

TUTELARE L'INNOVAZIONE: il brevetto e gli altri diritti di proprietà intellettuale

Avv. Prof. Davide Luigi Petraz

glp[®]

Intellectual Property Office
04.03.2019 - ore 16.00

PRIMA DI INIZIARE

Si ricorda che durante l'esposizione sarà possibile intervenire ponendo delle domande nella **chat condivisa**.

Al termine del webinar vi chiediamo gentilmente di compilare un brevissimo **questionario di gradimento** dove potete esprimere il vostro parere sul webinar.

IN BREVE

Una panoramica su come difendere e dare valore alle proprie idee. Avere idee brillanti tanto quanto innovative è senza dubbio appagante. Molto spesso la semplice gratificazione che deriva dal creare qualcosa che sia nuovo ed originale non basta, per questa ragione nasce la necessità di poter trarre maggior beneficio, sia economico che morale, dalla propria attività inventiva.

- **Cosa si intende per Proprietà Intellettuale?**

- **Perché utilizzare la proprietà intellettuale?**

- **Il brevetto: proteggi la tua brillante idea!**

 - o Le diverse tipologie di brevetto e di requisiti per la concessione*

- **Il marchio;**

 - o I segni distintivi, la sua funzione ed i requisiti per la sua registrazione*

 - o Cosa succede invece nella rete?*

- **Il design: quando l'aspetto conta!**

 - o Come funziona e quali sono i requisiti?*

- **Il Copyright / Diritto d'Autore;**

 - o Di cosa parliamo e di che tipi di diritti vengono conferiti?*

- **Altri strumenti a disposizione e casi pratici.**

GLI ASSET IN UNA AZIENDA POSSONO ESSERE:

INTANGIBILI



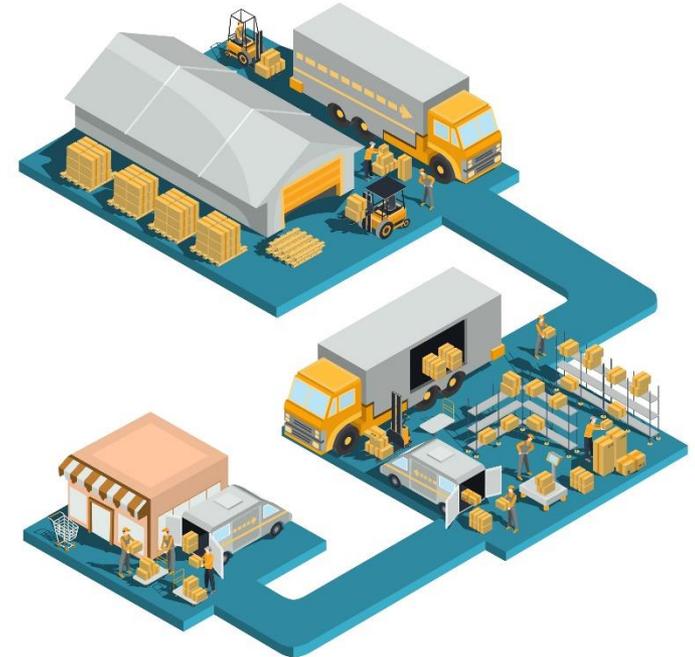
IL CAPITALE UMANO: il livello d'istruzione dei dipendenti, la loro competenza e le loro qualificazioni professionali.

LA PROPRIETÀ INTELLETTUALE: brevetti, marchi, design, copyright e segreti industriali in possesso dell'azienda.

IL CAPITALE ORGANIZZATIVO: valori aziendali, filosofia manageriale, cultura aziendale, processi gestionali, etc.

IL CAPITALE DI RELAZIONI ESTERNE: la qualità del rapporto con i clienti, con i fornitori, con i rivenditori, con i partner d'affari, etc.

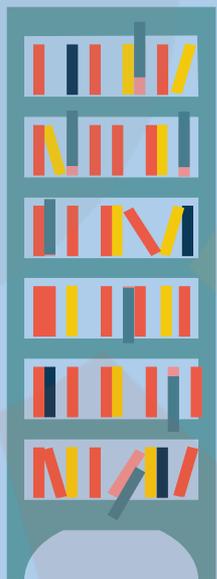
TANGIBILI



- EDIFICI
- RISORSE FINANZIARIE
- MACCHINARI
- INFRASTRUTTURE

COSA SI INTENDE PER...

PROPRIETÀ



*«GODERE E DISPORRE
IN MODO PIENO ED
ESCLUSIVO»*

INTELLETTUALE



*«DEI FRUTTI
DELL'INGEGNO
UMANO»*

PROPRIETA' INTELLETTUALE...intorno a noi



UN ESEMPIO?



MARCHIO | Brand | Nome prodotto | Suono accensione



COPYRIGHT / DIRITTO D'AUTORE

Codice sorgente Software | Manuale istruzioni | Suoneria



BREVETTO e MODELLO DI UTILITA'

Sistema Operativo | Data-processing Methods | Operazioni di interfaccia con utente



DESIGN

Forma estetica del modello | Posizionamento e forma schermo | Posizionamento dei pulsanti



SEGRETO INDUSTRIALE

Alcuni aspetti della conoscenza tecnica mantenuti segreti e non divulgati

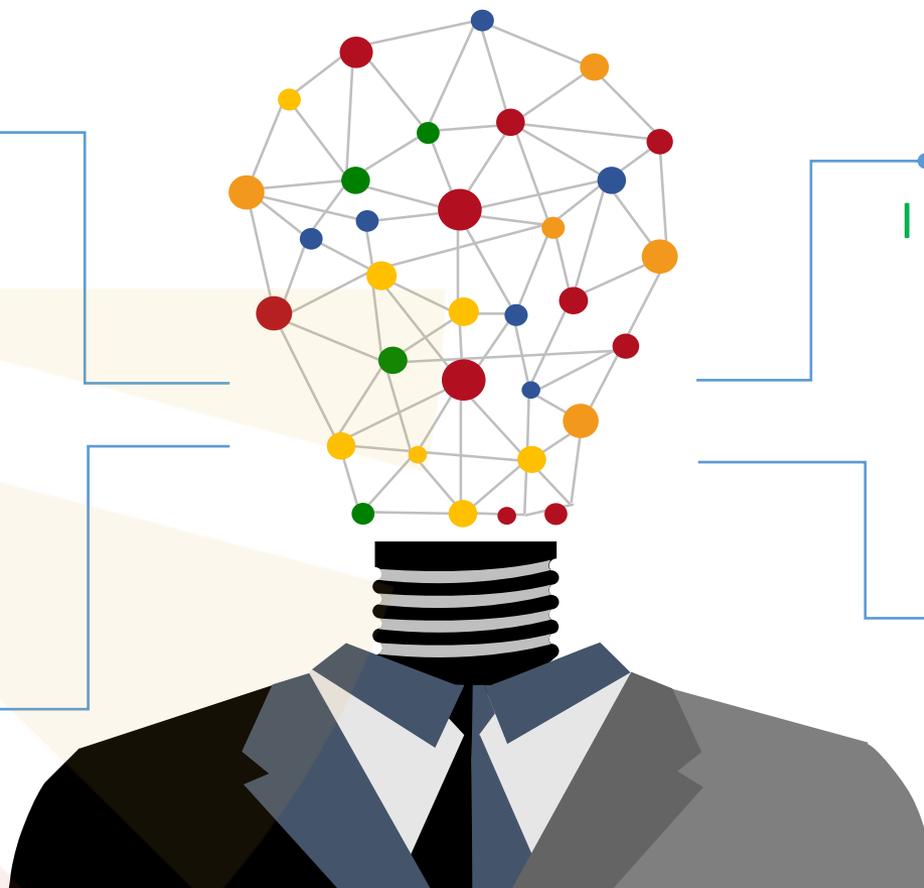
I PRINCIPALI DIRITTI DI PROPRIETA' INTELLETTUALE

I MARCHIO I

I BREVETTO I
I MODELLI DI UTILITA' I

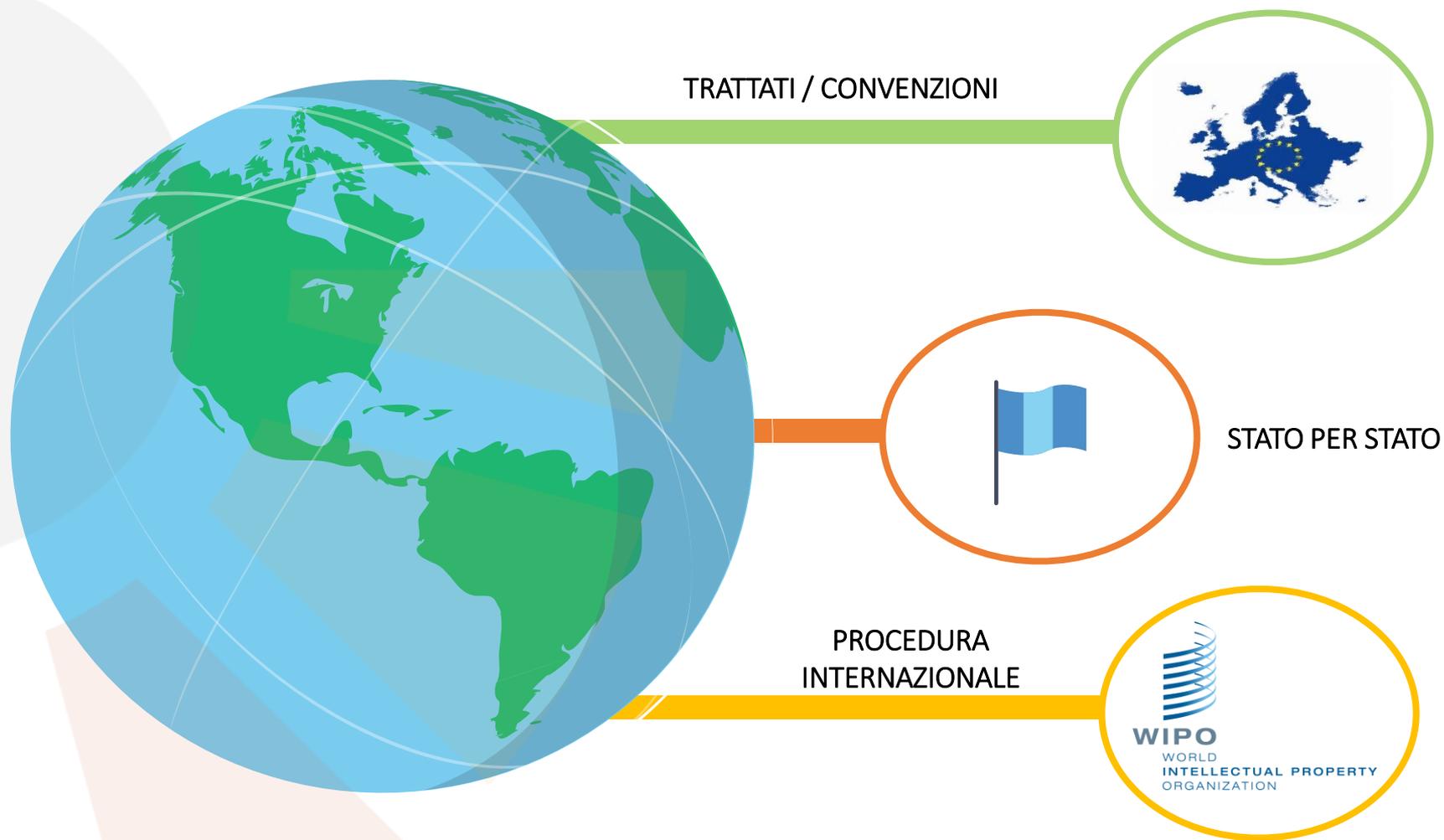
I DESIGN I

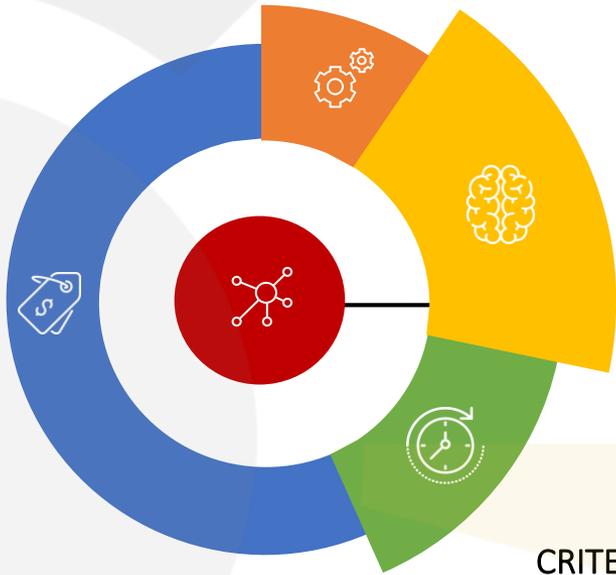
I COPYRIGHT I



I IDEA I INNOVAZIONE I CREATIVITA' I

ESTENSIONE DEI DIRITTI DI PROPRIETA' INTELLETTUALE





BREVETTO

OGGETTO DEL BREVETTO SONO LE INVENZIONI, INTESE
COME SOLUZIONI A UN PROBLEMA TECNICO.

CRITERI



NOVITÀ, ATTIVITÀ INVENTIVA E APPLICAZIONE
INDUSTRIALE

MONOPOLIO



MONOPOLIO ASSOLUTO

FUNZIONE



INCENTIVARE LA RICERCA SCIENTIFICA E TECNOLOGICA
OLTRE A DIVULGARE L'INVENZIONE

DURATA



MASSIMO 20 ANNI

FOCUS BREVETTO

TUTTE LE NUOVE SOLUZIONI CHE IMPLICANO ATTIVITÀ INVENTIVA E CHE SONO ATTE AD UNA APPLICAZIONE INDUSTRIALE:

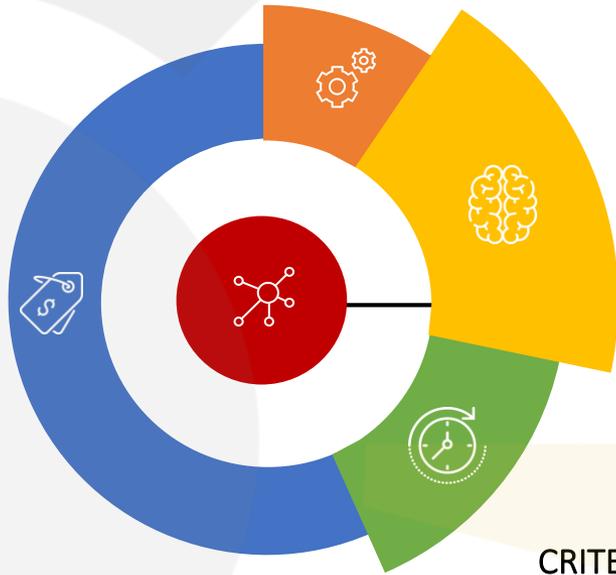
BREVETTO PER
INVENZIONE INDUSTRIALE



BREVETTO PER
MODELLO DI UTILITÀ



E' possibile richiedere un modello di utilità per proteggere oggetti (utensili, macchine o strumenti) che sono modifiche di oggetti preesistenti e che grazie alle modifiche apportate acquistano maggiore maneggevolezza, facilità d'uso e quindi... utilità. Durata massima di 10 anni



MARCHIO

SEGNO IDONEO A DISTINGUERE I PRODOTTI O I SERVIZI DI UN'IMPRESA DA QUELLI DI ALTRE IMPRESE

CRITERI



CAPACITA' DI DISTINGUERE I PRODOTTI O I SERVIZI DEL TITOLARE DA QUELLI DI UN ALTRO OPERATORE

MONOPOLIO



MONOPOLIO DELL'USO DEL MARCHIO PER I SERVIZI PRODOTTI PER I QUALI E' STATO REGISTRATO

FUNZIONE



INDICATORE DELL'ORIGINE IMPRENDITORIALE DI UN PRODOTTO O SERVIZIO

DURATA



ANCHE PER SEMPRE SE RINNOVATO OGNI 10 ANNI
Perdita del diritto se non utilizzato per 5 anni consecutivi

I DIVERSI TIPI DI MARCHIO



Denominativi
COSTITUITI DA PAROLE DI FANTASIA, NOMI PATRONIMICI, NOMI GEOGRAFICI, DENOMINAZIONI SOCIALI, SIGLE, LETTERE DELL'ALFABETO, NUMERI



Figurativi
COSTITUITI DA EMBLEMI E COLORI FINO A RAPPRESENTAZIONI PIÙ ELABORATE COME VIGNETTE, ETICHETTE OPPURE RITRATTI



Complessi
COSTITUITI SIA DA ELEMENTI DENOMINATIVI CHE DA ELEMENTI FIGURATIVI



Olfattivi
COSTITUITI DA ELEMENTI CHE ATTRAVERSO IL LORO ODORE SONO RICONDUCIBILI AL PRODOTTO; SI DEVE DUBITARE DELLA POSSIBILITÀ DI PROTEGGERE I MARCHI OLFATTIVI A MENO CHE QUESTI NON SI RIESCANO A TUTELARE ATTRAVERSO LA LORO FORMULA CHIMICA

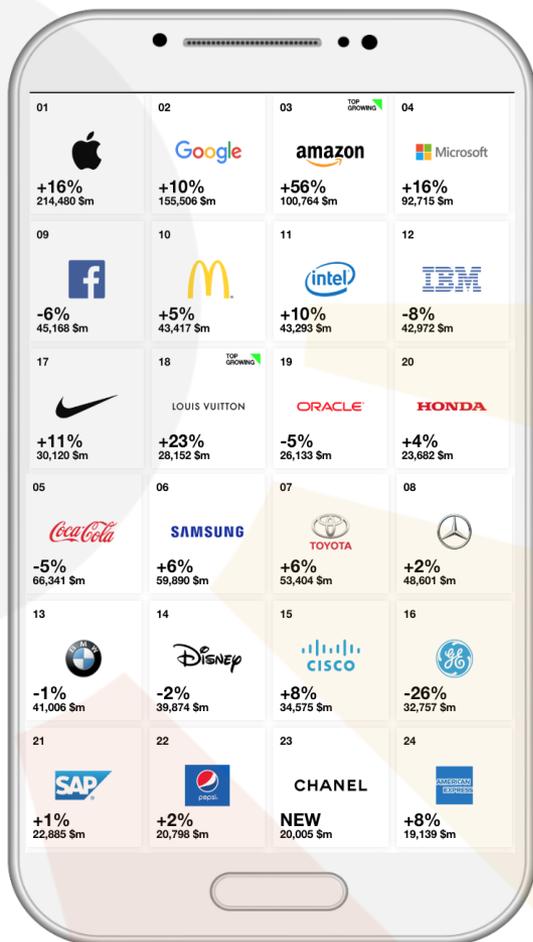


Sonori
COSTITUITI DA ELEMENTI CHE VANNO A COINCIDERE CON UN PARTICOLARE RUMORE CARATTERISTICO DEL PRODOTTO O PIÙ COMUNEMENTE UN SUONO ASSOCIATO ALLO STESSO

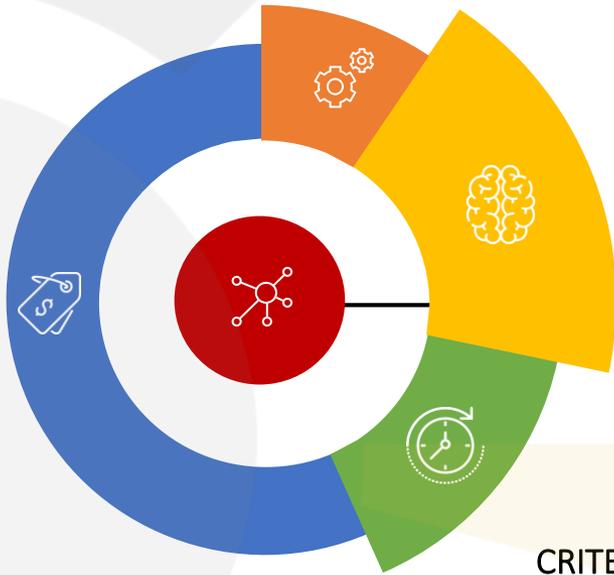


Tridimensionali o di forma
COSTITUITI DALLE FORME DEI PRODOTTI E DELLE LORO CONFEZIONI SOLITAMENTE LA FORMA DI UN PRODOTTO, SE CARATTERISTICA, VIENE TUTELATA NELL'AMBITO DEL DESIGN (CON RIFERIMENTO ALL'ASPETTO ESTETICO) O DEI BREVETTI (CON RIFERIMENTO ALL'ASPETTO FUNZIONALE)

FOCUS MARCHIO: VALORE E REQUISITI



- Può impedire l'uso di marchi che sono identici o simili al proprio marchio registrato, per prodotti o servizi che sono identici o simili.
- Il titolare di un marchio registrato può inoltre impedire che terze parti utilizzino marchi identici o simili al proprio se il suo marchio possiede una reputazione nel Paese di interesse.
- Allo stesso modo, egli può proibire che terze parti utilizzino il marchio se esse traggono indebitamente profitto dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio.



DESIGN

TUTELA L'ASPETTO DI UN PRODOTTO, LA SUA FORMA

CRITERI



NOVITA' E CARATTERE INDIVIDUALE

MONOPOLIO



MONOPOLIO SULL'UTILIZZO DEL DESIGN IN RELAZIONE AI PRODOTTI A CUI E' STATA CONCESSA LA PROTEZIONE

FUNZIONE



INCENTIVARE LA CREAZIONE DI FORME DIVERSE

DURATA

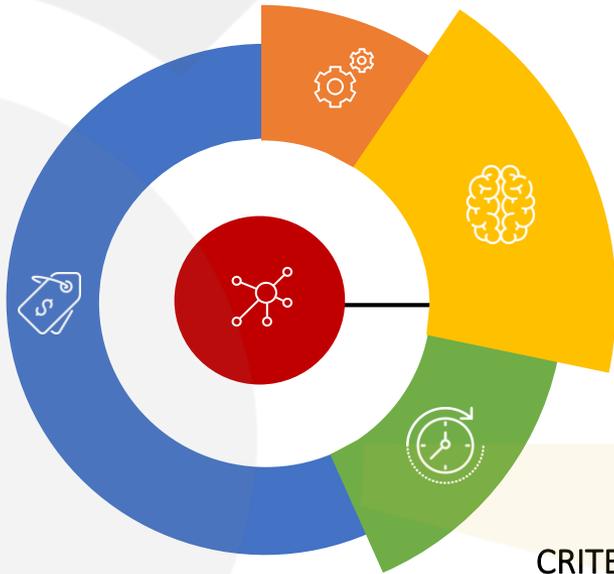


MASSIMO 25 ANNI

FOCUS DESIGN



- Il design è l'aspetto esteriore di tutto ciò che ci circonda. Parlando di design pensiamo immediatamente ai mobili e agli oggetti di arredamento ma anche la moda è considerata design così come le confezioni (c.d. packaging) e i set di caratteri (c.d. font).
- Il design (Disegni e modelli) può essere depositato entro 1 anno dalla sua presentazione al pubblico (c.d. periodo di grazia) ed è protetto per 5 anni rinnovabili fino ad un totale di 25 anni (in Italia).
- Il design non depositato è invece protetto per 3 anni dalla sua prima presentazione.



COPYRIGHT

PROTEGGE LE OPERE DELL'INGEGNO DI CARATTERE CREATIVO

CRITERI



CARATTERE CREATIVO

MONOPOLIO



MONOPOLIO SOLO SULL'ESPRESSIONE DI UNA PROPRIA CREAZIONE

FUNZIONE



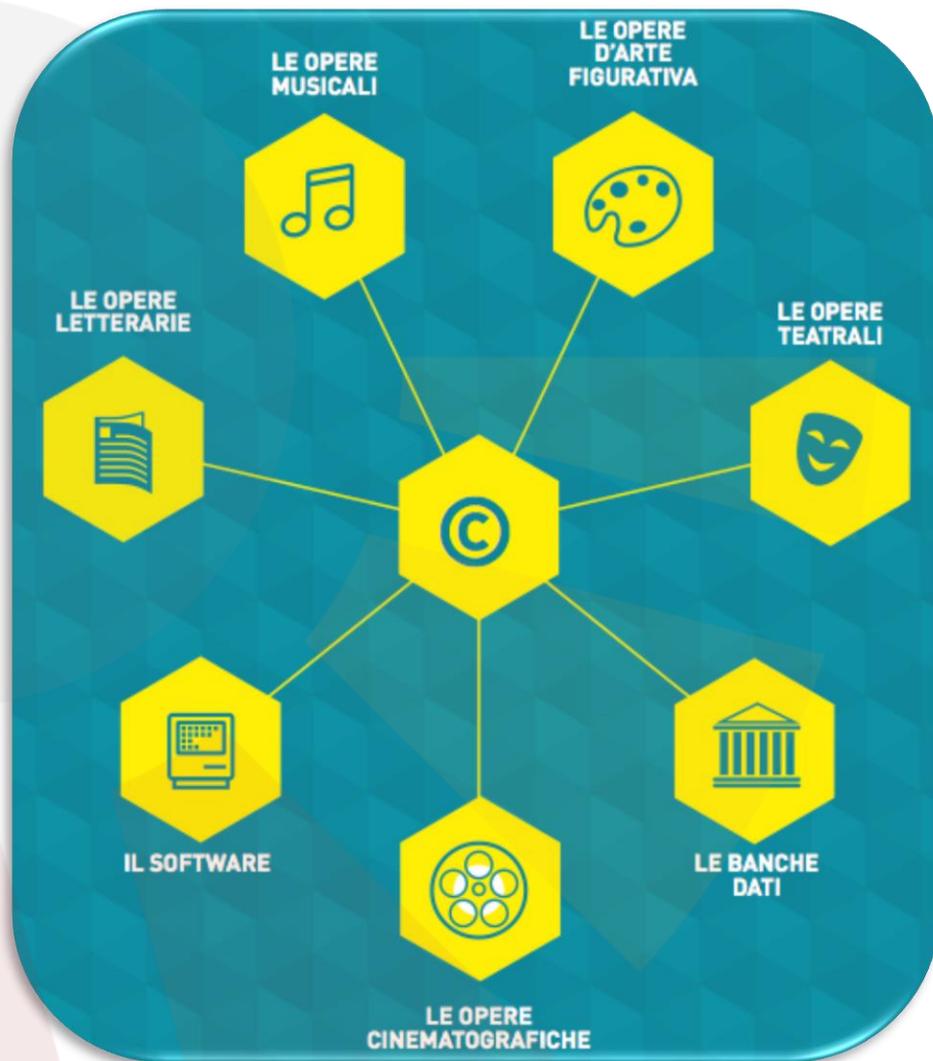
INCENTIVARE LA CREAZIONE ARTISTICA ED IL RICONOSCIMENTO DEL LAVORO

DURATA



FINO A 70 ANNI DOPO LA MORTE DELL'AUTORE

FOCUS COPYRIGHT



L'AUTORE È TITOLARE
DI DUE CATEGORIE DI DIRITTI
SULL'OPERA CHE HA CREATO



NON TRASFERIBILI

MORALI

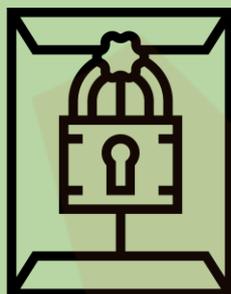


POSSONO ESSERE
TRASFERITI A TERZI

PATRIMONIALI

ALTRO SULLA PROPRIETA' INTELLETTUALE

Il know how, l'insieme delle conoscenze tecnico-industriali e commerciali riservate, è un asset competitivo di straordinaria importanza per ogni impresa, dalle multinazionali alle pmi. Che lo si sfrutti mediante accordi di trasferimento di tecnologia o lo si usi all'interno dell'azienda, mantenendolo rigorosamente segreto, la sua gestione oculata è il tratto caratterizzante di ogni realtà di successo.



Il segreto industriale o aziendale è uno strumento di tutela delle attività intellettuali (creative e inventive) relative allo sviluppo di prodotti industriali. Rientra nella branca del diritto industriale e del diritto della concorrenza.