

Programma del 25 maggio 2009 dalle ore 15.00 alle ore 19.00

Brevetti e trasferimento di tecnologia:
Nuovi modelli di business per affrontare le sfide internazionali:

Ore 14.30 ***Registrazione dei partecipanti***

Ore 15.00 ***Introduzione***

Contenuti

I diritti di proprietà intellettuale - inclusi i brevetti d'invenzione – sono un elemento fondamentale del valore di un'azienda e ne determinano la posizione competitiva sul mercato in quanto hanno per oggetto proprio quegli elementi di innovazione che consentono all'impresa di essere identificata e preferita rispetto ai diretti concorrenti.

L'obiettivo del seminario è quello di illustrare in che modo proteggere le innovazioni sviluppate all'interno dell'impresa, come sfruttarle al fine di ricavarne vantaggi economici attraverso contratti di licenza, cessione o trasferimenti di tecnologia e come pianificare adeguatamente strategie per la valorizzazione degli stessi sui mercati nazionali ed internazionali.

Ore 19.00 ***Conclusione Lavori***

***Relatori:** avv. Elio De Tullio, De Tullio & Partners, Roma;*

avv. Paul Bodenham, De Tullio & Partners, Roma.



Camera di Commercio
Taranto



unioncamere
puglia



Programma del 26 maggio 2009 dalle ore 10.00 alle ore 14.00

L'importanza di marchi e segni distintivi nelle strategie d'internazionalizzazione:

Negli ultimi anni l'assetto economico mondiale ha subito profonde trasformazioni. Una di quelle che ha avuto, e continua ad avere, maggior impatto sul mondo delle imprese è il passaggio da una "Economia del Prodotto" a una "Economia della Conoscenza". Le tradizionali teorie economiche che facevano dipendere la crescita economica di un Paese da "fattori tangibili" si sono evolute verso la valorizzazione dei c.d. "fattori intangibili". Tra questi la Proprietà Intellettuale (marchi, brevetti, segreti industriali, know-how, diritti d'autore, design e indicazioni geografiche) riveste un ruolo fondamentale.

I "valori intangibili", necessari per favorire la competitività di un Paese in un mercato globalizzato, sono diventati l'elemento di maggiore ricchezza delle imprese, da proteggere, sfruttare e valorizzare adeguatamente. La Proprietà Intellettuale è oggi fattore primario per lo sviluppo e l'internazionalizzazione delle imprese in quanto la crescita delle stesse è strettamente legata alla capacità di identificare, proteggere e incrementare il valore commerciale del proprio capitale immateriale.

Per le imprese del settore agroalimentare, la cui attività è maggiormente orientata al di fuori dei confini nazionali, risulta fondamentale garantire che il proprio vantaggio competitivo su tali mercati, fondato sui "valori intangibili" (marchi commerciali, marchi collettivi, certificazioni di qualità), possa restare invariato o accrescersi. Per tali imprese poter contare su un marchio "forte", distintivo, proteggibile e identificativo, così come su una certificazione di qualità in grado di garantire il territorio di provenienza e di trasformazione di un prodotto, rappresenta un vero e proprio "*strumento marketing*" di straordinaria importanza, così come poter impiantare sugli elementi "intangibili" così protetti la propria rete commerciale di "sfruttamenti" attraverso contratti di licenza, franchising e altri.

Sotto un altro profilo, poi, per le stesse imprese risulta prioritario reperire le risorse finanziarie necessarie per affrontare le nuove sfide, accrescere la propria competitività e sviluppare nuovi mercati. Anche in questo scenario i diritti di Proprietà Intellettuale rivestono una grande importanza.

Sulla scorta dei principi introdotti e sostenuti dalle principali Istituzioni internazionali e comunitarie, il mondo della finanza ha individuato nella Proprietà Intellettuale e nei cosiddetti "valori intangibili" gli elementi che, nei prossimi anni, definiranno le imprese "ad alto potenziale innovativo". Tali elementi costituiranno titolo preferenziale e fattore di garanzia per le imprese nelle operazioni di accesso al credito e alle varie forme di finanziamento pubblico e privato.

Un'adeguata strategia di protezione e sfruttamento dei diritti di Proprietà Intellettuale, consentirà alle imprese di accumulare un vantaggio competitivo per quel che riguarda l'accesso agli strumenti di finanza ordinaria, ai finanziamenti europei e la capacità di attrarre capitali di rischio (*private equity, venture capital, business angels*) per operazioni di capitalizzazione.

Ore 9.30

Registrazione dei partecipanti

Ore 10.00

Introduzione

Contenuti

- individuazione e valorizzazione dei beni intangibili dell'azienda;
- la Proprietà Intellettuale come fattore di competitività e strumento per accelerare la competitività dell'impresa sui mercati internazionali;
- introduzione generale ai diritti di Proprietà Intellettuale;
- marchi e segni distintivi: l'importanza dell'immagine aziendale;
- la scelta del marchio: originalità, distintività, fantasia, novità;
- le attività di tutela preventiva e le ricerche di anteriorità;
- tutela del marchio e sistemi di registrazione (nazionale, europeo e internazionale);
- le attività di mantenimento e ottimizzazione: sorveglianze, monitoraggi, aggiornamenti;



Camera di Commercio
Taranto



- nuovi segni distintivi: i nomi di dominio come *strumenti marketing*;
- strumenti di sfruttamento dei diritti di Proprietà Intellettuale: contratti di licenza, di cessione, di stile, di trasferimento di know-how o di tecnologia;
- casi di successo e *best practice*;
- le certificazioni di qualità;
- alcuni criteri per la valutazione economica dei diritti di Proprietà Intellettuale;
- strategie di gestione di un portafoglio di diritti di Proprietà Intellettuale.

Ore 14.00

Conclusione lavori

Relatori: avv. *Elio De Tullio*, De Tullio & Partners, Roma;

avv. *Paul Bodenham*, De Tullio & Partners, Roma.



Camera di Commercio
Taranto



Programma del 26 maggio 2009 dalle ore 15.00 alle ore 19.00

Workshop settoriale - Agroalimentare
Le certificazioni di qualità nella legislazione nazionale e comunitaria:

Ore 14.30 ***Registrazione dei partecipanti***

Ore 15.00 ***Introduzione***

Contenuti

In un mondo sempre più globalizzato in cui le carni arrivano dall'Argentina, la frutta dall'Australia e i pomodori pelati dalla Cina, identificare il produttore - piuttosto che l'origine o il percorso di trasformazione di un prodotto agroalimentare - è fondamentale per una scelta consapevole da parte del consumatore.

Ma origine e provenienza di un prodotto, in particolare quando si tratta di prodotti agroalimentari, devono essere sinonimo di "eccellenza" per rappresentare una valida leva competitiva. Nel mercato globalizzato la competizione non si realizza, infatti, sul prezzo ma su qualità e tipicità dei prodotti e soltanto quelli dotati di gusto e qualità organolettiche particolari riescono ad avere successo.

I marchi commerciali, insieme con marchi collettivi e certificazioni di qualità (DOP, IGP) costituiscono gli strumenti che consentono ai consumatori di identificare i prodotti agroalimentari sul mercato e di preferirne alcuni rispetto ad altri e quindi rappresentano un importante elemento di rafforzamento della competitività delle imprese agroalimentari sui mercati internazionali.

La proprietà intellettuale in generale (marchi, brevetti, design, diritto d'autore), intesa come insieme delle conoscenze inventive e creative tutelabili sulla base di specifiche disposizioni di legge, può rappresentare un valido strumento - per le imprese del settore agroalimentare - per dare valore ai propri prodotti e creare valore all'interno della propria impresa.

Il workshop sarà finalizzato a comunicare alle imprese le conoscenze e gli strumenti necessari per riconoscere se e in che termini vi siano "conoscenze" - all'interno della propria impresa - tutelabili sotto il profilo della proprietà intellettuale e in che modo utilizzarle al fine di aggredire i mercati internazionali, utilizzandole come elemento preferenziale per accedere a finanziamenti pubblici e privati.



Saranno affrontati inizialmente alcuni temi tradizionali come l'importanza di una adeguata strategia di protezione dei marchi e delle certificazioni di qualità e di sfruttamento degli asset di proprietà intellettuale attraverso contratti di vario tipo (licenza, distribuzione, ecc...).

Infine saranno affrontati alcuni argomenti innovativi – ma di notevole portata pratica per le imprese del settore agroalimentare - quali il significato del *Made in Italy*, la contraffazione dei prodotti agroalimentari nei paesi esteri, la protezione del *packaging*, del *food design* e delle ricette

Ore 19.00

Conclusione lavori

Relatori: avv. *Elio De Tullio*, De Tullio & Partners, Roma;

avv. *Paul Bodenham*, De Tullio & Partners, Roma.