id **61304BMV**), ed è **Ente Notificato/Autorizzato** a livello Europeo e nazionale con i suoi laboratori, aderenti al network italiano dei laboratori universitari e delle camera di commercio
- t2i ha un ampio network nazionale e internazionale di partner che permette di creare **gruppi di lavoro personalizzati sullo specifico bisogno del cliente**, per una attività orientata alla massima efficienza ed efficacia
- t2i è il primo **Digital Innovation Hub nel Nordest**, riconosciuto da Commissione EU nell'ambito della iniziativa I4MS, grazie a una lunga esperienza nel supportare le imprese nella progettazione e sviluppo di percorsi di **Digital Transformation**, anche nell'ambito di programmi europei come H2020 e altri



PatLib



A member of PATLIB,
the European network of
IP information centres

Network dei punti di **formazione, orientamento e consulenza** in materia di utilizzo strategico dei titoli di Proprietà Intellettuale.

Ciascun punto del network è accreditato presso lo European Patent Office e presso i National Patent and Trademark Offices degli Stati Membri aderenti alla Convenzione sul Brevetto Europeo.



Il capitale intangibile della impresa

- Il termine **capitale intangibile** indica l'insieme delle risorse a disposizione di una azienda rilevanti per la sua capacità competitiva ed il suo valore, ulteriori a quelle tangibili.
- Tale insieme comprende come sottoinsieme gli attributi che tradizionalmente concorrono nella formazione del bilancio d'esercizio e dello **stato patrimoniale** di un'impresa.
- Il valore di un'azienda è costituito da **asset fisici**, da varie forme di capitale finanziario e, infine, da **asset "intangibili"**, ossia proprio il capitale intellettuale, non facilmente traducibile in termini finanziari.
- Il **capitale intangibile** è principalmente costituito da elementi (come la qualità del personale o la reputazione del marchio presso i consumatori) per i quali non sono dati metodi universalmente riconosciuti per la loro valutazione monetaria.

Converrebbe parlare di **asset "non-finanziari"**.



Elementi del capitale intangibile

I modelli di rappresentazione del capitale intangibile si differenziano talvolta per gli elementi costitutivi riconosciuti. Le impostazioni prevalenti sono comunque riconducibili alla seguente articolazione:

- **Capitale relazionale** (riconducibile alle relazioni esistenti con soggetti esterni, quali fornitori, clienti, centri di ricerca, ecc. e alla reputazione);
- **Capitale umano** (la parte di capitale intellettuale che dipende dalle conoscenze e dalle abilità possedute dal personale);
- **Capitale intellettuale** (il saper fare, eventualmente protetto da brevetti, e il saper fare assieme).



Capitale Relazionale

Fattori primari per il successo di un'azienda sono

- la qualità del rapporto con i clienti, di quello con i fornitori, con i rivenditori, con i co-produttori e con altri partner d'affari;
- il valore dei marchi di prodotti o servizi;
- il valore della reputazione nel mercato e di quella tra gli investitori;
- il valore delle licenze, degli accordi di franchising, delle joint venture con altre imprese

Questo capitale di relazioni "esterne" (per tenerlo distinto dalle relazioni esistenti internamente all'azienda, e che concorrono a formare il capitale organizzativo) è, di tutti i beni intangibili, quello più direttamente correlato con i risultati operativi (tangibili, finanziari) dell'impresa.



Capitale Umano

Elementi intangibili sono insiti nel capitale umano di un'azienda:

- il livello di istruzione dei dipendenti e il loro saper fare
- le loro qualificazioni professionali
- le competenze
- le relazioni interne

sono tutte grandezze che ancora non sappiamo misurare con criteri standard, né tantomeno trattare in termini monetari.

Esse tuttavia sappiamo che certamente influenzano i risultati di un'impresa.



Capitale Intellettuale (anche organizzativo)

Vi sono caratteristiche di un'azienda che, pur essendo intimamente connesse al modo di operare delle persone, trascendono il capitale umano, ed esprimono la qualità della organizzazione: è questo il **capitale intellettuale**.

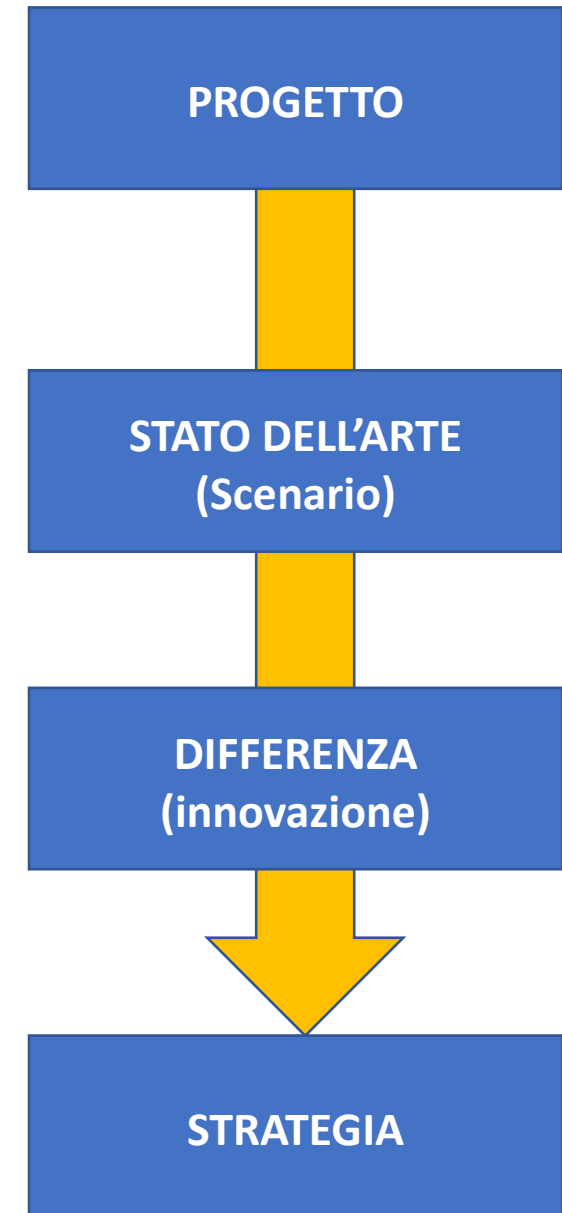
- Valori aziendali e filosofia manageriale
- Cultura aziendale e processi gestionali
- Modelli organizzativi e sistemi informativi
- Strategie
- **Proprietà Intellettuale: i brevetti, i diritti di copyright, le formule, gli schemi, i segreti industriali, i marchi registrati che sono possesso dell'azienda**

Unica
codificabile e
scambiabile

Non esiste una sola strategia per innovare...



Capire lo stato dell'arte per individuazione degli elementi di distintività dallo scenario competitivo



Progetto



II

consolidato

Esclusivo o a disposizione di tutte le aziende che operano nel settore?

Cosa è esclusivo?

Cosa è liberamente realizzabile per le aziende che operano nel settore?

Cosa per l'azienda è consolidato e per altri potrebbe essere

sviluppo

?

Stato dell'arte (scenario)



Lo

sviluppo

Posso realizzare liberamente ciò che costituisce lo sviluppo?

Cosa posso realizzare liberamente?

Come posso realizzare ciò che è esclusivo di terzi?

Come posso differenziarmi dai miei

concorrenti

?

Stato dell'arte (scenario)



I

concorrenti

Conosco i miei concorrenti?
Conosco le esclusive dei miei concorrenti?
Conosco i nuovi concorrenti?
Come posso differenziarmi dai miei concorrenti per essere
percepito?

mercato

?

Stato dell'arte (scenario)



II

mercato

Quali sono i miei mercati di riferimento?

Quali saranno i miei mercati di riferimento?

Ho la titolarità a circolare nei mercati di riferimento attuali o futuri?

Ho costruito una strategia per proteggere il consolidato?

consolidato



consolidato

e mondo della proprietà intellettuale

Marchio

(dove è registrato – da quanto è registrato - sono state osservate registrazioni successive – sono stato confuso con terzi – quanto il mercato di riferimento “riconosce” il marchio aziendale)

Diritto d'autore

(come sono organizzati i cataloghi? Chi cura i contenuti del sito? C'è uno stile nella presentazione delle informazioni che caratterizza l'attività e che per il mercato di riferimento è chiara indicazione dell'origine delle informazioni? Sviluppo software proprietari? Sviluppo contenuti e/o informazioni per terzi?)

Prodotto/servizio

(Esclusivo o non esclusivo? Che differenza c'è rispetto ai prodotti/servizi analoghi offerti dai concorrenti? Se esclusivo, a chi potrebbe interessare?)

Tecnologia

(La tecnologia è proprietaria? Se sì è titolata? Se titolata, dove è stato depositata la domanda di brevetto? Se titolata, a chi potrebbe interessare? Da quanto? Sono a conoscenza di domande di privativa successive?)



sviluppo

e mondo della proprietà intellettuale

Marchio

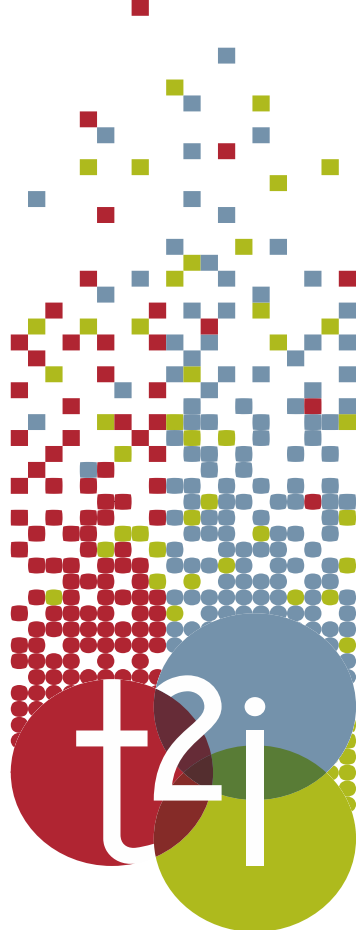
(Posso liberamente utilizzare il nuovo marchio? Quanto distintivo è il marchio che intendo utilizzare? Dove intendo utilizzare il marchio? Dove mi auspico di utilizzare il marchio tra 3 anni?)

Prodotto/servizio

(Che informazioni ho sul prodotto/servizio che intendo sviluppare? Posso svilupparlo secondo quanto progettato? Una volta progettato, posso pensare di averne l'esclusiva?)

Tecnologia

(Che informazioni ho sulla tecnologia che intendo sviluppare? Sono a conoscenza di altri che potrebbero averla sviluppata prima di me? Una volta sviluppata, posso pensare di averne l'esclusiva? Sviluppo una tecnologia per terzi? E' stato stabilito di chi sarà il diritto di sfruttamento?)



 CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa

 CAMERA DI COMMERCIO
VENEZIA ROVIGO

 CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO
AGRICOLTURA VERONA

keep in touch!

Roberto Santolamazza
roberto.santolamazza@t2i.it
www.t2i.it

Seguici anche su | Follow us

