

«Da marchi e brevetti benzina per la crescita»

Bugnion ne ha registrati 2.648 in Italia Il dg Limido: le Pmi possono fare di più

PAOLO VIANA

La crescita del Pil è condizionata da quella dei marchi e dei brevetti che il Paese deposita: Marco Limido, dg di Bugnion (fra le società leader in Europa nel settore della consulenza in proprietà industriale e intellettuale), indica la curva che descrive la crescita cumulativa del Pil italiano. Bassina, ma segue l'andamento dei depositi di privative, peraltro più coraggioso. Quando la seconda cala, prima flette; quando quella sale, anche il Pil si dà una mossa. Idem per l'Europa.

Bugnion Italia festeggia i suoi primi cinquant'anni tra bilanci e codici, ed è come tornare ad Adam Smith: duecentocinquanta anni dopo la ricchezza delle nazioni risiede ancora nella capacità di rendere più produttivo il lavoro. A volte, basta una buona idea: «Lo sanno i cinesi, che stanno registrando marchi e brevetti nei Paesi africani, un fronte che americani ed europei lasciano pericolosamente sguarnito», dichiara Renata Righetti, presidente Bugnion e prima donna presidente dell'Associazione Internazionale per la Protezione della Proprietà Industriale, l'organismo mondiale che riunisce gli operatori del settore. Bugnion ha registrato in Italia solo quest'anno 2.648 tra marchi, brevetti, design e modelli di utilità, sui 71.800 totali, e in Europa quasi duemila su 407mila. Non siamo un Paese di grandi inventori - per quanto i brevetti depositati tra 2010 e 2017 siano cresciuti più che in Germania e Regno Unito - ma restiamo nella top ten

dei marchi (quarti, dopo la Cina) e del design (terzi). «Nel transito dal capitalismo industriale a quello della conoscenza - spiega Limido - marchi e brevetti rappresentano la miglior forma di incentivi all'innovazione in quanto il sistema garantisce esclusività, divulgazione e scadenza. Oggi, i brevetti possono determinare addirittura il controllo su aree di tecnologia il cui accesso può avvenire tramite licenze».

Permane, è vero, un'area grigia. Certezza ed efficacia del diritto non sono ancora così adamantine come si vorrebbe; tuttavia i numeri dimostrano che la tutela della proprietà intellettuale diventa sempre più un fattore competitivo. «Internet ha accresciuto l'incertezza normativa e le difficoltà operative anche per società come la nostra che hanno sedi e referenti in tutto il mondo - osserva Righetti - ma quest'anno una società di Firenze è riuscita a veder riconosciuti i propri diritti da un tribunale di Pechino, che ha imposto alla società cinese concorrente di cancellare il marchio registrato abusivamente».

Secondo uno studio EUIPO, lo sfruttamento intensivo di marchi e brevetti influisce positivamente sull'occupazione, sui sistemi retributivi e sulle attività economiche: le aziende ad alta intensità di sfruttamento diretto della proprietà intellettuale danno lavoro al 27,8% degli occupati europei e al

38% se consideriamo anche i posti di lavoro generati indirettamente. «Il Pil europeo prodotto da queste aziende vale il 42,3% del totale per un valore complessivo di 5,7 miliardi; esse sono all'origine di circa il 90% degli scambi dell'Europa con il resto del mondo, generando un'ec-

**Depositi in forte crescita tra il 2010 e il 2017
Restiamo nella top ten dei marchi (quarti, dopo la Cina) e del design (terzi)**

cedenza commerciale di circa 96 miliardi. A tali aziende corrispondono in media retribuzioni più alte (+46%) rispetto al resto del mercato» commenta Limido.

Bugnion (15 sedi in Italia, Germania, Spagna e Usa, 8.200 clienti, 27.000 brevetti, modelli e design, più di 45.000 marchi gestiti) ha dedicato alle Pmi l'ultimo progetto; si chiama Ip-Up ed è rivolto alle startup. Righetti ravvisa una «particolare intensità creativa» del segmento Pmi e Limido annota: «i dati sono sopra media per marchi e design mentre i brevetti sono ancora un po' sotto, a causa forse di fattori culturali come il prediligere la segretezza piuttosto che il deposito della proprietà intellettuale e una scarsa fiducia nella possibilità di far rispettare i diritti una volta acquisiti. Le Pmi non hanno adeguati strumenti per rendersi conto delle potenzialità dei depositi di proprietà intellettuale e dei rischi connessi ad una sottovalutazione degli stessi, ed ancora prevalgono una mancanza di conoscenza su come proteggere le innovazioni e una sensazione che le procedure siano lunghe ed onerose».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

