

IP | IL DIBATTITO SULLE POLITICHE PER LA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

# SERVE UNA CULTURA DEGLI INTANGIBILE

Marchi, brevetti e design valgono spesso più dei capannoni, dei macchinari e delle attrezzature di un'impresa. Questi asset, però, hanno bisogno di una gestione strategica

DI RICCARDO ROSSOTTO\*

**G**abriel Cuonzo ha centrato (si veda TopLegal n. 7/2011), a mio avviso, uno dei temi cruciali del sistema della proprietà intellettuale (IPR) in Italia. Non l'unico però!

È vero che il punto di forza è sicuramente dato dal fattore umano, dal DNA della nostra classe imprenditoriale, come ci ha ricordato Cuonzo nel suo brillante e stimolante intervento nella rubrica "In Fondo", ma credo che esista, nel contempo, uno specifico deficit culturale con riguardo all'importanza dei cosiddetti *intangibile* proprio all'interno della categoria imprenditoriale del nostro Paese.

Pur essendo conosciuti ed apprezzati in tutto il mondo per la nostra creatività, capacità inventiva, fantasia e gusto, nella realtà, salvo alcune grandi aziende, in Italia non si è ancora consolidata una vera e propria cultura degli *intangibile*.

Soprattutto dell'importanza di una loro strategia che passa attraverso la protezione, valutazione e valorizzazione dei marchi, dei brevetti e di tutti quei segni distintivi proteggibili in base al nostro ordinamento. Oggi l'enterprise value di un'azienda è spesso basato proprio sul valore della sua proprietà intellettuale. La frase "la tua società vale in quanto hai un grande e conosciuto marchio" è una realtà ormai consolidata nel mercato del Merger & Acquisition. Marchi, brevetti e design

valgono spesso di più dei capannoni, dei macchinari e delle attrezzature di una impresa.

Nonostante ciò faticiamo a modernizzare davvero il nostro sistema economico diffondendo la cultura e le immense opportunità offerte dal mondo dall'Ipr.

Si sta cercando, a livello di politica economica, di sviluppare e incentivare il sistema a rete delle nostre Pmi. Nel villaggio globale, "piccolo" significa, salvo eccezioni, non competitivo. I cluster, i distretti industriali, i consorzi di imprese sono strumenti mirati proprio ad aumentare la competitività dei nostri piccoli e medi imprenditori mettendoli insieme e aiutandoli a costruire una adeguata massa critica. In tale scenario anche la gestione degli *intangibile* può costituire un valore aggiunto rilevante, gestibile a costi più accessibili proprio nell'ambito di una struttura a rete.

Esistono ormai sul mercato italiano alcune (poche per la verità) piattaforme tecnologiche (già sperimentate con successo in Germania) che permettono alle imprese di mettere in rete, con le dovute protezioni tecnologiche, tutto il proprio percorso interno dalla ricerca e sviluppo fino alla commercializzazione dei prodotti finiti. Non si rischia più di dimenticare in un cassetto una buona idea di business magari scartata in un certo momento storico ma poi, se facilmente recuperabile, ridiventata attuale e sfruttabile. Si può evi-

tare di sprecare l'enorme know-how interno all'impresa, costruito giorno per giorno con il lavoro dei vari dipartimenti, registrandolo sulla piattaforma e mettendolo a disposizione di tutti gli addetti ai lavori opportunamente selezionati e abilitati.

Insomma, la tecnologia ci permetterebbe oggi di fare un ulteriore salto di qualità nella gestione e valorizzazione degli *intangibile* aziendali. Non sprechiamo questa occasione! Condivido quindi in pieno l'analisi e le conclusioni di Cuonzo, ma aggiungo un vibrante auspicio: aiutiamo tutti noi addetti ai lavori le nostre imprese e soprattutto le nostre Pmi, ciascuno nel proprio ambito professionale e/o istituzionale, a non considerare gli *intangibile* come un asset marginale, costoso nella manutenzione e quasi irrilevante nella creazione del valore dell'impresa.

La sfida della ripresa del nostro zoppicante Paese passa anche di lì: le competenze, le esperienze e le tecnologie adeguate ci sono. Vanno soltanto sfruttate a dovere. ■

\* Senior Partner Re&P Legal

