



**MITRATTA**

Miglioramento dell'azione di trasferimento  
tecnologico al tessuto produttivo lucano

**Miglioramento  
dell'azione di  
Trasferimento  
Tecnologico  
al Tessuto  
Produttivo Lucano**

**ANALISI DEL LIVELLO DI  
CONOSCENZA DELLA PROPRIETÀ  
INDUSTRIALE PRESSO LE PMI  
LUCANE**

Progetto ammesso a finanziamento dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy, con Decreto Direttoriale del 29.11.2019 nell'ambito del "Bando per il finanziamento di progetti di potenziamento e capacity building degli Uffici di Trasferimento Tecnologico (UTT) delle Università italiane, degli enti pubblici di ricerca (EPR) italiani e degli Istituti di ricovero e cura a carattere scientifico (IRCCS)"

*a cura di*

*Andrea Cantisani, Domenica Mirauda e Maria R. A. Piro*

# INDICE

<b>INTRODUZIONE</b>	<b>4</b>
<b>METODOLOGIA</b>	<b>5</b>
<b>ANALISI DEI DATI</b>	<b>7</b>
<b>CONCLUSIONI</b>	<b>46</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>48</b>
<b>Appendice – Questionario per le imprese</b>	<b>49</b>

# INTRODUZIONE

---

Il presente documento riporta i risultati dell'attività di ricerca svolta dall'Ufficio di Trasferimento Tecnologico dell'Università degli Studi della Basilicata nell'ambito del progetto "MITRATTA" (Miglioramento dell'azione di Trasferimento Tecnologico al Tessuto Produttivo Lucano), cofinanziato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy, per il tramite della Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale- Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (DGTPI-UIBM) e finalizzato ad aumentare l'intensità dei flussi di trasferimento tecnologico verso il sistema delle imprese. Il progetto presentato dall'Ateneo a valere sulla linea di intervento "Potenziamento degli UTT per una loro maggiore focalizzazione sulla protezione e trasferimento dei titoli di proprietà industriale relativi a specifici settori produttivi e per il sostegno alle attività di valorizzazione di titoli di proprietà industriale, aumentando le occasioni di contatto e promozione verso il mondo industriale, nonché le attività e iniziative volte a favorire il trasferimento tecnologico dei predetti titoli" dell'art. 1 del Bando MISE UTT 2020 ha previsto il reclutamento di una figura di Knowledge Transfer Manager (KTM) a supporto delle attività dell'Ufficio di Trasferimento Tecnologico, per il potenziamento delle azioni della Terza Missione nei vari ambiti scientifici e, in particolare, nei settori produttivi delle cinque aree di specializzazione della S3 regionale quali Aerospazio, Automotive, Bio-Economia, Energia, Industria Culturale e Creativa (<https://portale.unibas.it/site/home/ateneo/articolo8449.html>). Tale bando si inserisce nella strategia della quarta missione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), che riunisce le misure volte a riorganizzare la governance dell'innovazione e del Trasferimento Tecnologico e ad incentivare gli investimenti in ricerca, sviluppo e innovazione in Italia.

Il tema del trasferimento tecnologico è molto complesso e presenta una serie di criticità. I rapporti tra il mondo della ricerca e quello imprenditoriale, infatti, non sempre seguono un iter istituzionale basandosi il più delle volte su rapporti personali non diffusi, e che spesso coinvolgono singoli gruppi o singoli ricercatori e imprese. Inoltre, le ricerche contengono dei concetti astratti non semplici da trasferire ed interpretare. L'innovazione tecnologica, per di più, può essere dirompente e stravolgere le logiche di produzione o di business tradizionalmente riconosciute ed applicate specialmente dalle PMI. Questo comporta una ridefinizione dei settori e dei processi per designare efficacemente un sistema che bilanci interessi ed obiettivi spesso divergenti, con la conseguente applicazione di modelli adeguati di trasferimento tecnologico. A tutto questo si aggiunge un tessuto produttivo regionale, frammentato in piccole e piccolissime imprese, con larga prevalenza dei settori tradizionali, a basso tasso innovativo e a basso valore aggiunto, che, pur mostrando potenzialità notevoli di crescita, dimostra ancora una scarsa propensione all'innovazione ed alla cooperazione.

Il progetto "MITRATTA" ha avuto come obiettivo quello di colmare da una parte alcuni di questi gap implementando e sviluppando nuove metodologie e nuovi modelli di intervento e azioni e dall'altra parte valorizzare le singole iniziative di trasferimento di know-how e di knowledge e le innovazioni sui prodotti e sui processi già condotte negli ultimi anni sia dal mondo accademico che da quello imprenditoriale.

L'idea di fondo è stata quella di costruire un programma di iniziative e azioni di breve, medio e lungo periodo in grado di continuare un percorso strutturato di confronto tra il mondo imprenditoriale e quello della ricerca in modo da accrescere e rafforzare l'inserimento delle aziende lucane da un lato e indirizzare dall'altro le future ricerche dell'ateneo lucano verso nuovi obiettivi.

Proprio nell'ottica di rafforzare la valorizzazione dei risultati della ricerca e favorire il superamento di alcune criticità che emergono nelle relazioni tra enti di ricerca ed il sistema imprenditoriale lucano, una delle attività portata avanti dal KTM e dall'Ufficio di Trasferimento Tecnologico è stata quella di una ricognizione dei loro portafogli di tecnologie e titoli di proprietà industriale attraverso interviste condotte con incontri e visite presso le piccole e medie imprese lucane finalizzati a sensibilizzare le imprese sulle tematiche delle innovazioni tecnologiche e delle PI e ad incrementare la cultura e la consapevolezza su questi temi ed in questo modo supportare la loro valorizzazione all'interno delle PMI.

In particolare, la finalità è stata quella di consentire a ciascuna impresa, contattata nell'ambito del progetto, di acquisire una visione complessiva della propria performance in ambito di innovazione tecnologica e PI; di prendere coscienza dei gap principali (in considerazione delle specificità del business) e dei rischi legali e competitivi che ne conseguono; nonché di ricevere suggerimenti su un "piano d'azione" – che individuasse le risorse interne ed esterne da mobilitare, i processi da implementare e gli strumenti di supporto esistenti – che fosse finalizzato al miglioramento del livello di conoscenza, protezione, gestione e valorizzazione dell'innovazione tecnologica e della PI presenti all'interno dell'impresa. In sostanza, l'ambizione è stata quella di presentare ai destinatari i vantaggi e le opportunità di business inerenti alla gestione della innovazione tecnologica e della PI, quali le partnership con gruppi di ricercatori, acquisizioni e trasferimenti di tecnologia mediante contratti e/o collaborazioni con l'università.

5

La ricerca, coordinata dalla Prof.ssa Domenica Mirauda, è stata svolta dal KTM ing. Andrea Cantisani, con la collaborazione della dott.ssa Maria Rosa Anna Piro, responsabile dell'Ufficio di Trasferimento Tecnologico.

Tutte le tabelle, i grafici e le figure inserite nella presente ricerca sono elaborazioni personali degli autori.

## METODOLOGIA

L'intervista ai rappresentanti delle PMI coinvolte è considerata un elemento basilare in quanto permette e abilita il trasferimento di informazioni utili relative alla PI. Ciò rappresenta un valore aggiunto per i rappresentanti stessi, soprattutto quelli inclini ad accrescere gradualmente la propria comprensione delle questioni legate alla gestione della PI e ad acquisire una maggiore consapevolezza delle lacune aziendali in termini di conoscenza, protezione, gestione e valorizzazione di tali risorse.

La raccolta delle informazioni necessarie all'esecuzione del processo, acquisite durante l'intervista, si basa sulla predisposizione di un apposito questionario (composto da 37 domande) che, tenute in considerazione le finalità dell'iniziativa promossa dall'UIBM, coprono gli ambiti d'indagine rilevanti.

Il questionario somministrato alle imprese è diviso in 6 sezioni. Le prime due, "Contesto competitivo" e "Innovazione", hanno carattere preliminare e sono funzionali ad introdurre il tema della Proprietà Industriale. È importante, infatti, dapprima valutare i tratti essenziali del contesto competitivo e le strategie innovative con le quali l'impresa si confronta in concreto.

Nelle 4 sezioni successive viene analizzata e valutata la condizione dell'impresa in termini di PI con riferimento a 4 macroaree:

1. Consapevolezza: fa riferimento alla familiarità dell'azienda con la PI ed alla consapevolezza del valore competitivo e strategico della PI;
2. Tutela: riguarda le forme di tutela della PI utilizzate dall'impresa, nonché l'adeguatezza di tali strumenti alle specificità delle attività condotte dall'impresa e dell'ambiente competitivo nel quale opera;
3. Gestione: valuta le risorse impiegate dall'azienda nella verifica dei casi di violazione della PI e nel monitoraggio del mercato rispetto a possibili violazioni;
4. Valorizzazione: analizza la gestione complessiva del portafoglio della PI da parte dell'impresa, focalizzando la valutazione sulla strategia di valorizzazione dei propri diritti di PI e sulla propensione allo sfruttamento delle opportunità commerciali legate alla PI.

6

Ciascuna delle quattro suddette macroaree è ulteriormente suddivisa in due ambiti tematici specifici, funzionali ad una più dettagliata valutazione delle pratiche della PI e ad una migliore individuazione dei gap esistenti nelle pratiche impiegate dall'azienda.

<b>1. CONSAPEVOLEZZA</b>	
Conoscenza generale	Informazioni
<b>2. TUTELA</b>	
PI registrata	PI non registrata
<b>3. GESTIONE</b>	
Gestione interna	Gestione esterna
<b>4. VALORIZZAZIONE</b>	
Integrazione strategica	Sfruttamento commerciale

**Tabella 1: Modello di analisi**

La griglia sopra descritta costituisce il nucleo del modello sottostante il processo di analisi. Essa, oltre a definire l'architettura del questionario sottoposto alle aziende, rappresenta il framework che consente di valutare il livello delle pratiche di PI osservate e di classificare le iniziative e gli strumenti di supporto cui l'impresa può fare ricorso per migliorare la propria performance in tale ambito.

Ciò permette di creare una connessione diretta tra la valutazione del livello attuale di gestione del portafoglio della PI e l'individuazione di iniziative e strumenti in grado di guidare l'impresa in un percorso

di potenziamento delle pratiche aziendali finalizzato a colmare i gap identificabili in ciascuno degli ambiti analizzati.

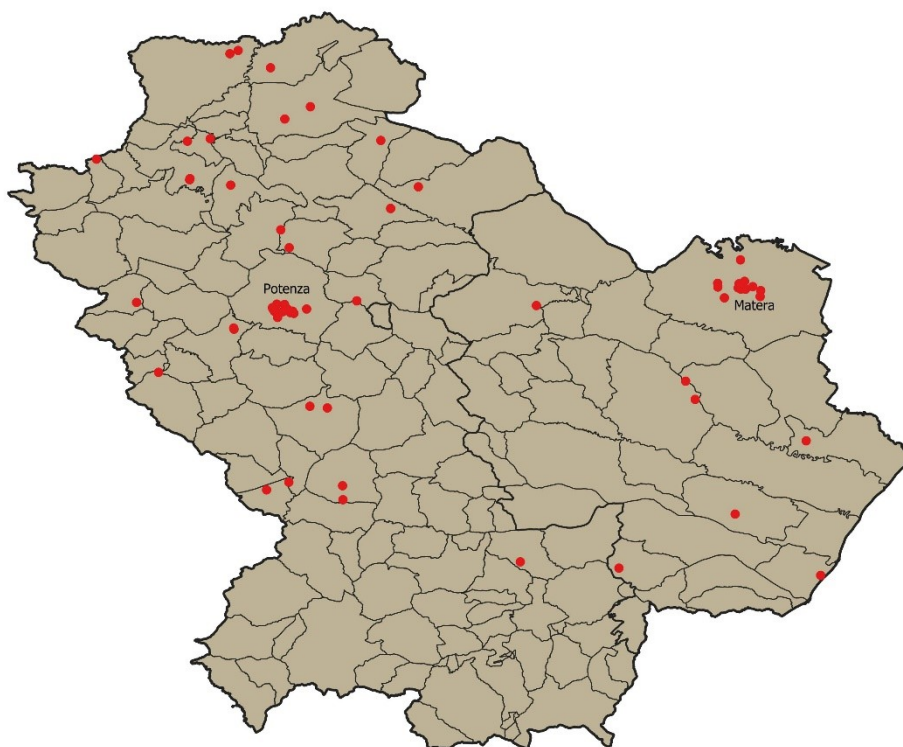
Il modello adottato è progressivo e ciò rende l'esecuzione dell'analisi egualmente valida sia nel caso di imprese con performance elevata sia nel caso queste evidenzino un approccio ancora basilico all'impiego degli strumenti a supporto della PI, offrendo l'opportunità di indirizzare, passo dopo passo, il management delle imprese esaminate verso un livello più intenso di gestione e valorizzazione della PI.

## ANALISI DEI DATI

L'analisi dei dati fa riferimento ad un arco temporale compreso tra inizio novembre 2020 e fine giugno 2023. In tale periodo sono state intervistate 73 imprese, appartenenti in gran parte ai cinque diversi cluster tecnologici della Regione Basilicata. Per analizzare meglio la condizione delle PMI lucane, anche in relazione al contesto nazionale, i risultati ottenuti sono stati confrontati con quanto riportato nel primo report sui risultati dell'analisi del livello di conoscenza della proprietà industriale presso le PMI, realizzato dalla DGTPI-UIBM del MISE in collaborazione con la LUISS, Libera Università Internazionale degli Studi Sociali "Guido Carli".

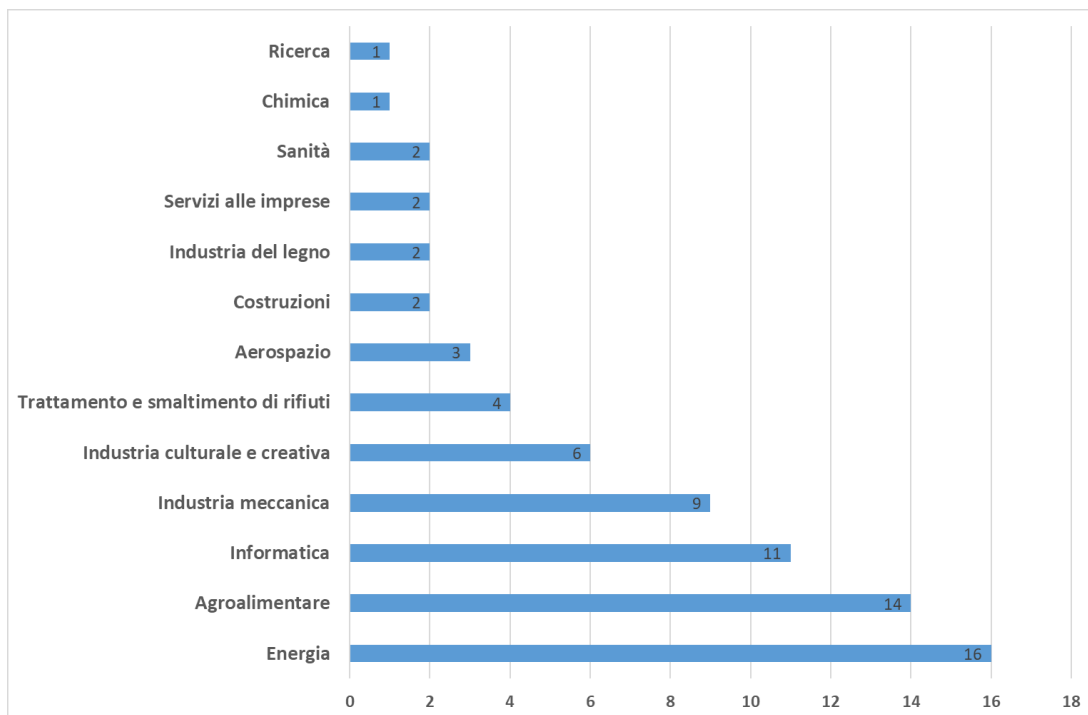
In Figura 1 è indicata la localizzazione delle aziende contattate all'interno del territorio della Basilicata. Come si evince, esse sono distribuite in maniera abbastanza uniforme su gran parte del territorio regionale, con una evidente concentrazione nei due capoluoghi di provincia.

7



**Figura 1: Localizzazione delle aziende**

Inoltre, come mostra la Figura 2, il settore di appartenenza che raggiunge la percentuale più rilevante tra le imprese intervistate è quello dell'energia con circa il 22%.



**Figura 2: Aziende divise per settore di appartenenza**

Nei paragrafi seguenti vengono mostrati e commentati i dati primari raccolti nel corso delle interviste. La struttura di tali paragrafi ripercorre il questionario che viene somministrato alle imprese, inoltre, ciascuno di essi riporta la tabella con l'elenco dei quesiti che compongono quella specifica sezione.

### *Contesto competitivo*

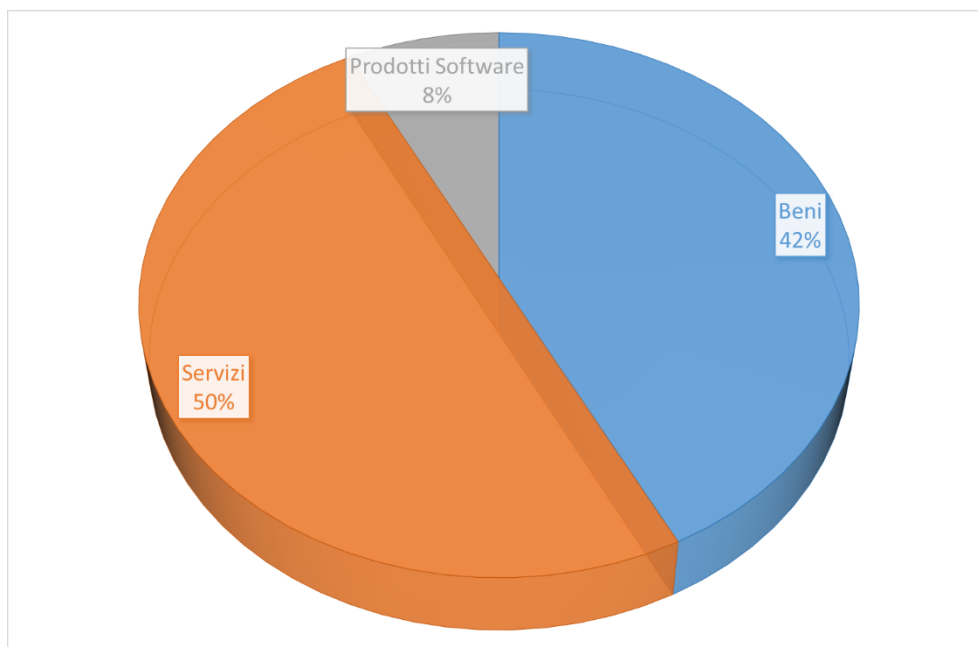
Questa prima sezione del questionario ha consentito di valutare la composizione e la qualità del contesto competitivo nel quale operano le imprese intervistate.

N.	Quesito
1	In che cosa consiste l'offerta core dell'azienda?
2	Facendo riferimento alla linea di prodotto/servizio più importante, quanti concorrenti diretti ha l'impresa in Italia?
3	A quale aspetto è legato il vantaggio competitivo dell'impresa?

**Tabella 2: Quesiti sulla tipologia di offerta e vantaggio competitivo**

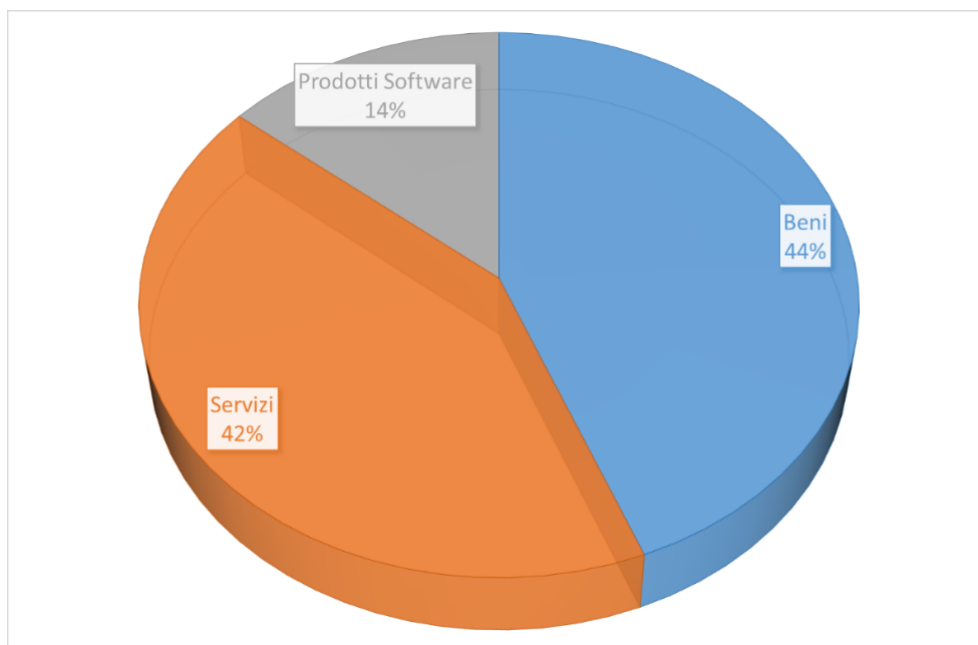
Il contesto competitivo, influenza in maniera diretta il comportamento dell'impresa. Una competizione vivace è in grado di alimentare il comportamento virtuoso delle imprese. Tuttavia, quando le infrastrutture economico-istituzionali sono carenti, l'impresa può avere difficoltà nell'interazione efficace con il proprio ambiente esterno. Non di meno, un imprenditore potrebbe non avere skills adeguate a interagire proficuamente con infrastrutture valide ed efficienti.

Come si evince dalle Figure 3a e 4a, l'offerta core della metà delle imprese lucane intervistate consiste in servizi, mentre solo per una piccola percentuale consiste in prodotti software. Le imprese che, invece, hanno costituito il campione di analisi del report UIBM sono omogeneamente distribuite nell'ambito del mercato dei prodotti e dei servizi, con una percentuale minore attiva nell'ambito della produzione software (Figure 3b e 4b).

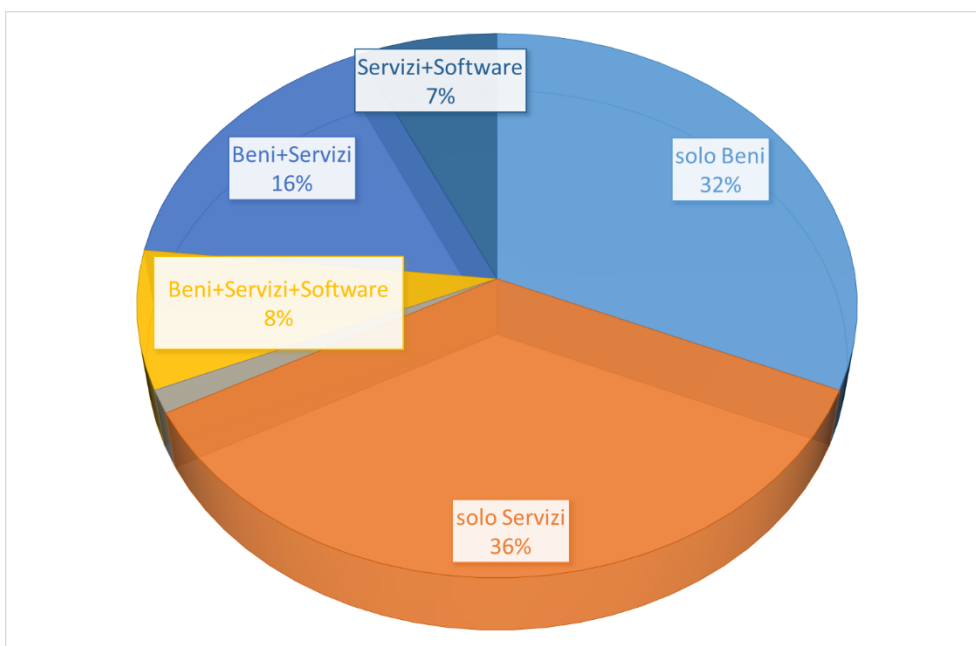


9

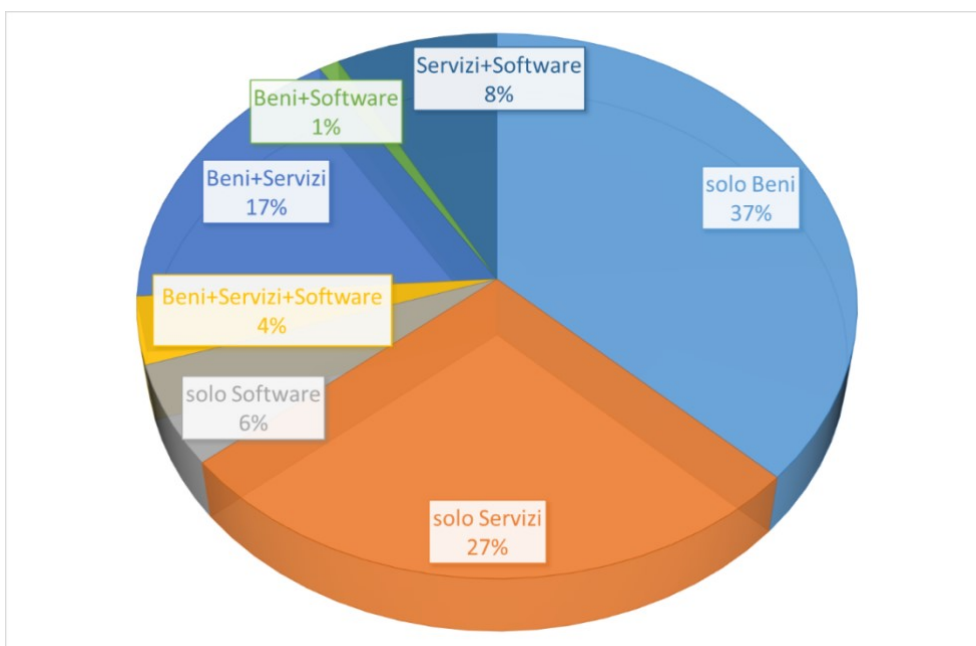
**Figura 3a: Offerta dell'azienda (senza distinzione delle risposte multiple) - Basilicata**



**Figura 3b: Offerta dell'azienda (senza distinzione delle risposte multiple) - Italia**

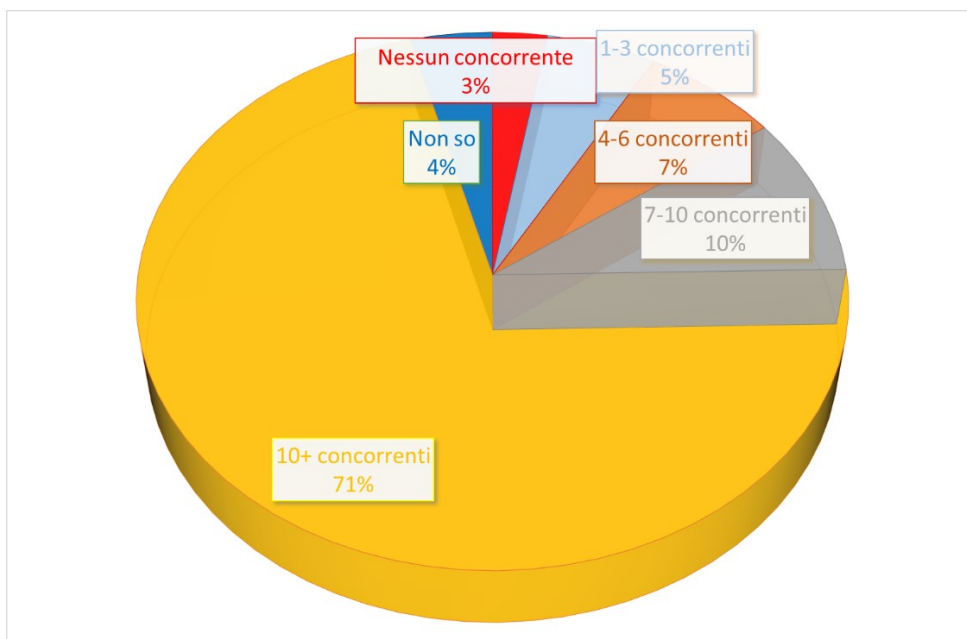


**Figura 4a: Offerta dell'azienda (con distinzione delle risposte multiple) - Basilicata**

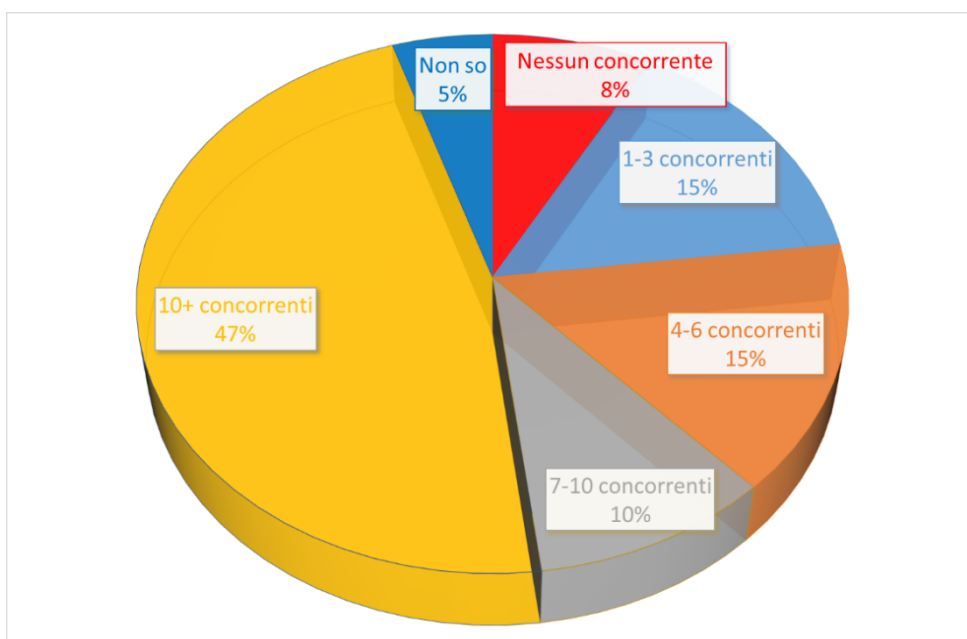


**Figura 4b: Offerta dell'azienda (con distinzione delle risposte multiple) - Italia**

Inoltre, come evidenziato dai dati rappresentati nella Figura 5a, il campione è composto da imprese che operano in settori caratterizzati da elevata concorrenza: il 71% degli intervistati in Basilicata dichiara che l'azienda ha più di 10 concorrenti diretti, il 17% sostiene che l'impresa ha un numero di concorrenti compreso tra 4 e 10; la parte restante dichiara di avere un numero di concorrenti pari o inferiore a 3 oppure di non conoscere la risposta al quesito posto. In Italia, le aziende che dichiarano di avere più di 10 concorrenti diretti sono circa il 50%, mentre quelle che hanno un numero di concorrenti compreso tra 4 e 10 sono il 25% (Figura 5b).

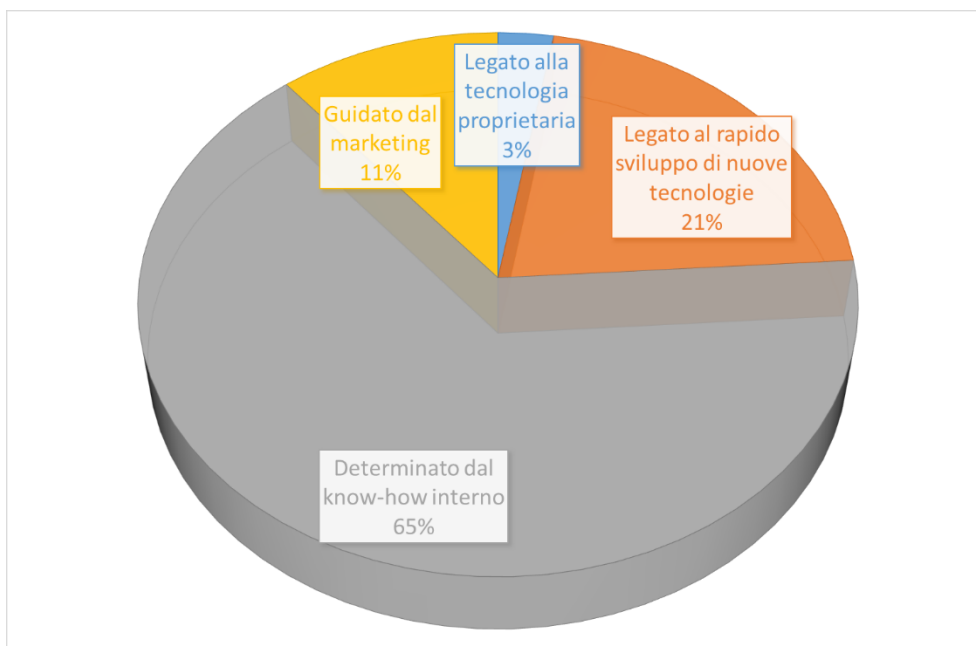


**Figura 5a: Concorrenti diretti - Basilicata**



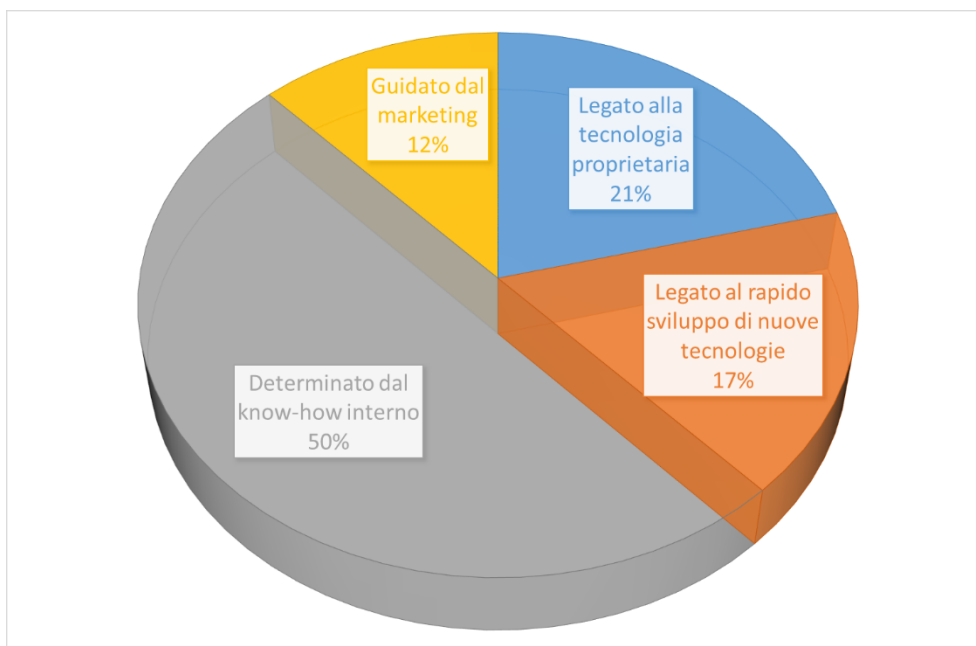
**Figura 5b: Concorrenti diretti - Italia**

Le aziende lucane (Figura 6a), e più in generale quelle italiane (Figura 6b), individuano nel possesso di know-how interno il principale vantaggio competitivo. Il possesso di asset tecnologici di proprietà esclusiva raggiunge in Basilicata una percentuale molto bassa (3%), a differenza di quanto accade nel contesto nazionale nel quale si attesta al 21%.



12

**Figura 6a: Fonte del vantaggio competitivo - Basilicata**



**Figura 6b: Fonte del vantaggio competitivo - Italia**

### *Tasso di Innovazione*

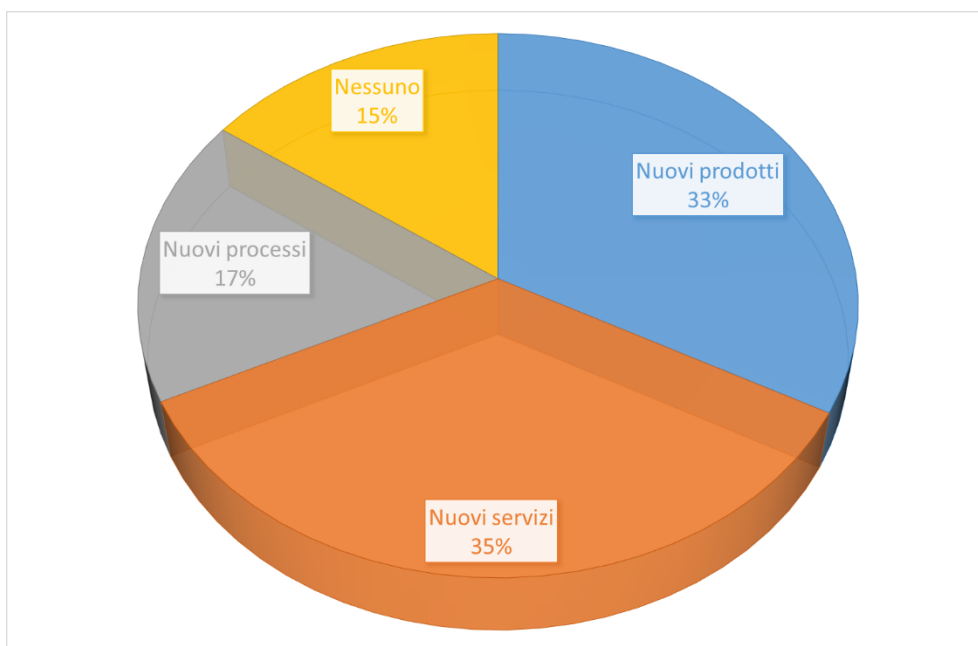
La seconda parte del questionario è volta a misurare l'attitudine innovativa delle imprese incontrate. Un primo aspetto analizzato è quello del tasso di innovazione, cioè la capacità dell'azienda di dotarsi e gestire risorse orientate a generare prodotti, servizi e processi innovativi. La valutazione dell'attitudine e dell'attenzione delle imprese al processo d'innovazione è fondamentale per le finalità di tale elaborato visto che è proprio la spinta innovativa a far emergere la necessità di ricorrere alla tutela offerta dalla Proprietà Industriale. Questa correlazione è intuitiva nel caso dei brevetti e dei disegni di utilità, mentre è rilevante per i marchi: basti pensare che il lancio di un nuovo prodotto innovativo spesso è associato alla registrazione di un nuovo marchio che lo renda facilmente riconoscibile per i consumatori. Nella Tabella 3 viene riportato l'elenco dei quesiti proposti alle imprese intervistate al fine di valutarne il livello relativamente a tale parametro.

<b>N.</b>	<b>Quesito</b>
4a	Negli ultimi 3 anni l'azienda ha introdotto innovazione?
4b	Si tratta di innovazioni per l'intero settore o solo per l'azienda?
5	L'azienda conduce attività di Ricerca & Sviluppo?
6	L'azienda ha risorse interne dedicate alla Ricerca & Sviluppo?

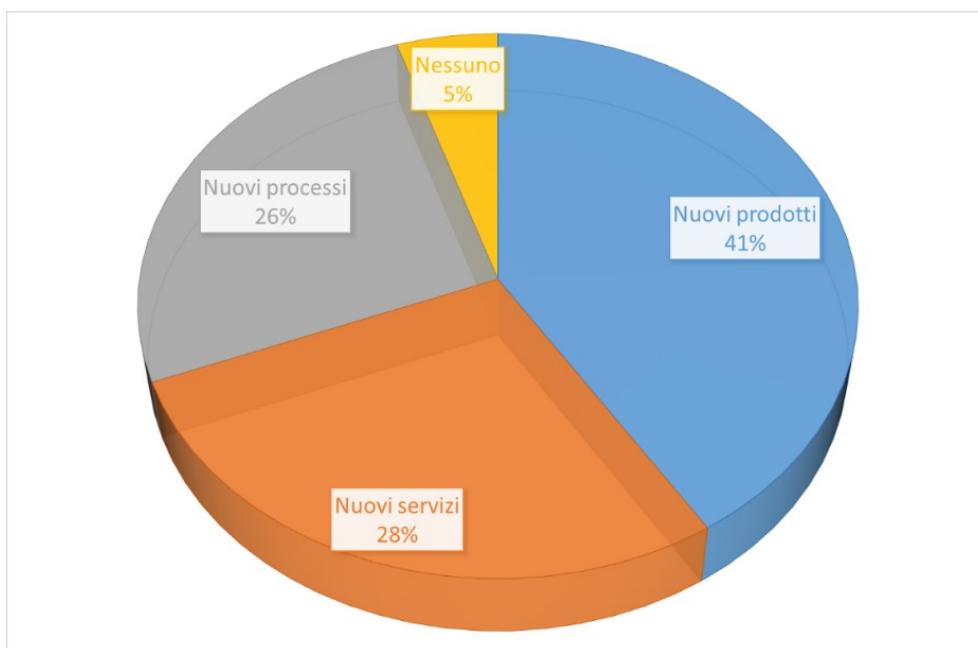
**Tabella 3: Quesiti sul tasso di innovazione**

Come si evince dalla Figura 7a, negli ultimi 3 anni il processo innovativo delle aziende lucane intervistate appare principalmente focalizzato sui nuovi servizi (35%), a differenza delle aziende dell'intero territorio nazionale (Figura 7b) che hanno introdotto principalmente nuovi prodotti (41%).

La distribuzione tra le innovazioni di servizio (35%) e quelle di processo (17%) risulta essere meno omogenea di quella nazionale. Da sottolineare è la percentuale di aziende lucane intervistate che non hanno introdotto alcuna innovazione, pari al 15%, mentre per le imprese italiane è solo al 5%.

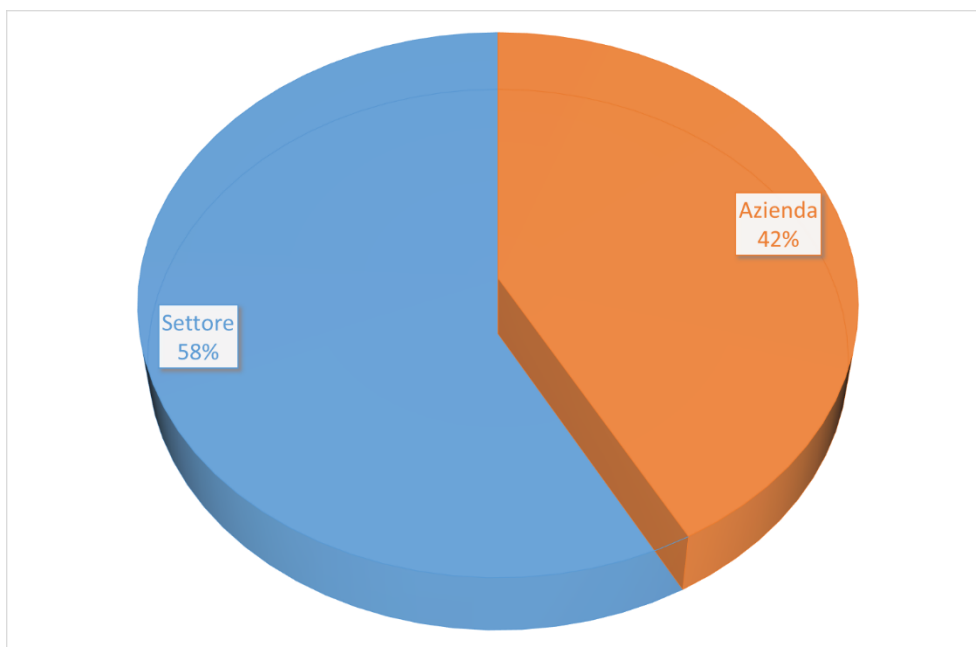


**Figura 7a: Attitudine all'innovazione – Innovazione negli ultimi 3 anni - Basilicata**

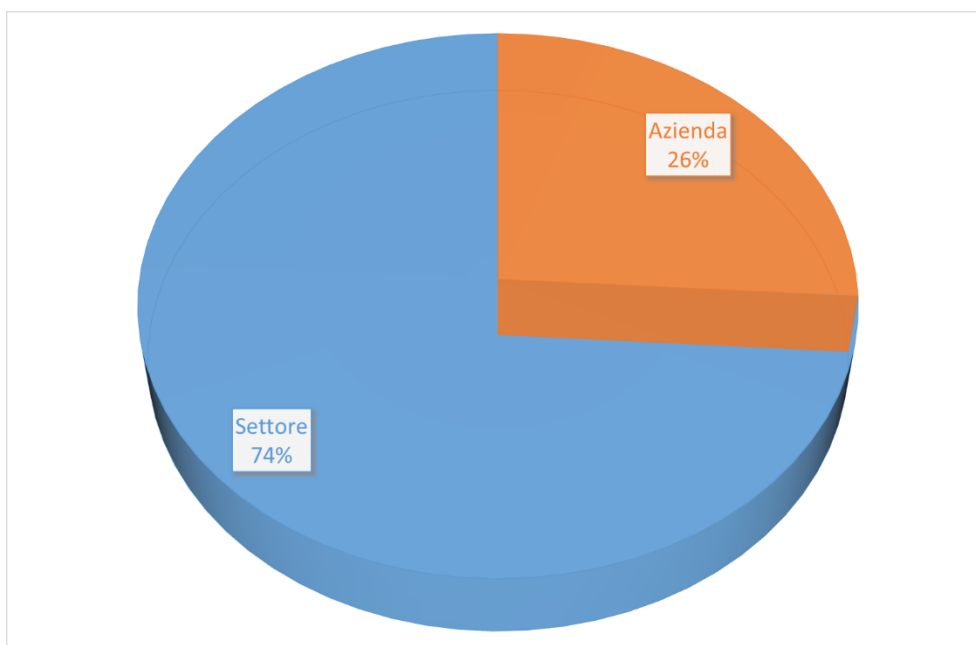


**Figura 7b: Attitudine all'innovazione – Innovazione negli ultimi 3 anni - Italia**

Inoltre, dalla Figura 8a si evidenzia che in Basilicata lo sforzo innovativo determina spesso un progresso per l'intero settore, poiché l'innovazione prodotta nel 58% dei casi rappresenta una novità assoluta per il mercato in cui l'azienda opera e nel 42% dei casi si tratta di un progetto innovativo con ricadute solo interne. In Italia (Figura 8b), la percentuale di casi in cui l'innovazione ha riguardato l'intero settore risulta ancora più alta (74%).

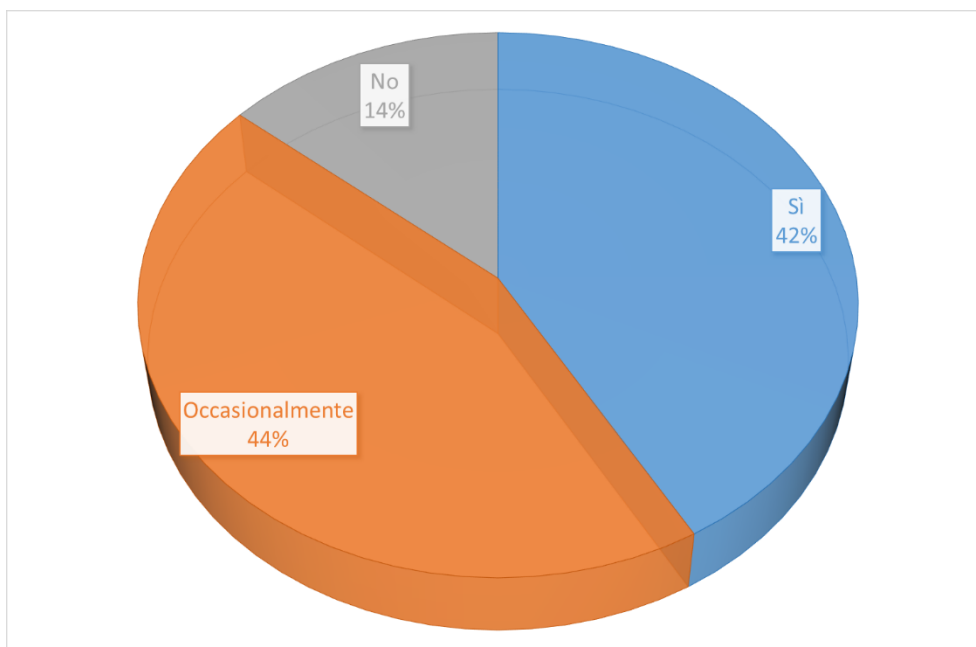


**Figura 8a: Attitudine all'innovazione – Innovazione per il settore o per l'azienda - Basilicata**

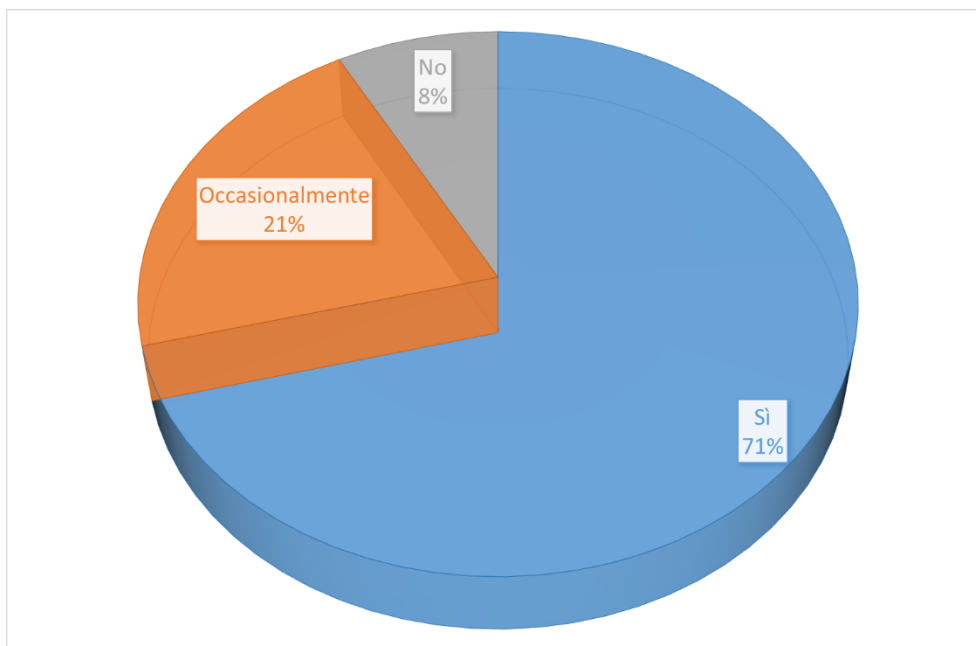


**Figura 8b: Attitudine all'innovazione – Innovazione per il settore o per l'azienda - Italia**

Osservando i dati riportati nella Figura 9a, emerge che il numero di imprese lucane che conducono sistematicamente attività di ricerca e sviluppo coincide con quello delle imprese che lo fanno solo occasionalmente. Il dato relativo all'intero territorio nazionale (Figura 9b) è, invece, indicativo di un tasso di innovazione dichiarato marcatamente positivo (71%). Ciò è legato a una maggiore consapevolezza dell'importanza della Ricerca e dell'Innovazione come volano di crescita del proprio business.

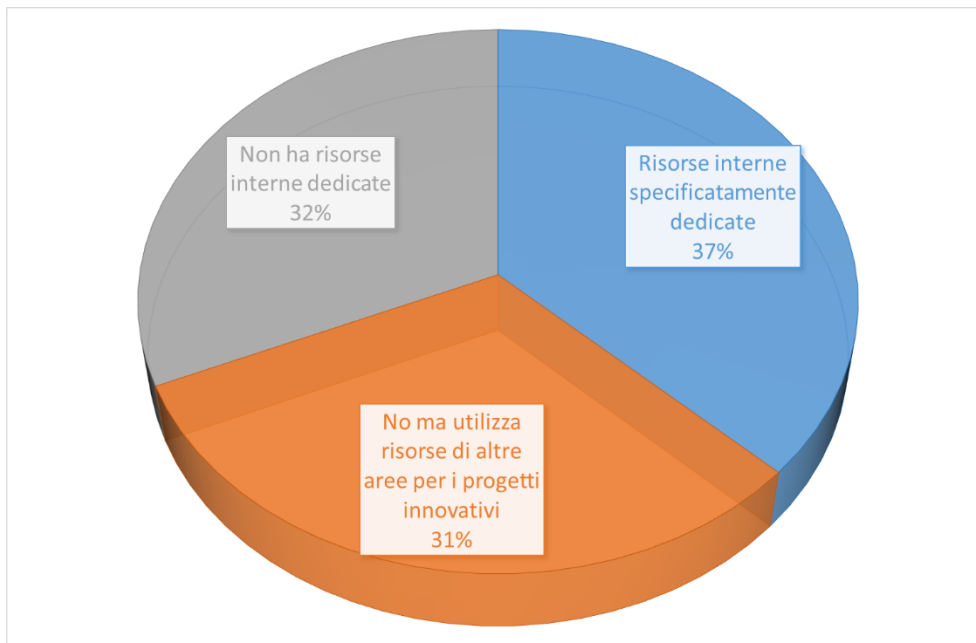


**Figura 9a: Attività di Ricerca e Sviluppo - Basilicata**

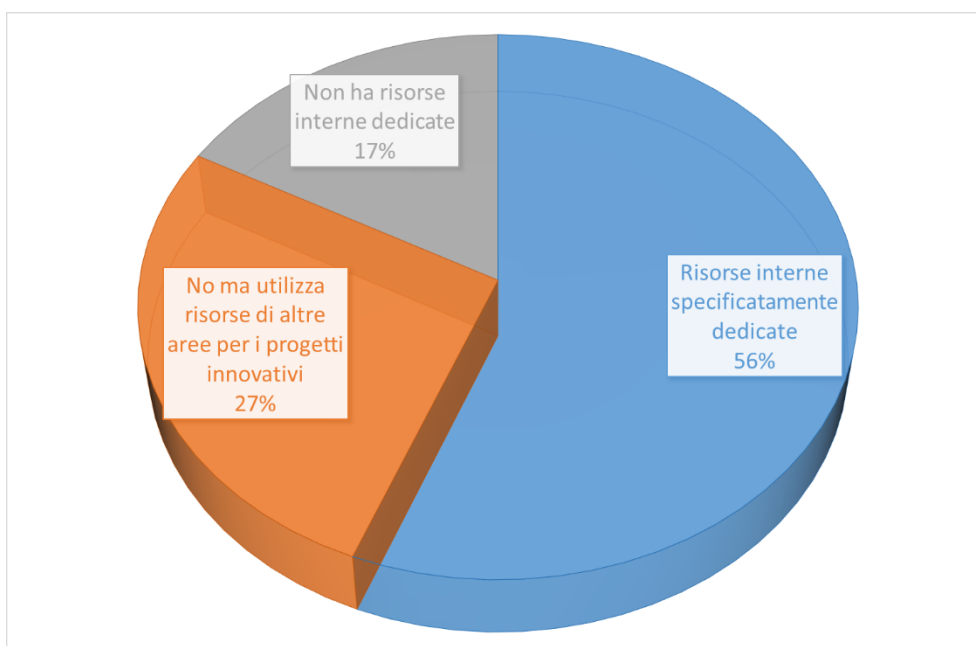


**Figura 9b: Attività di Ricerca e Sviluppo - Italia**

Come si evince dalle Figure 10a e 10b solo il 37% delle aziende lucane intervistate e il 56% di quelle italiane ha dichiarato di avere risorse interne dedicate alla Ricerca e Sviluppo ed ai progetti innovativi.



**Figura 10a: Risorse interne dedicate all'attività di Ricerca e Sviluppo - Basilicata**



**Figura 10b: Risorse interne dedicate all'attività di Ricerca e Sviluppo - Italia**

### *Livello di apertura del modello innovativo*

Il secondo aspetto esaminato nella sezione dedicata all'analisi dell'attitudine innovativa delle imprese è quello dell'apertura del modello innovativo, i cui risultati vengono presentati qui di seguito.

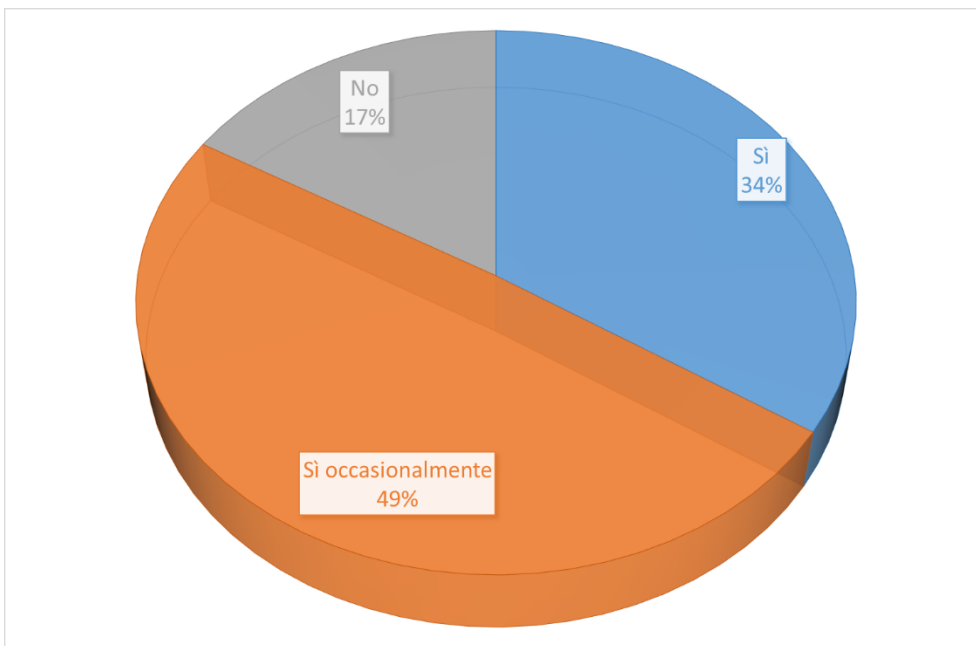
Il livello di apertura del modello innovativo adottato dalle imprese ha ricadute fondamentali sulla performance innovativa e può assicurare benefici da spill-over anche all'intero ecosistema di cui esse fanno parte. Tuttavia, l'apertura pone complessità significative nella gestione della Proprietà Industriale generata all'interno dei sistemi innovativi aperti e pone le imprese di fronte alla gestione del dilemma apparentemente inconciliabile del se e come coniugare apertura e protezione.

Nella tabella di seguito, viene riportato l'elenco dei quesiti proposti alle imprese intervistate al fine di valutarne il livello relativamente a tale parametro.

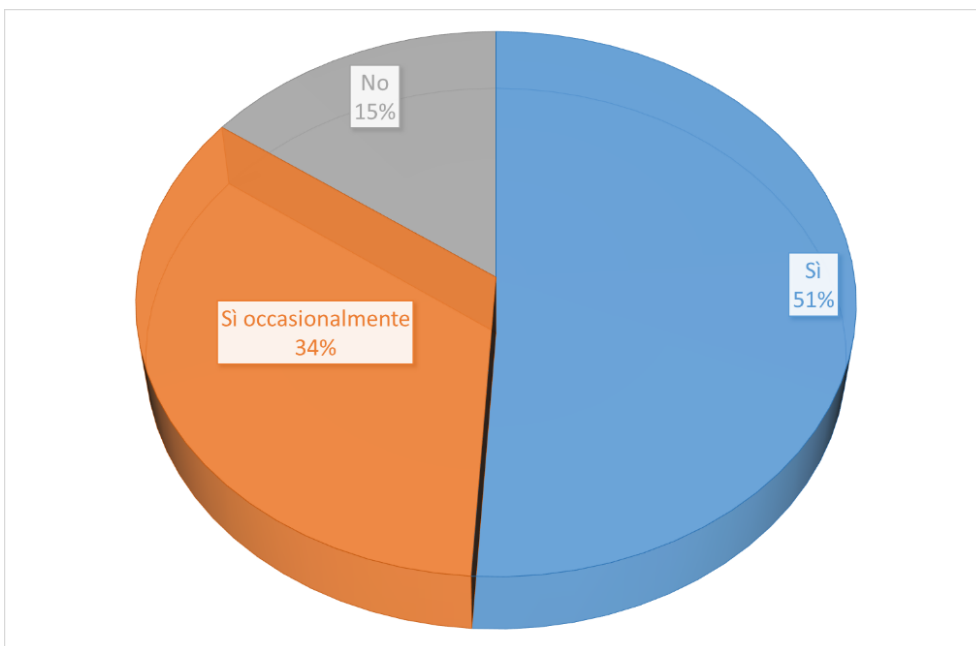
<b>N.</b>	<b>Quesito</b>
7	Negli ultimi 3 anni, l'impresa ha collaborato con altre entità per sviluppare innovazione?
8	Con quale tipologia di organizzazioni ha collaborato l'impresa per sviluppare innovazione?

**Tabella 4: Quesiti sull'Open Innovation**

La Figura 11a mette in evidenza il fatto che le imprese lucane intervistate attribuiscono grande importanza alle collaborazioni con altre entità per sviluppare innovazione. Infatti, l'83% degli intervistati dichiara che negli ultimi 3 anni l'azienda ha collaborato con altre entità per sviluppare innovazione: di questi nel 34% dei casi la collaborazione è stata costante all'interno dell'arco di tempo analizzato, mentre nel 49% dei casi la collaborazione è stata almeno occasionale. A livello nazionale (Figura 11b) aumenta la percentuale di imprese che collaborano sistematicamente (51%).

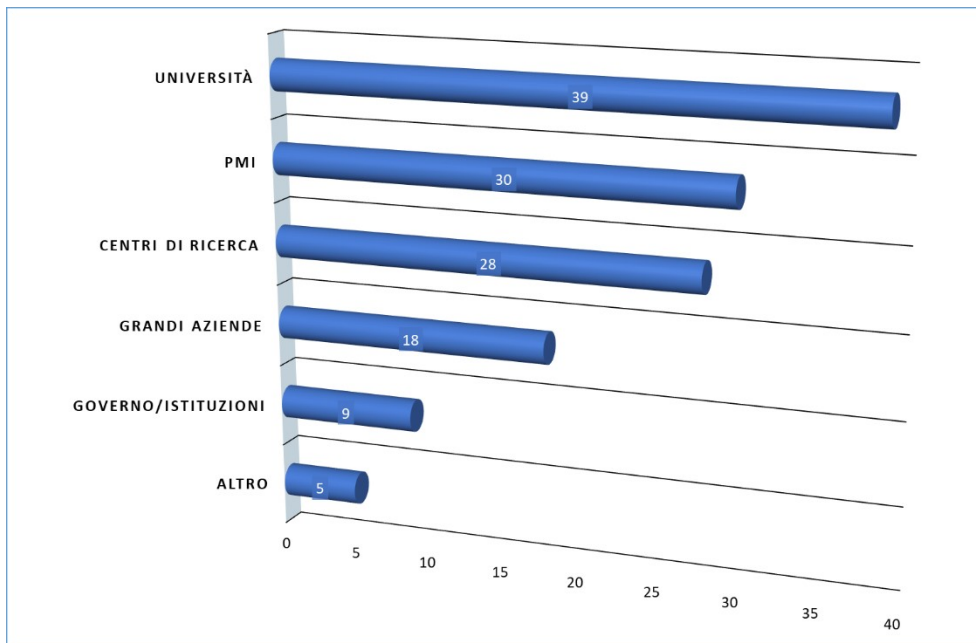


**Figura 11a: Collaborazioni negli ultimi 3 anni per Ricerca e Sviluppo - Basilicata**

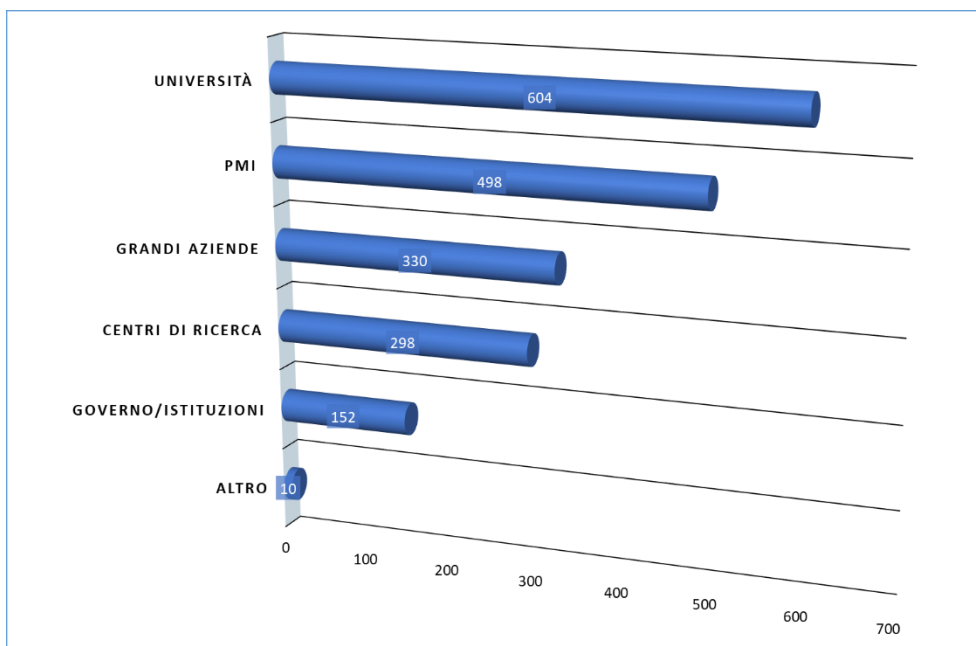


**Figura 11b: Collaborazioni negli ultimi 3 anni per Ricerca e Sviluppo - Italia**

In particolare, le imprese intervistate collaborano principalmente con le altre aziende, con le università e i centri di ricerca. Ciò si verifica sia nel contesto locale (Figura 12a) che in quello nazionale (Figura 12b).



**Figura 12a: Tipologie di collaborazione - Basilicata**



**Figura 12b: Tipologie di collaborazione - Italia**

### *Elementi chiave dell'analisi della PI da parte delle imprese*

Dopo aver discusso le prime due sezioni del questionario (contesto competitivo ed innovazione), che hanno carattere preliminare, si passa all'analisi dei dati primari propriamente connessi alla conoscenza della Proprietà Industriale, cuore dell'iniziativa in esame.

Il framework impiegato consente di investigare la performance dell'impresa nelle seguenti quattro macroaree: consapevolezza, tutela, gestione e valorizzazione.

Tali aspetti hanno natura progressiva e complementare. Un esempio – relativo ad un'impresa innovativa che prevede di rilasciare un prodotto sul mercato – può aiutare a comprendere questo aspetto: innanzitutto, l'azienda deve conoscere tutti gli aspetti rilevanti della disciplina (CONSAPEVOLEZZA) al fine di individuare gli strumenti di protezione più idonei (TUTELA). A questo punto è cruciale gestire (GESTIONE) tutti i titoli registrati ed il portafoglio PI attraverso procedure amministrative di monitoraggio ed enforcement adeguate. In ultimo, l'impresa giunge alla fase di sfruttamento commerciale delle proprie risorse di PI (VALORIZZAZIONE) che può avvenire in maniera diretta o indiretta (cioè, ad esempio, cedendo in licenza marchi o brevetti).

### *Consapevolezza della PI*

Nella terza parte del questionario viene valutata la consapevolezza, nonché la comprensione del valore competitivo e strategico della Proprietà Industriale.

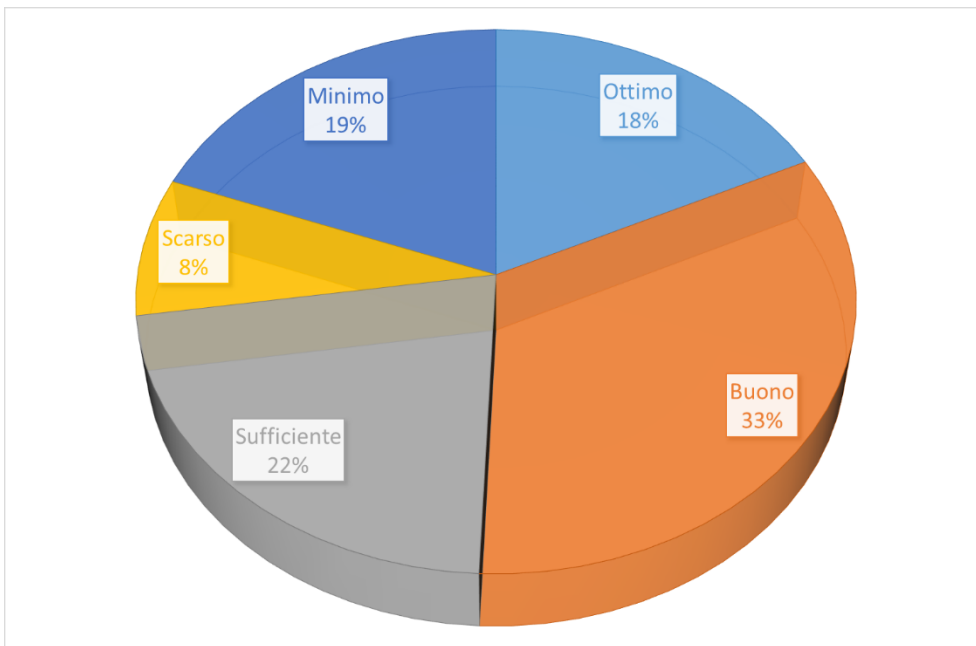
21

Nella tabella 5, viene riportato l'elenco dei quesiti proposti alle imprese intervistate al fine di valutarne il livello relativamente a tale parametro.

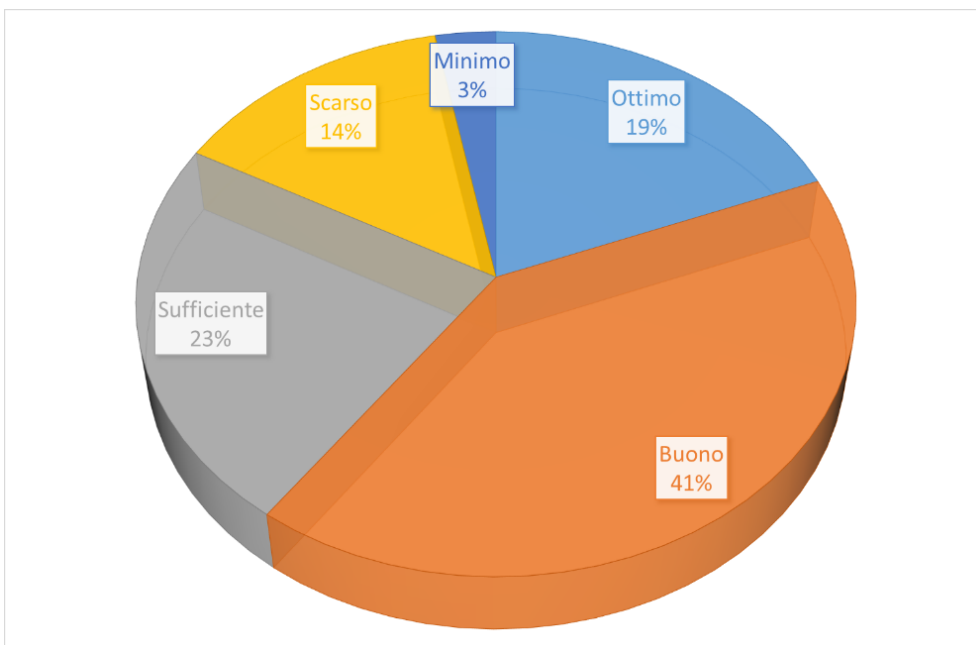
<b>N.</b>	<b>Quesito</b>
9	Qual è il livello di familiarità dell'azienda con la Proprietà Industriale?
10	All'interno dell'organizzazione esiste una figura/ufficio dedicata/o alla Proprietà Industriale?
11	L'azienda ha mai cercato informazioni relative alla Proprietà Industriale?
12	Quali sono state le fonti principali di informazione per l'azienda?

**Tabella 5: Quesiti sulla consapevolezza della PI**

Le Figure 13a e 13b riportano il livello di familiarità che le imprese intervistate dichiarano di avere con la Proprietà Industriale. Le aziende lucane intervistate giudicano il proprio livello di familiarità almeno sufficiente nel 73% dei casi, dato leggermente inferiore a quello nazionale (83%).

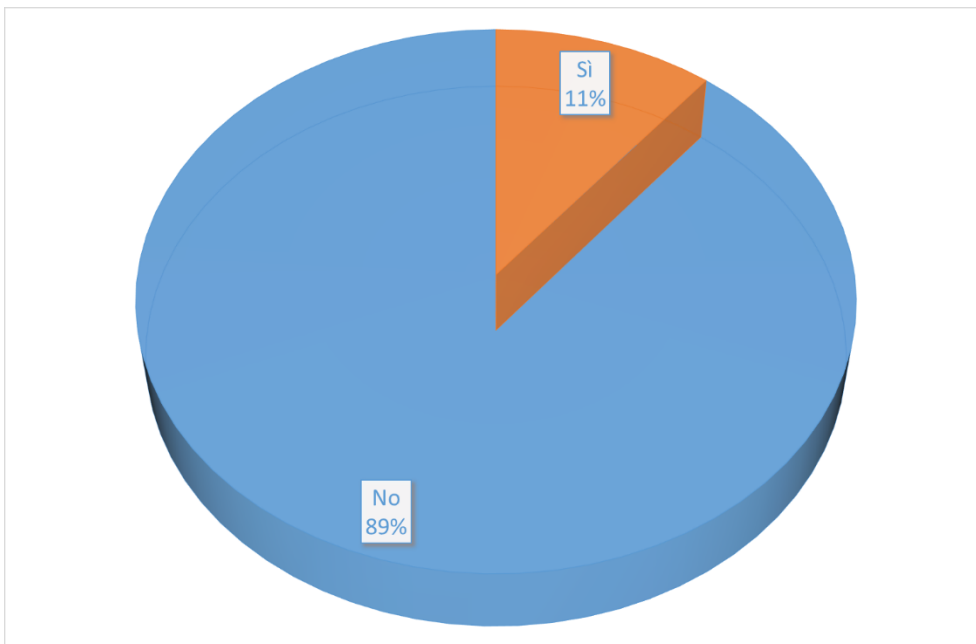


**Figura 13a: Familiarità con la PI - Basilicata**

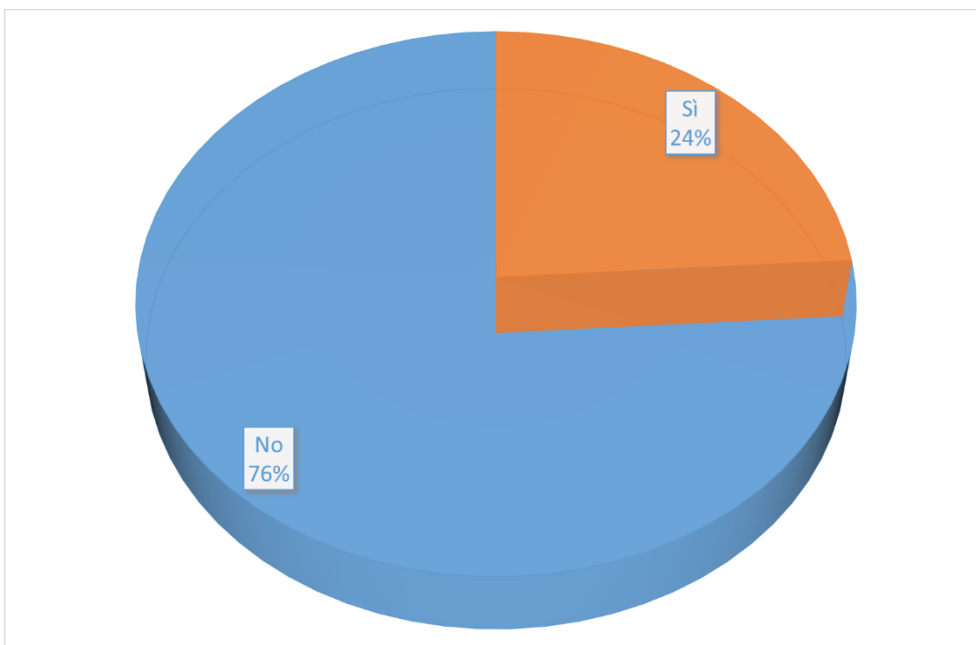


**Figura 13b: Familiarità con la PI - Italia**

Come riportato nella Figura 14a, nell'89% dei casi le aziende lucane non hanno personale specificamente dedicato alla gestione della Proprietà Industriale. Per quanto riguarda le altre aziende del territorio italiano, tale percentuale scende al 76% (Figura 14b).

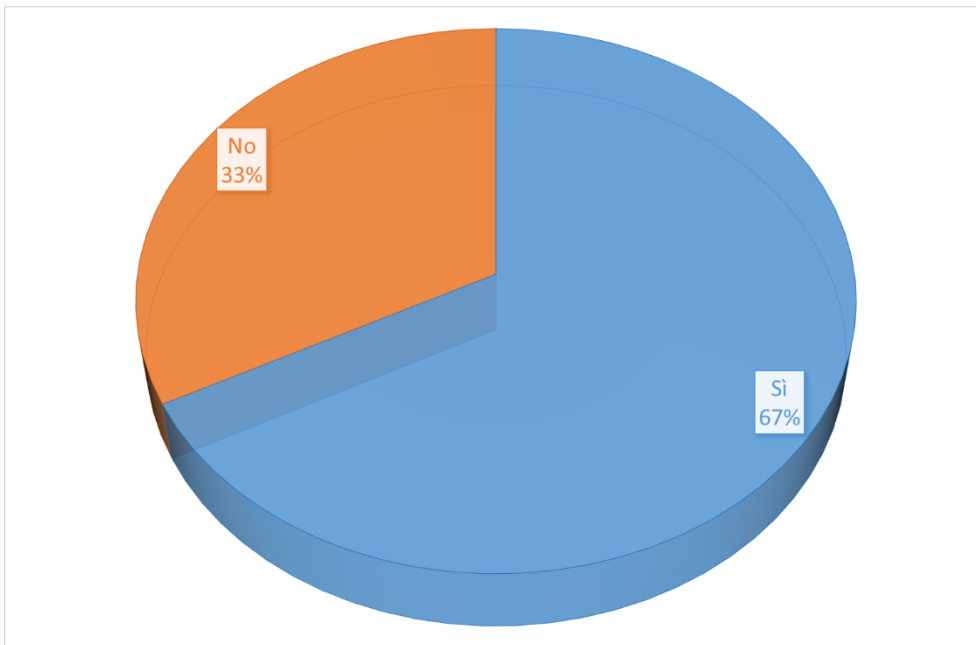


**Figura 14a: Presenza di addetto PI in azienda - Basilicata**

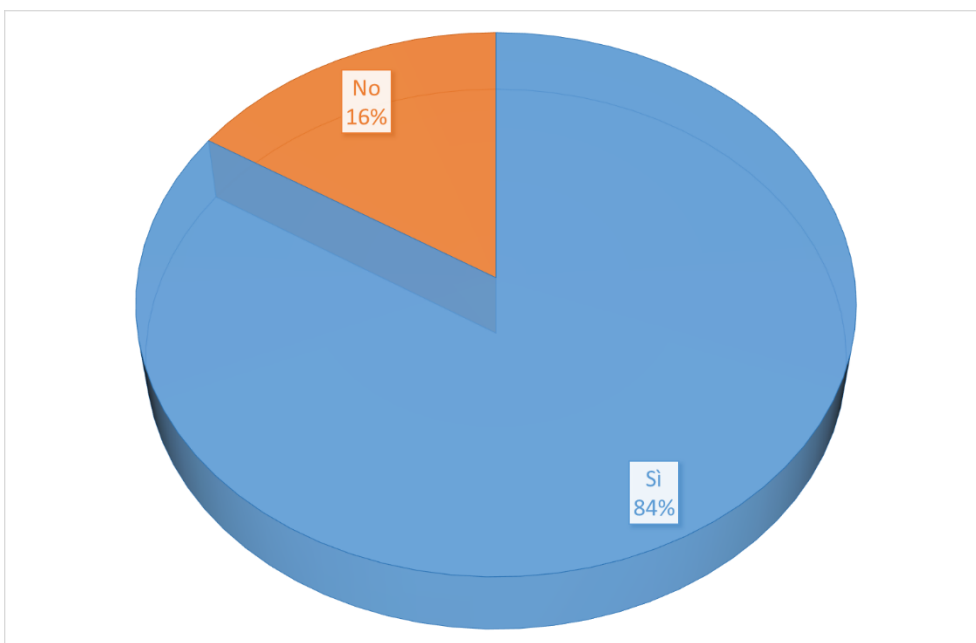


**Figura 14b: Presenza di addetto PI in azienda - Italia**

La Figura 15a, mostra che in Basilicata il 67% degli intervistati dichiara che l'azienda si è attivata al fine di raccogliere informazioni sulla Proprietà Industriale facendo leva sull'ecosistema innovativo esterno, mentre nell'intero territorio italiano, come mostrato in Figura 15b, la percentuale di aziende che hanno ricercato informazioni relative alla Proprietà Industriale è maggiore (84%).

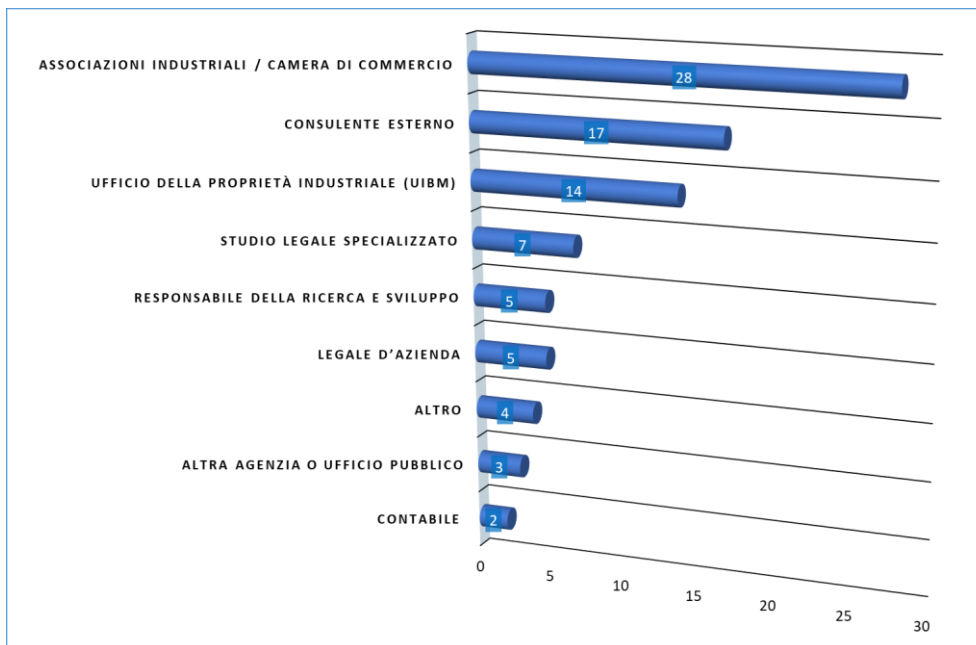


**Figura 15a: Ricerca di informazioni sulla PI - Basilicata**

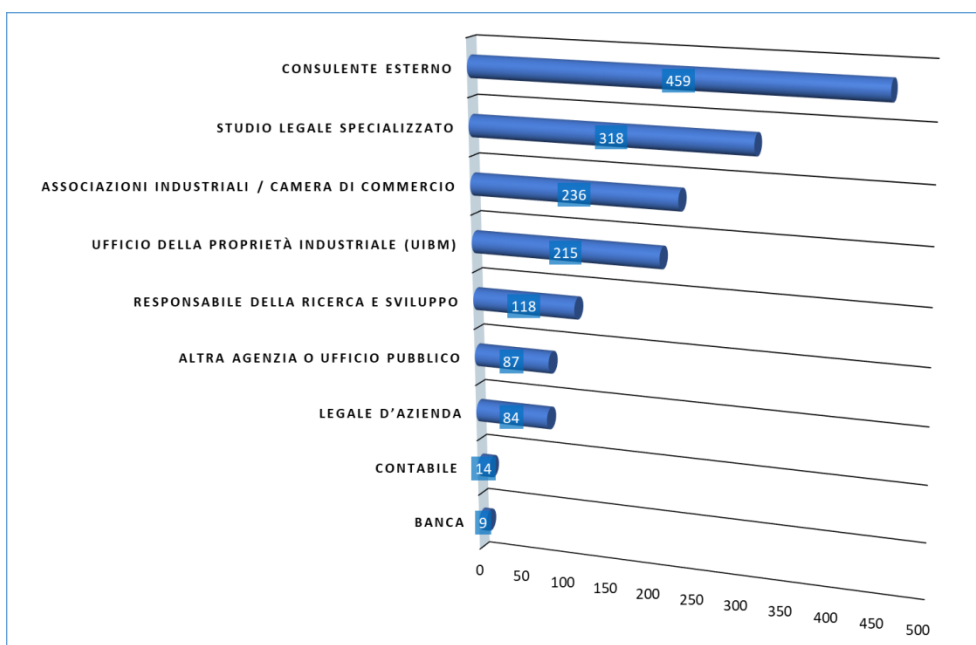


**Figura 15b: Ricerca di informazioni sulla PI - Italia**

Inoltre, le aziende lucane preferiscono, come fonte d'informazione relativa alla PI, rivolgersi alle istituzioni come la Camera di commercio della propria provincia di appartenenza (Figura 16a), a differenza di ciò che accade, più in generale, in Italia dove il supporto è fornito da soggetti esterni come consulenti e studi legali (Figura 16b).



**Figura 16a: Fonti di informazione sulla PI - Basilicata**



**Figura 16b: Fonti di informazione sulla PI - Italia**

## Tutela della PI

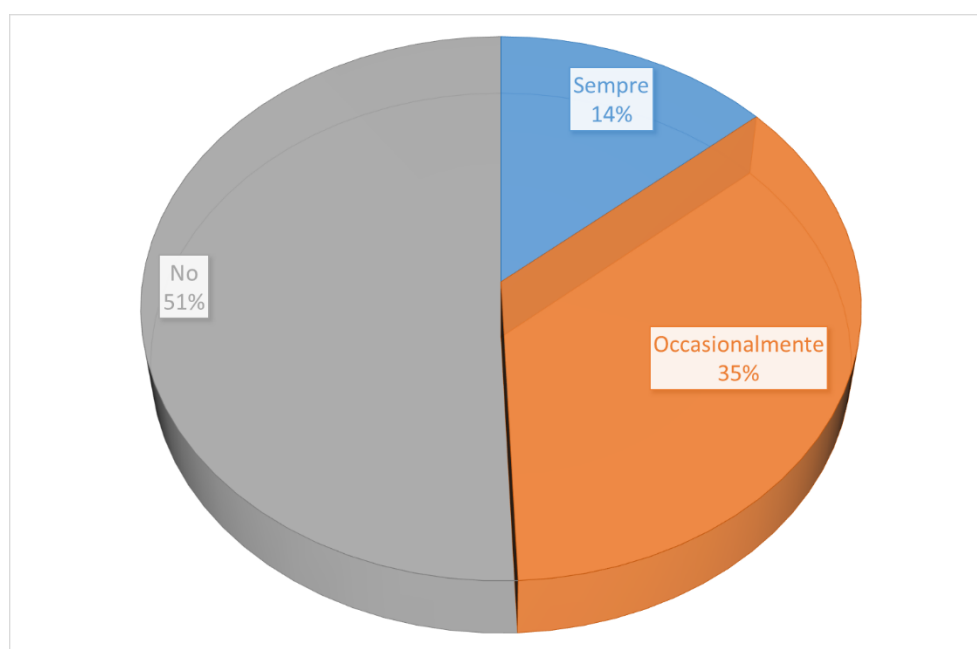
La quarta parte del questionario si riferisce alle modalità con le quali l'impresa protegge la Proprietà Industriale nonché all'adeguatezza di tali strumenti rispetto alle specificità delle attività condotte dall'impresa e dell'ambiente competitivo nel quale essa opera.

Nella tabella seguente, viene riportato l'elenco dei quesiti proposti alle imprese intervistate al fine di valutarne il livello relativamente a tale parametro.

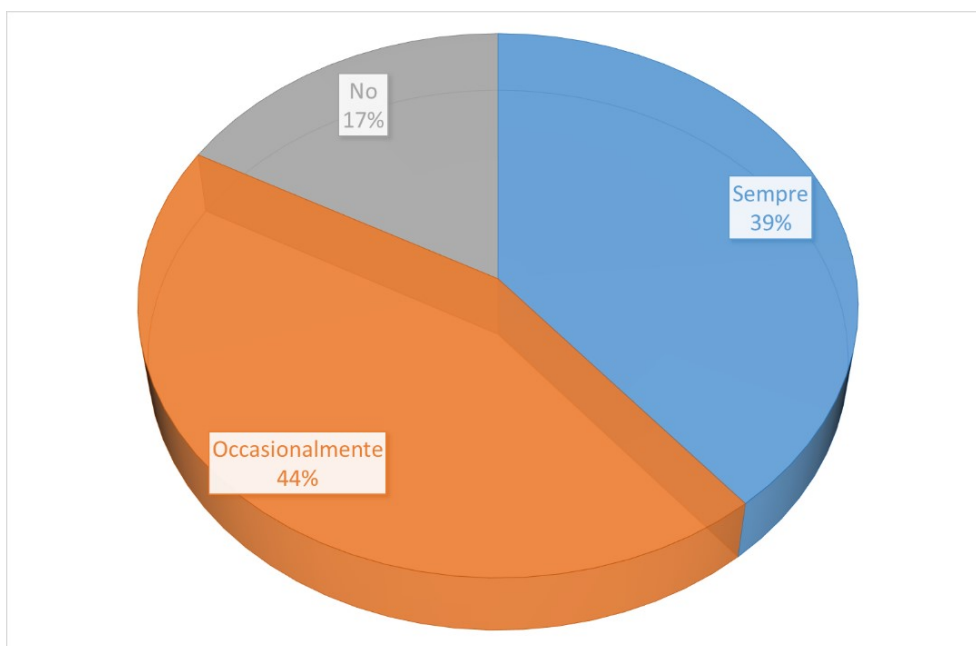
N.	Quesito
13	L'impresa ha mai valutato la possibilità di tutelare i risultati dell'attività di Ricerca e Sviluppo attraverso il ricorso a titoli di Proprietà Industriale?
14	L'azienda possiede attualmente titoli di Proprietà Industriale?
15	Quali forme di tutela della Proprietà Industriale sono utilizzate dall'impresa?
16	Quali sono gli impatti positivi del tutelare la Proprietà Industriale dell'azienda?
17	Quali sono gli impatti negativi del tutelare la Proprietà Industriale dell'azienda?
18	L'impresa possiede Proprietà Industriale che ha scelto di non registrare?
19	Perché l'impresa ha deciso di non procedere con la registrazione del titolo di PI?

**Tabella 6: Quesiti sulla tutela della PI**

Come riportato nella Figura 17a, il 14% delle imprese lucane ha valutato la possibilità di tutelare i risultati dell'attività di Ricerca e Sviluppo attraverso il ricorso a titoli di Proprietà Industriale, dato decisamente inferiore a quello nazionale, mostrato in Figura 17b (39%).

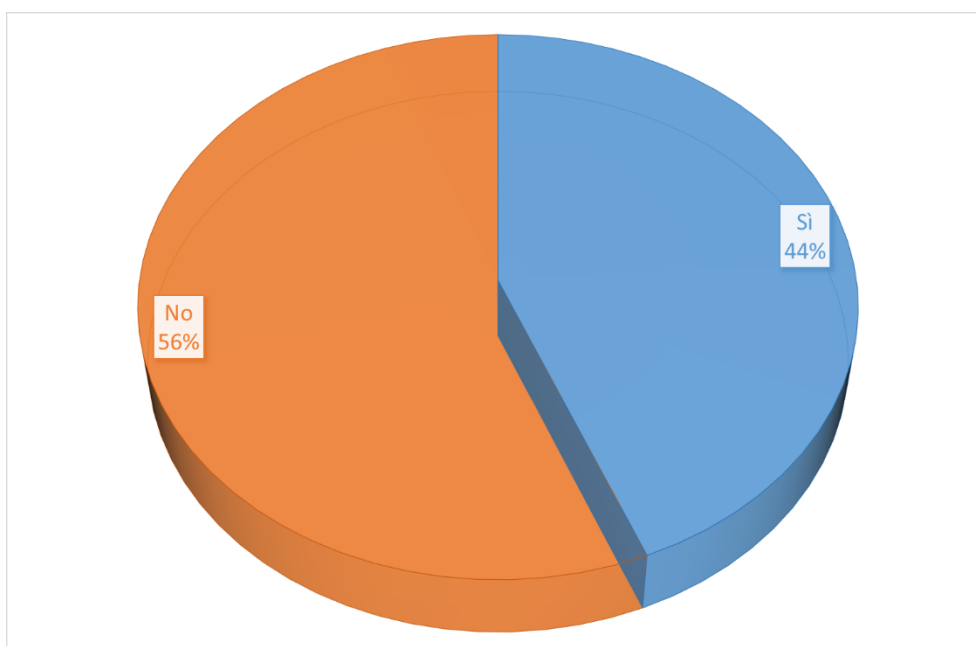


**Figura 17a: Valutazione sul ricorso a titoli di PI - Basilicata**

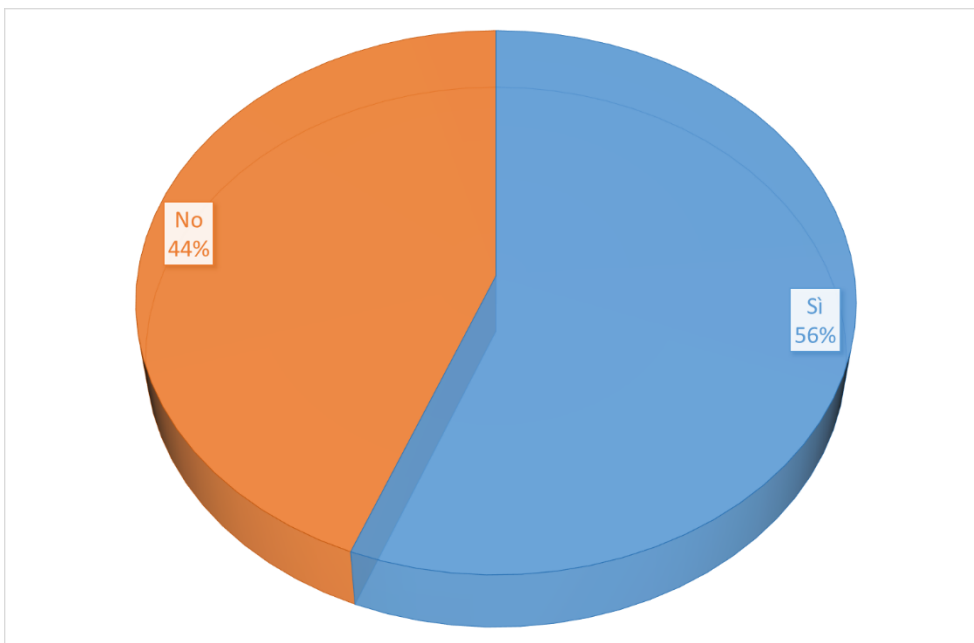


**Figura 17b: Valutazione sul ricorso a titoli di PI - Italia**

Inoltre, come rappresentato in Figura 18a, la percentuale di imprese lucane che dichiara di possedere almeno un titolo legale di Proprietà Industriale è inferiore alla metà del campione. Leggermente migliore è il dato del contesto nazionale (56%), come si evince dalla Figura 18b. Tale percentuale, non particolarmente significativa, sembra tuttavia coerente con quanto discusso nei primi paragrafi del presente rapporto in merito alla difficoltà che le piccole aziende trovano quando si avvicinano effettivamente alla gestione della PI:

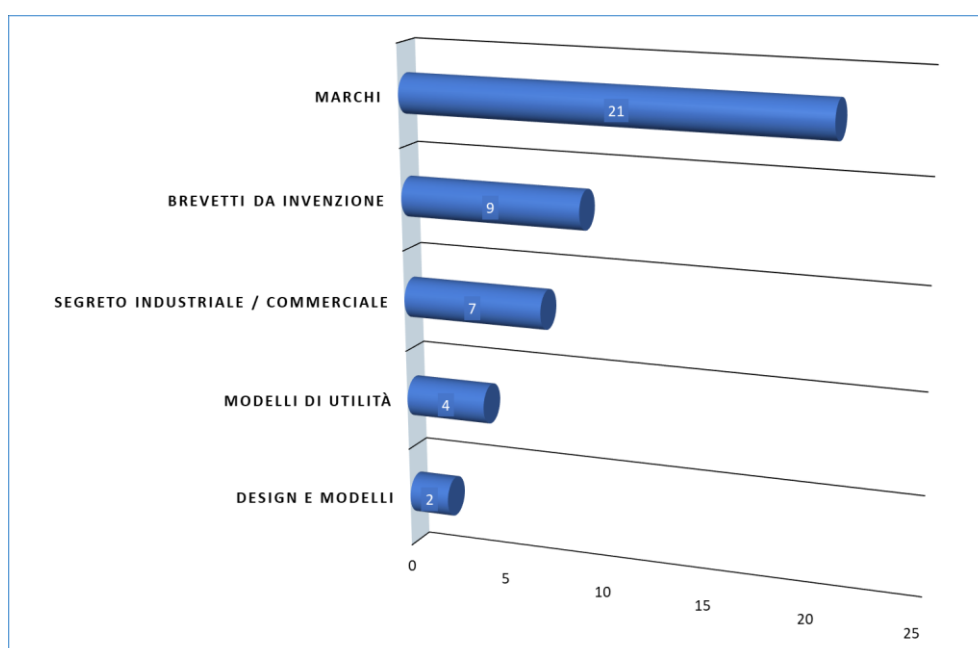


**Figura 18a: Detenzione di titoli di PI - Basilicata**

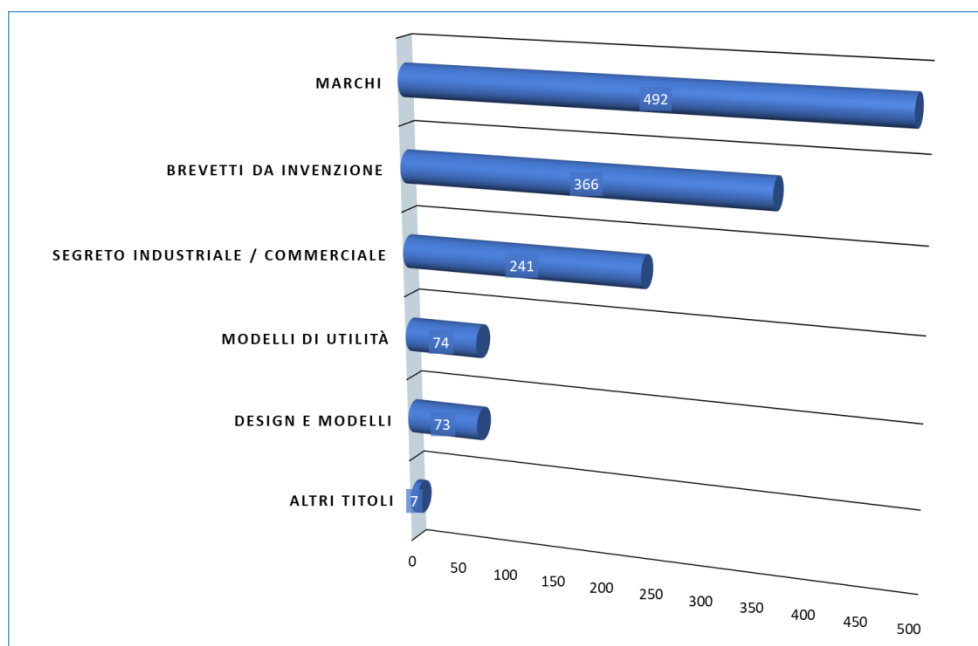


**Figura 18b: Detenzione di titoli di PI - Italia**

Analizzando le diverse forme di tutela della Proprietà Industriale emerge che le imprese esaminate in Basilicata (Figura 19a) hanno investito per il 29% nei marchi, per il 18% in brevetti (da invenzione o modelli di utilità) e per il 10% in segreti industriali o commerciali. Percentuali maggiori vengono fuori dall'analisi effettuata su scala nazionale (Figura 19b).



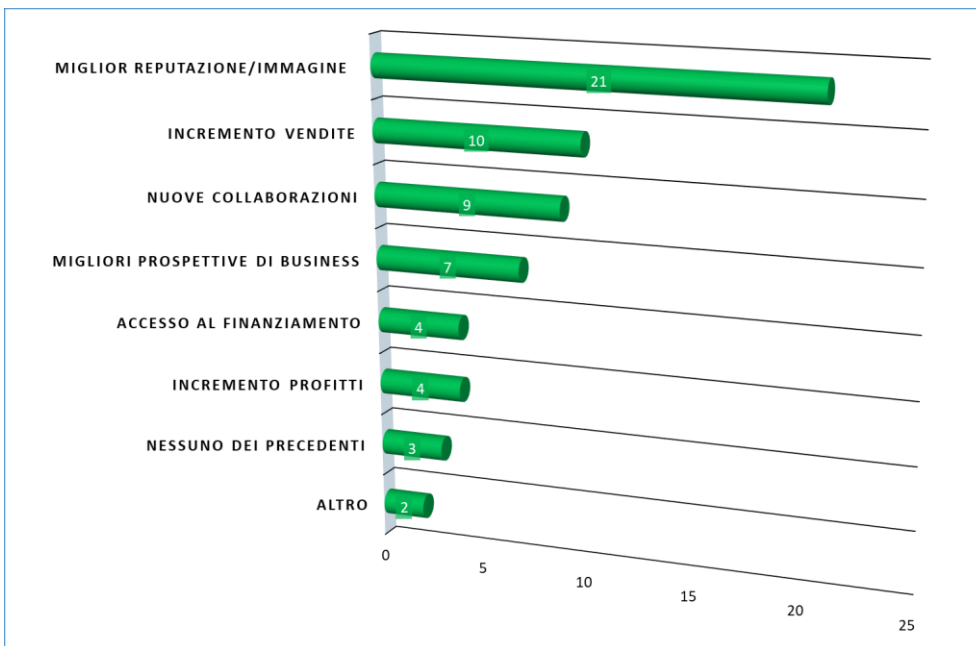
**Figura 19a: Titoli di PI detenuti - Basilicata**



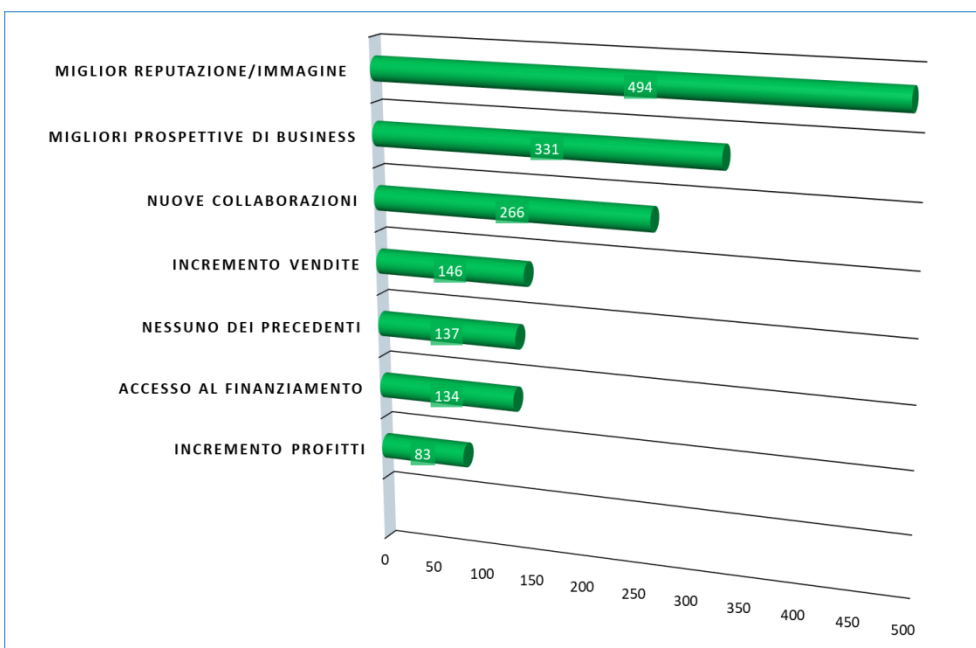
**Figura 19b: Titoli di PI detenuti - Italia**

La performance delle imprese rispetto all'utilizzo degli strumenti di tutela legale, quindi, pur essendo certamente vincolata alla disponibilità di risorse dedicate alla gestione del ciclo di vita della PI, sembra essere legata a doppio filo anche alle caratteristiche del processo innovativo delle imprese intervistate, legato più al know-how ed al go-to-market che a fattori di avanzamento tecnologico.

Per quanto riguarda gli impatti positivi della Proprietà Industriale (Figure 20a e 20b), secondo gli intervistati delle aziende lucane e non, il beneficio principale della registrazione legale e della detenzione di titoli di PI è legato essenzialmente ad un generale accrescimento della credibilità e della reputazione aziendale.

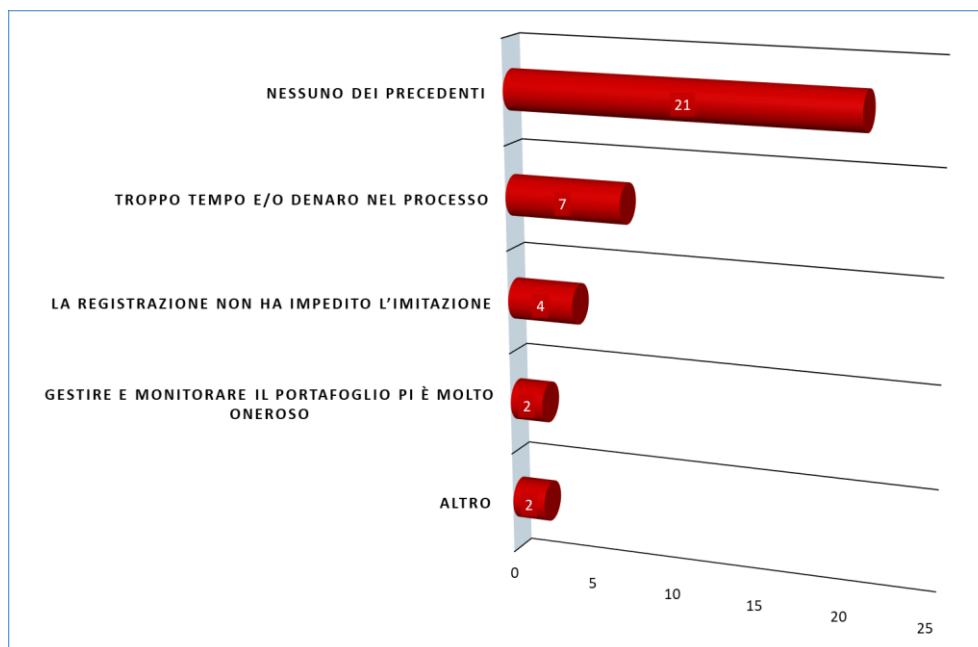


**Figura 20a: Impatti positivi dei titoli di PI - Basilicata**

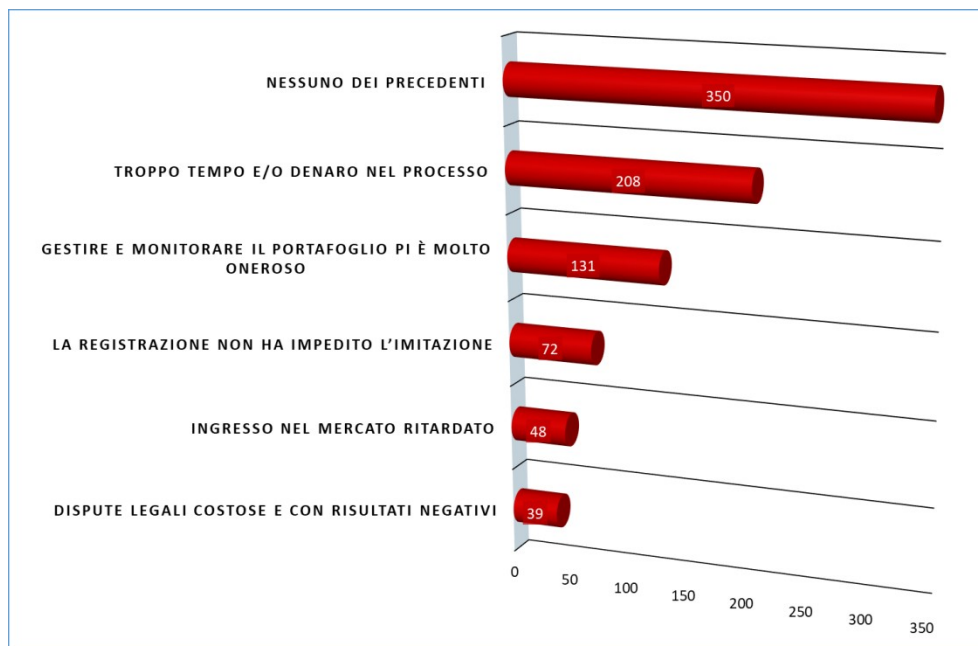


**Figura 20b: Impatti positivi dei titoli di PI - Italia**

Riguardo gli impatti negativi della Proprietà Industriale (Figure 21a e 21b), le imprese nella maggior parte dei casi dichiarano di non riscontrarne. In alcuni casi, tuttavia, le imprese ritengono che la tutela legale possa implicare una serie di inconvenienti tali da disincentivarne l'utilizzo: sono in particolare il costo (i.e. risorse materiali e temporali ingenti ad essa dedicate) e gli oneri gestionali degli strumenti di tutela della PI ad agire come principali deterrenti.

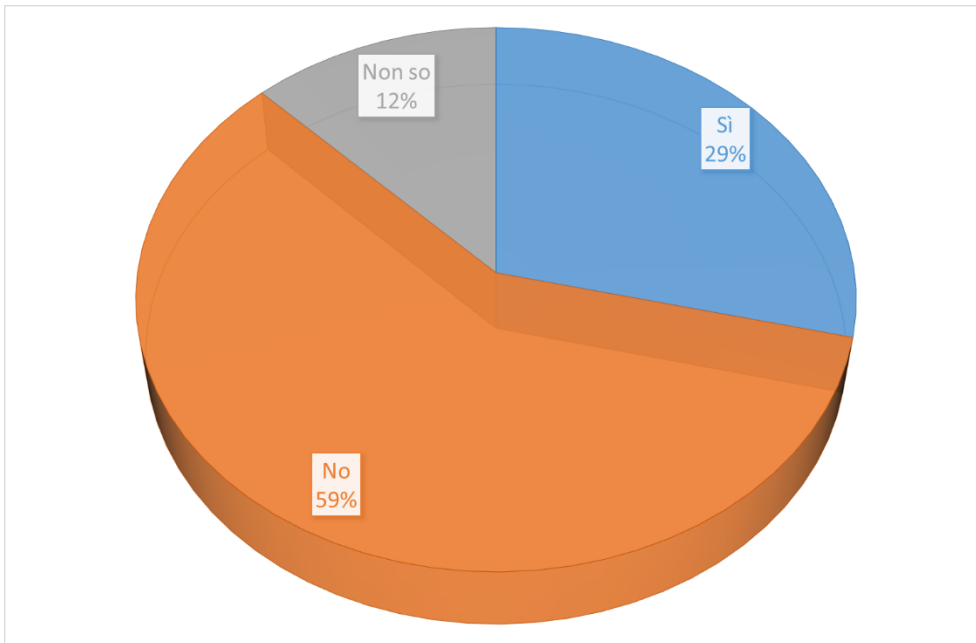


**Figura 21a: Impatti negativi dei titoli di PI - Basilicata**

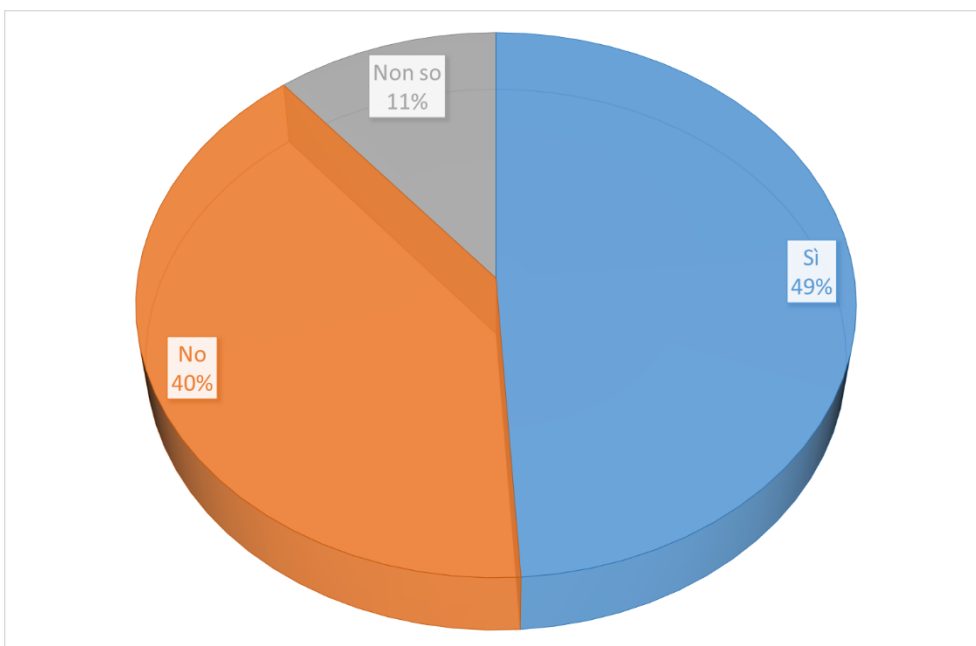


**Figura 21b: Impatti negativi dei titoli di PI - Italia**

Come si evince dalla Figura 22a, il 29% delle imprese lucane dichiara di detenere Proprietà Industriale non registrata. La percentuale sale al 49% nel contesto nazionale (Figura 22b).

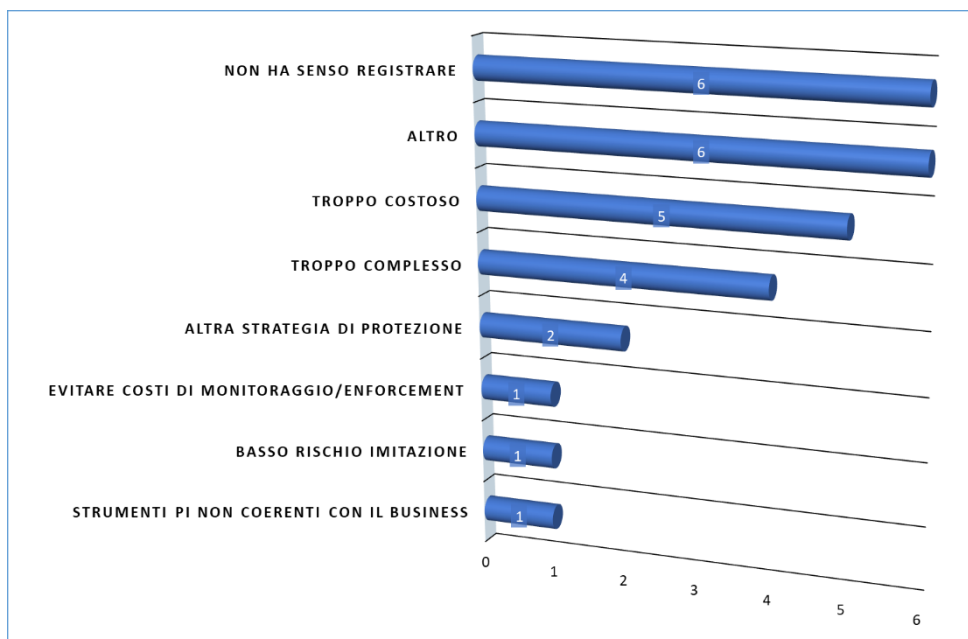


**Figura 22a: PI non registrata - Basilicata**

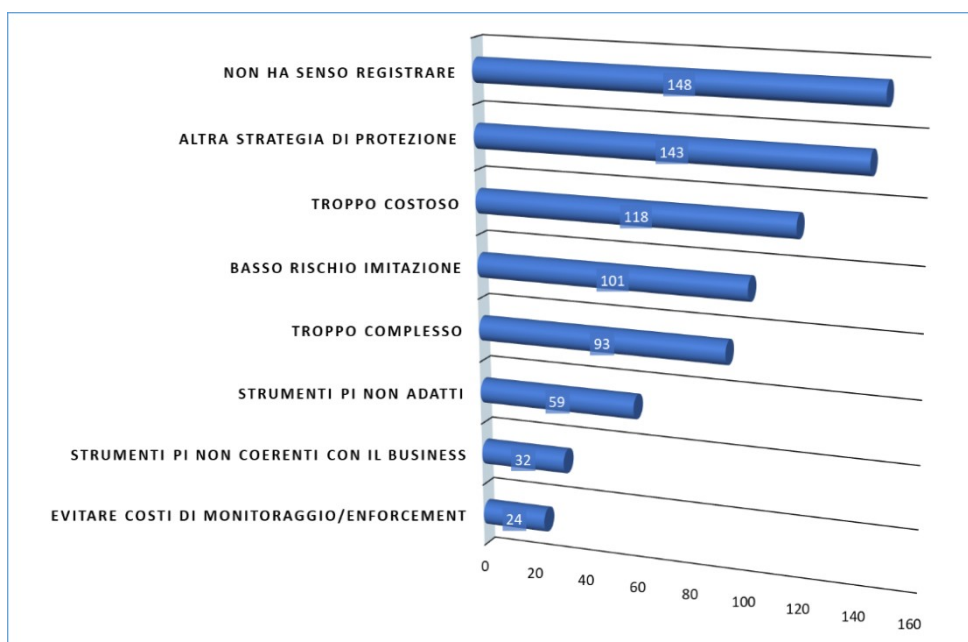


**Figura 22b: PI non registrata - Italia**

Riguardo le ragioni che portano a non procedere con la registrazione, secondo le aziende lucane, e più in generale secondo quelle italiane, principalmente non ha senso registrare (Figure 23a e 23b). Altre motivazioni sono da ricercare nella possibilità di adottare differenti strategie di protezione oppure sono legate al costo eccessivo della registrazione. Ancora una volta i dati sono in linea con le caratteristiche del portafoglio PI delle imprese analizzate, nel quale prevalgono elementi non strettamente tecnologici ma legati essenzialmente al know-how che, per definizione, si presta meno alla possibilità di replicazione illecita ed è più complesso tutelare attraverso titoli legali.



**Figura 23a: Motivazioni della mancata registrazione della PI - Basilicata**



**Figura 23b: Motivazioni della mancata registrazione della PI - Italia**

## Gestione della PI

La valutazione sulla gestione prende in considerazione le risorse e le pratiche impiegate dall'impresa nella gestione del portafoglio PI. Viene assunta una duplice prospettiva: interna, poiché vengono presi in esame i processi di gestione amministrativa, ed esterna, poiché vengono attenzionati i protocolli di monitoraggio ed enforcement.

Nella tabella 7, viene riportato l'elenco dei quesiti proposti alle imprese intervistate al fine di valutarne il livello relativamente a tale parametro.

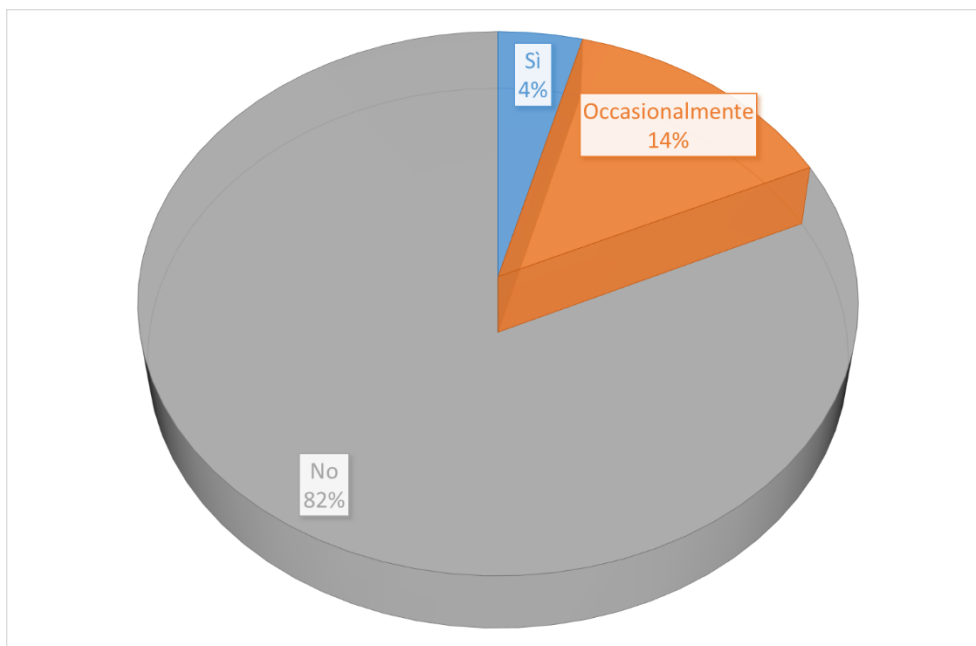
N.	Quesito
20	L'impresa ha risorse specificamente dedicate alla gestione ed alla verifica di casi di violazione dei diritti di Proprietà Industriale?
21	Quali presidi impiega l'azienda per monitorare il mercato rispetto a possibili violazioni della PI?
22	Negli ultimi 5 anni, l'impresa è stata vittima di violazione della Proprietà Industriale?
23	Quale tipologia di Proprietà Industriale è stata violata?
24	La violazione è avvenuta in Italia o all'estero?
25	L'azienda adotta misure per evitare violazioni della Proprietà Industriale di altre società?

**Tabella 7: Quesiti sulla gestione della PI**

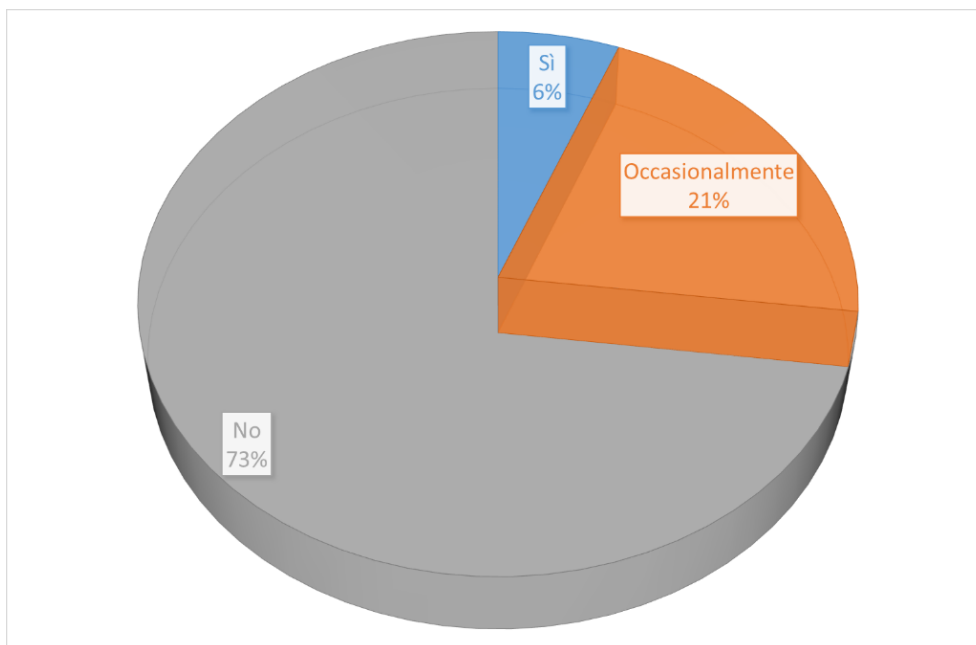
Una volta ottenuta tutela per i propri asset attraverso i diritti di Proprietà Industriale, è cruciale che le imprese predispongano strumenti di vigilanza del mercato e strategie di enforcement, volti a garantire l'efficacia della tutela attuata. La fase di gestione è senza dubbio quella più onerosa, in termini di attenzioni e risorse, perché richiede un monitoraggio attivo e costante, lungo il ciclo di vita della Proprietà Industriale.

In un contesto caratterizzato da una significativa carenza di risorse interne specializzate (come si evince dai grafici 14a e 14b, solo l'11% delle aziende lucane e il 24% di quelle del territorio nazionale dispone di risorse interne dedicate, mentre nella maggior parte dei casi, le imprese ricorrono esclusivamente al supporto di soggetti esterni), la gestione della Proprietà Industriale si rivela particolarmente complessa e delicata. Si raggiunge, quindi, un livello di gestione prevalentemente basilico, che si concentra sulla registrazione e l'adempimento delle pratiche burocratiche e legali connesse alla detenzione del titolo. Solo in misura ridotta tale gestione predispone risorse e presidi concreti, destinati a realizzare una protezione attiva ed una efficace verifica di eventuali comportamenti scorretti da parte dei competitor.

Ad esempio, solo il 18% delle aziende lucane (Figura 24a) dispone di risorse dedicate almeno occasionalmente alla verifica di casi di violazione della Proprietà Industriale. Dalla Figura 24b si evince che la percentuale nazionale è maggiore (27%).

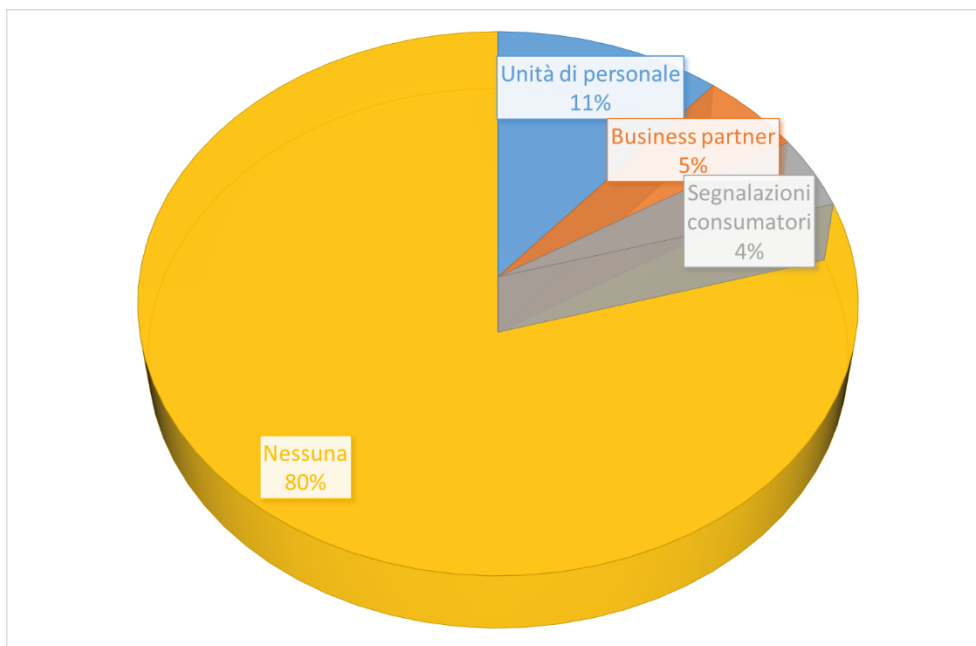


**Figura 24a: Risorse interne dedicate alla verifica di violazioni della PI - Basilicata**

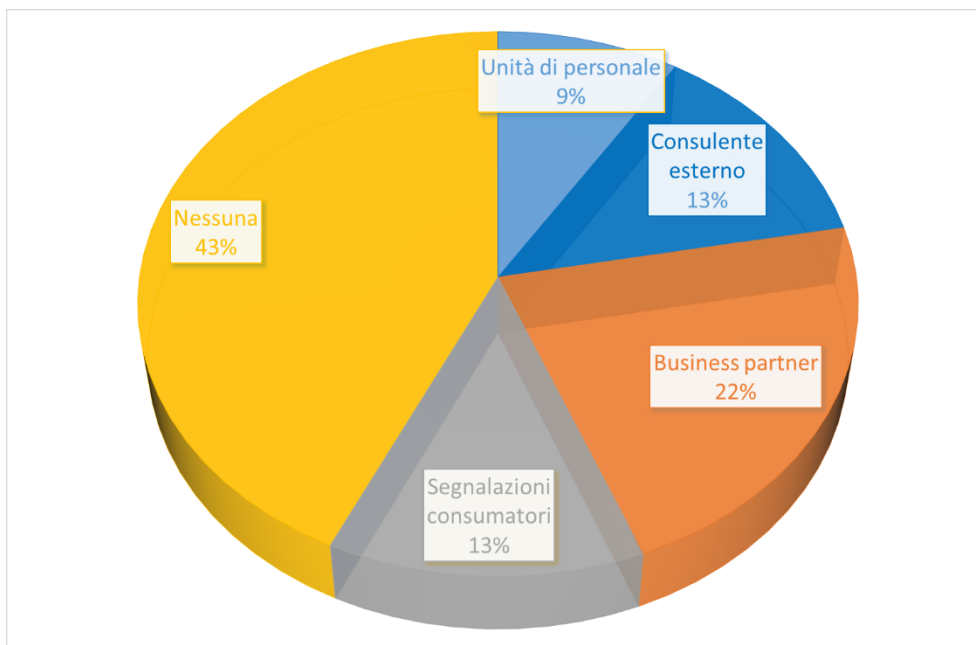


**Figura 24b: Risorse interne dedicate alla verifica di violazioni della PI - Italia**

In Basilicata, come riportato nella Figura 25a, l'adozione di misure preventive volte a scongiurare il rischio che l'azienda subisca violazioni della PI è assente nel 80% dei casi. A livello nazionale (Figura 25b) tale percentuale è più bassa (43%).

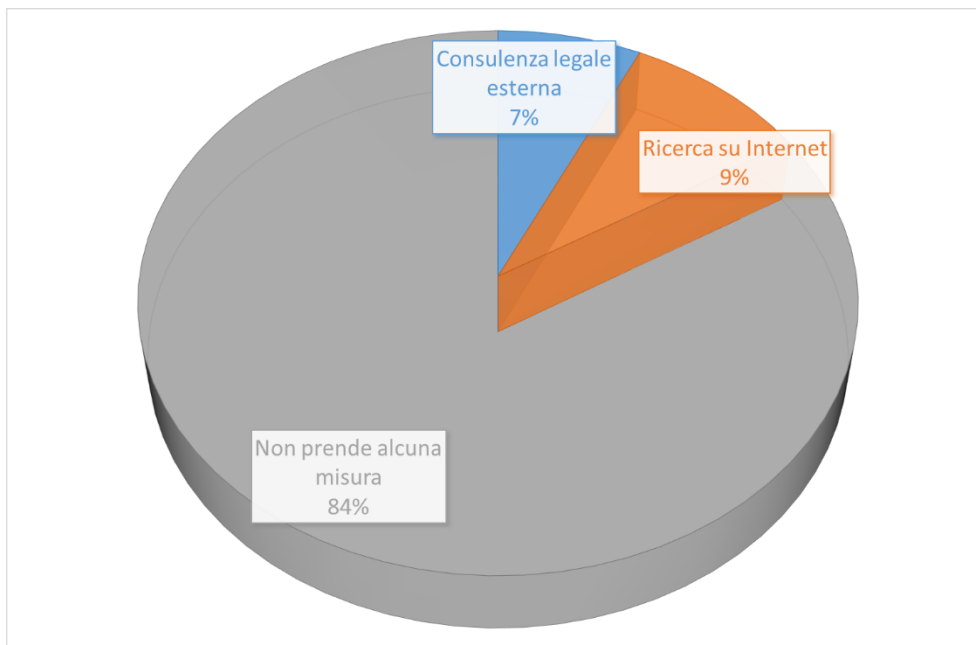


**Figura 25a: Presidi di monitoraggio delle violazioni di PI subite - Basilicata**

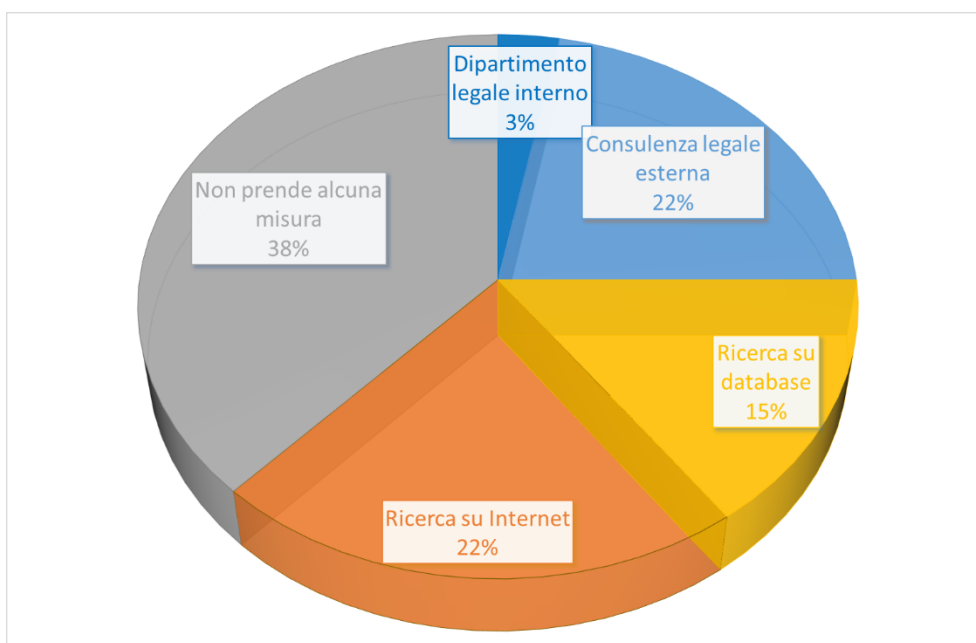


**Figura 25b: Presidi di monitoraggio delle violazioni di PI subite - Italia**

Dalla Figura 26a emerge che la percentuale di imprese lucane che non prende misure volte a tutelarsi dal rischio che sia l'azienda stessa a violare i diritti di Proprietà Industriale detenuti da soggetti terzi, esponendosi dunque ad azioni legali e sanzioni, è pari al 84%. Tale dato, come si evince dalla Figura 26b, è molto più alto rispetto a quello nazionale (38%).



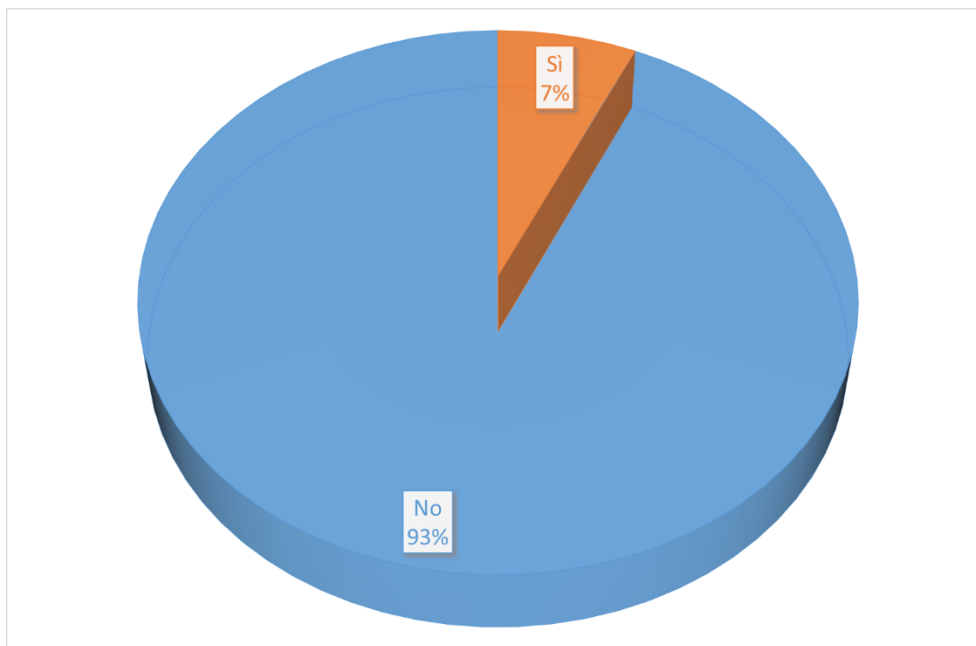
**Figura 26a: Presidi messi in atto per evitare di violare PI di terzi - Basilicata**



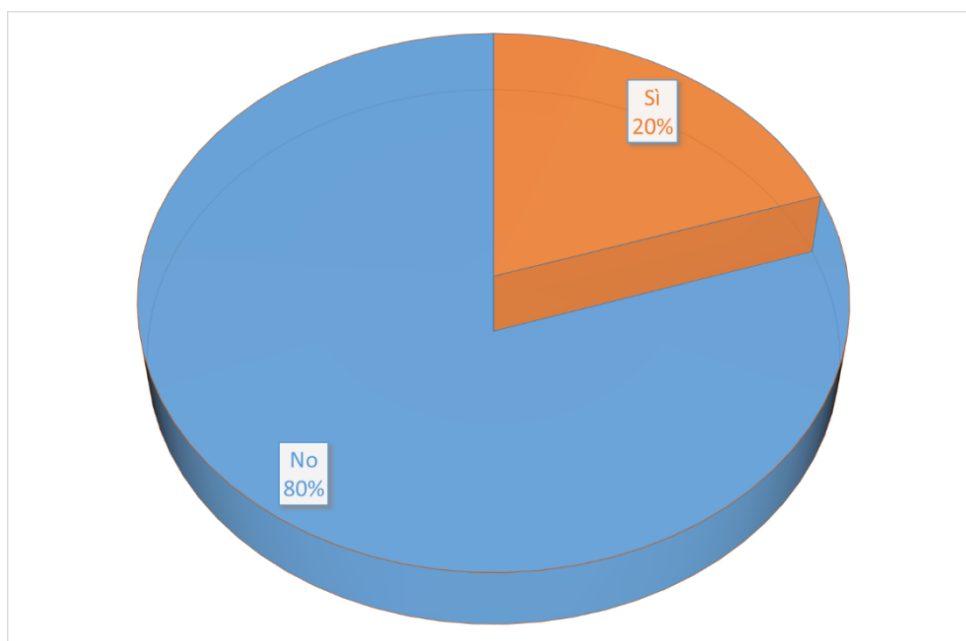
**Figura 26b: Presidi messi in atto per evitare di violare PI di terzi - Italia**

Un ulteriore elemento di analisi riguarda l'effettiva violazione subita dei diritti di PI. Infatti, sebbene le imprese dispongano di una certa scarsità di risorse e di strumenti di monitoraggio avanzato, i dati

riportati nelle Figure 27a e 27b, mostrano che solo il 7% delle imprese lucane e il 20% delle imprese dell'intero territorio italiano dichiara di aver subito violazioni della Proprietà Industriale negli ultimi 5 anni. Il dato, in apparenza contenuto, può essere spiegato dal fatto che le imprese potrebbero aver sottostimato le violazioni subite, proprio a causa dell'inadeguatezza dei meccanismi di vigilanza del mercato a livello internazionale (a supporto di questa tesi il fatto che tutte le imprese vittima di violazione dichiarano che l'illecito è stato commesso da altro soggetto operante sul territorio italiano e in nessun caso al di fuori del mercato nazionale).



**Figura 27a: Violazioni di PI subite negli ultimi 5 anni - Basilicata**



## Figura 27b: Violazioni di PI subite negli ultimi 5 anni - Italia

### Valorizzazione della PI

La valorizzazione, l'ultimo ambito del framework di valutazione, è quello che presuppone il livello più avanzato di maturità da parte delle imprese in merito alla Proprietà Industriale.

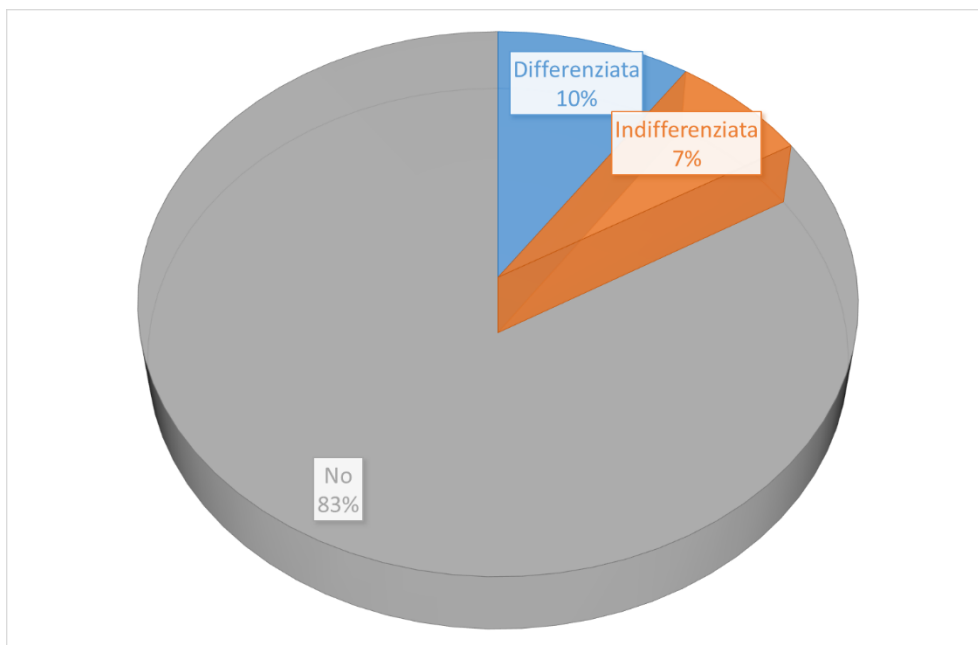
In particolare, in questa sezione la valutazione si focalizza sul livello di integrazione tra la strategia di gestione del portafoglio di Proprietà Industriale e la strategia di business dell'impresa, nonché la sua propensione allo sfruttamento delle opportunità commerciali legate alla Proprietà Industriale (in un'ottica non più solo difensiva, ma anche di gestione aperta e cooperativa).

Nella tabella seguente, viene riportato l'elenco dei quesiti proposti alle imprese intervistate al fine di valutarne il livello relativamente a tale parametro.

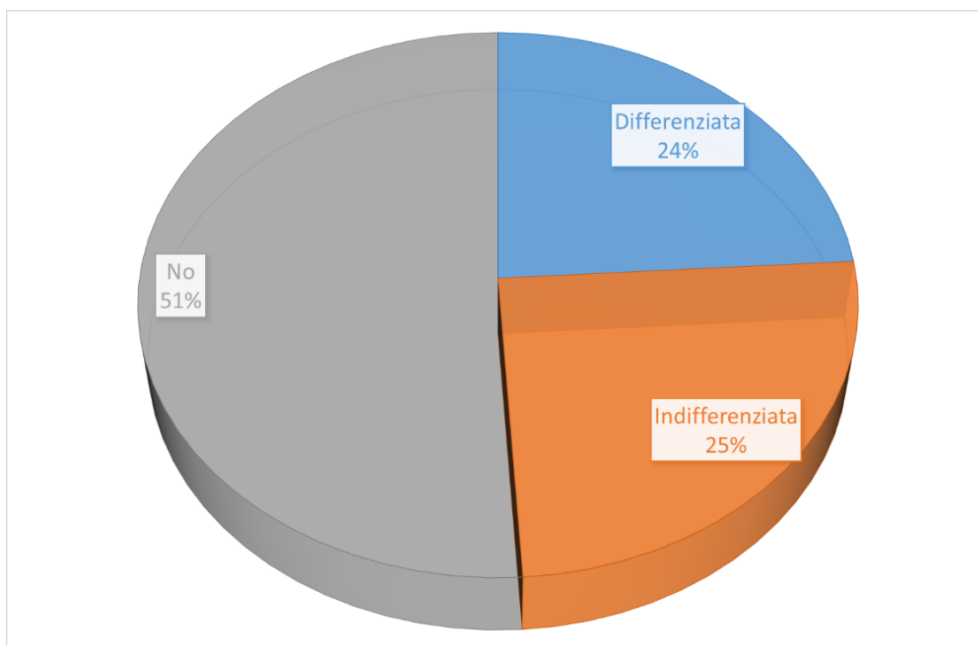
N.	Quesito
26	L'impresa ha una strategia per la valorizzazione dei propri diritti di proprietà Industriale?
27	L'azienda ritiene che la propria strategia sia di successo se...
28	L'azienda effettua verifiche e valutazioni di coerenza del proprio patrimonio di PI rispetto alle proprie attività, progetti e mercati?
29	L'impresa è in grado di attribuire un valore economico al proprio patrimonio intangibile?
30	Perché l'azienda ha sottoposto a valutazione la propria PI?
31	Negli ultimi 3 anni, l'azienda ha acquistato / ceduto Proprietà Industriale a titolo definitivo?
32	Quale tipologia di Proprietà Industriale è stata acquistata o ceduta?
33 a	Perché l'impresa ha acquistato Proprietà Industriale?
33 b	Perché l'impresa ha ceduto Proprietà Industriale?
34	Negli ultimi 3 anni, l'azienda ha siglato contratti di licenza di PI come licenziante o come licenziatario?
35	Quale tipologia di Proprietà Industriale è stata acquisita o concessa in licenza?
36 a	Perché l'impresa ha acquisito in licenza Proprietà Industriale?
36 b	Perché l'impresa ha concesso in licenza Proprietà Industriale?
37	L'azienda ha mai avviato lo sviluppo di una tecnologia nell'aspettativa che i rendimenti sarebbero stati realizzati esclusivamente attraverso le entrate della licenza, piuttosto che attraverso le vendite di prodotti?

**Tabella 8: Quesiti sulla valorizzazione della PI**

La Figura 28a evidenzia che l'83% delle imprese lucane intervistate dichiara di non aver sviluppato alcuna strategia formale di valorizzazione del proprio portafoglio PI. Nello scenario nazionale, le imprese che non hanno alcuna strategia per la valorizzazione della PI sono il 51% (Figura 28b).

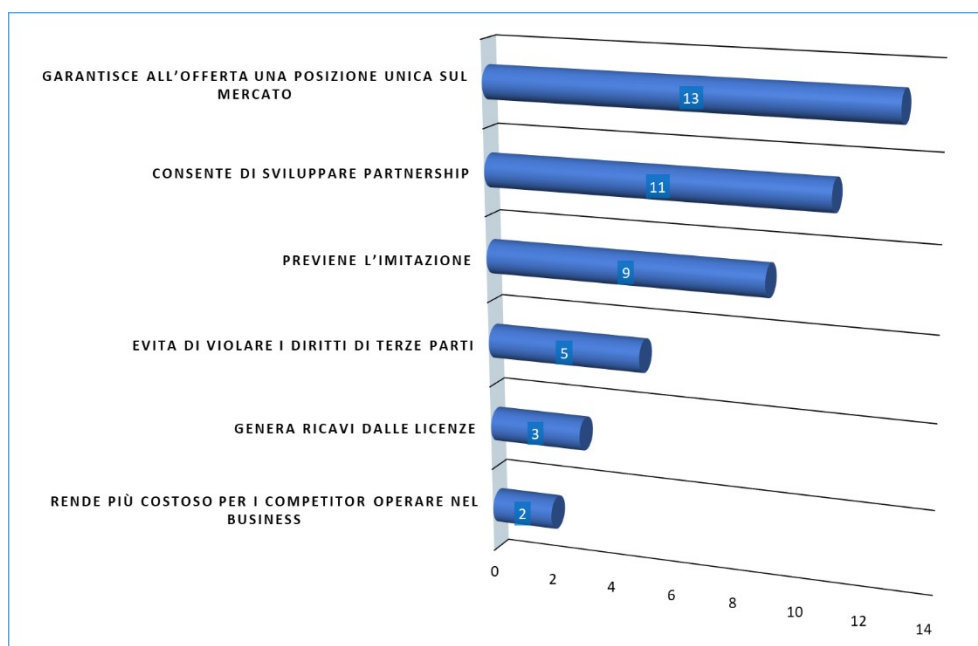


**Figura 28a: Strategie di valorizzazione della PI - Basilicata**

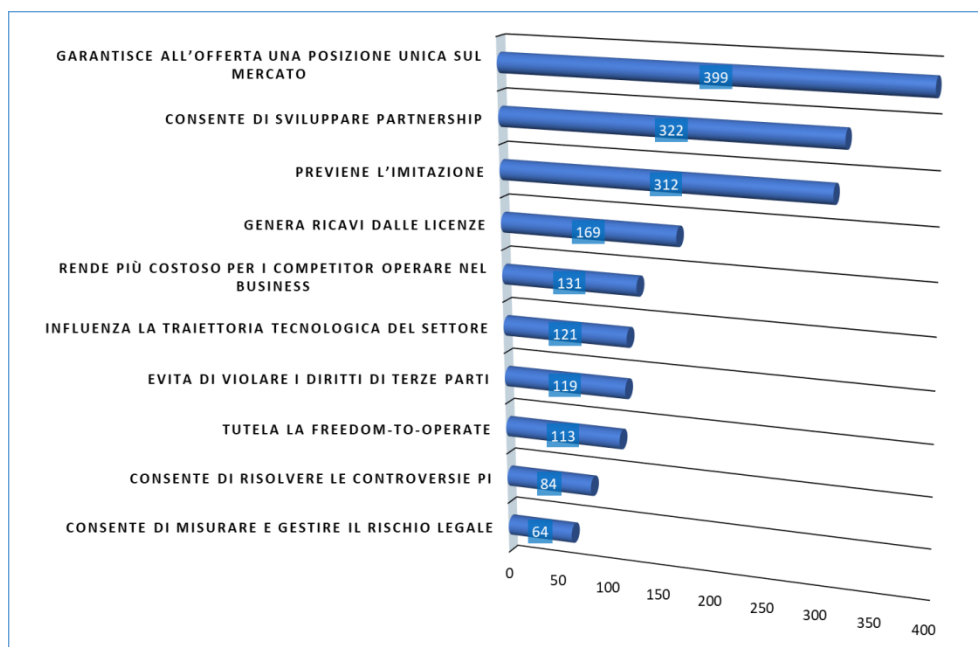


**Figura 28b: Strategie di valorizzazione della PI - Italia**

Nei casi in cui è presente una strategia di valorizzazione, le aziende lucane, e più in generale quelle italiane, ritengono che essa possa essere di successo soprattutto se garantisce all'offerta una posizione unica sul mercato (Figure 29a e 29b).

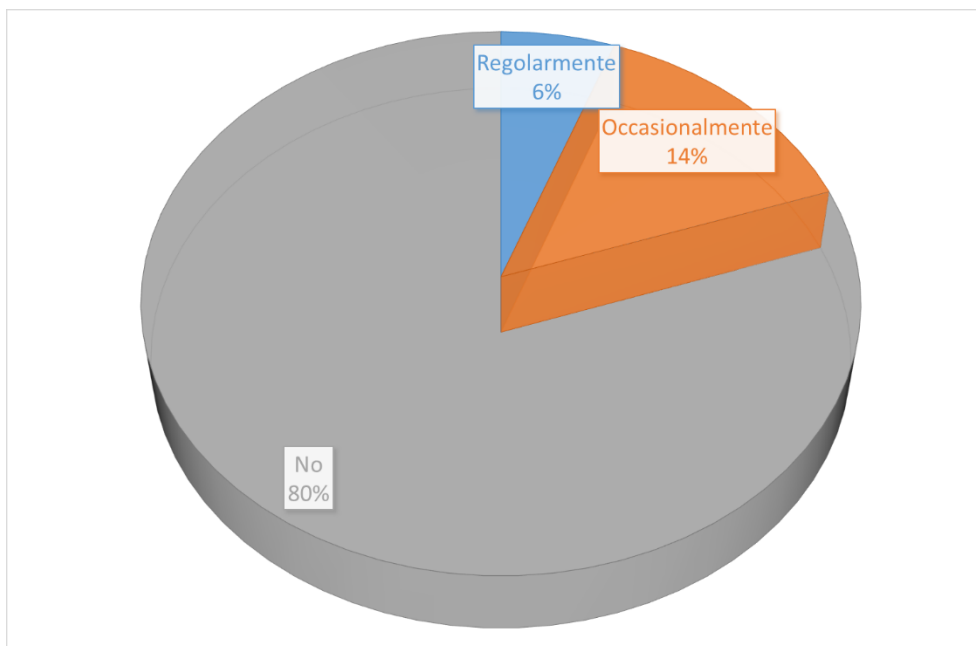


**Figura 29a: Criteri di valutazione delle strategie di valorizzazione della PI - Basilicata**

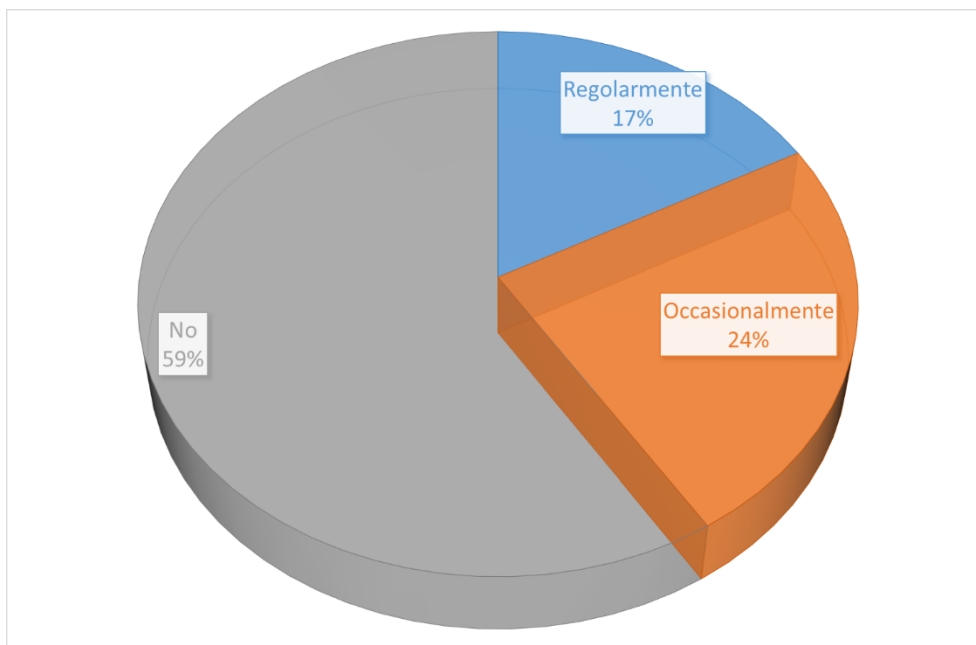


**Figura 29b: Criteri di valutazione delle strategie di valorizzazione della PI - Italia**

Dalla Figura 30a si evince che solo il 6% delle imprese lucane intervistate verifica regolarmente la coerenza tra la PI e il mercato in cui opera. Leggermente migliore è la situazione nello scenario nazionale in cui tale percentuale è del 17% (Figura 30b).

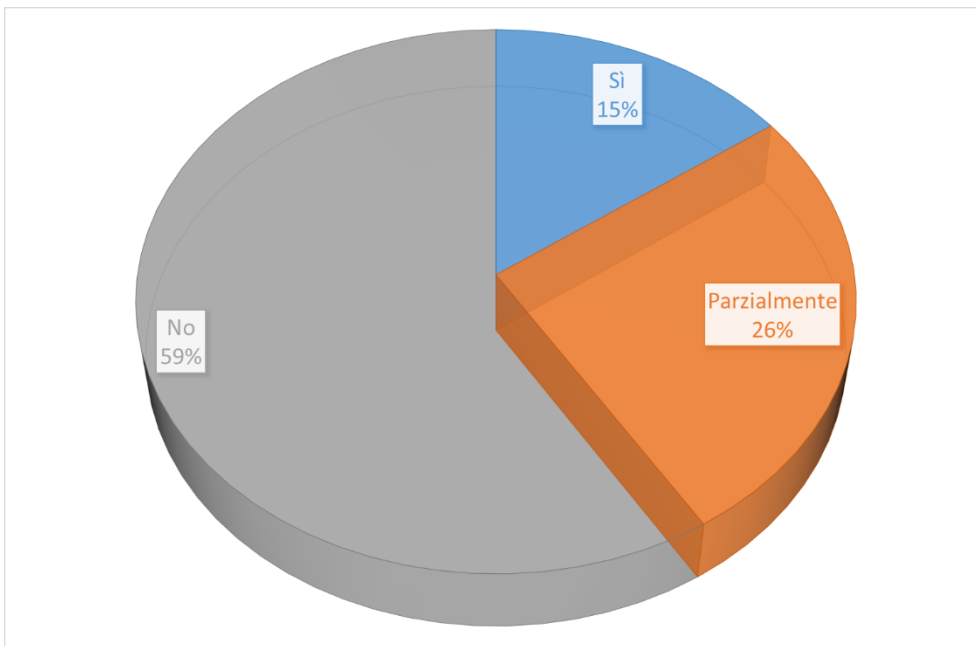


**Figura 30a: Verifiche di coerenza tra business e PI - Basilicata**

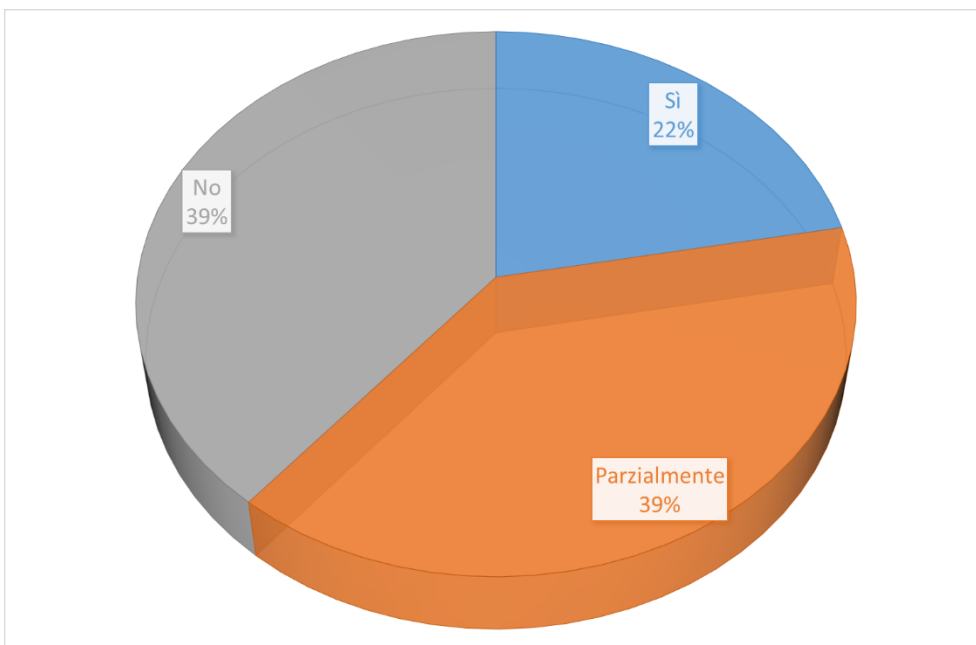


**Figura 30b: Verifiche di coerenza tra business e PI - Italia**

Le Figura 31a e 31b evidenziano che appena il 15% delle imprese intervistate in Basilicata e il 22% di quelle intervistate in tutta Italia sono in grado di attribuire un valore economico al proprio patrimonio intangibile.

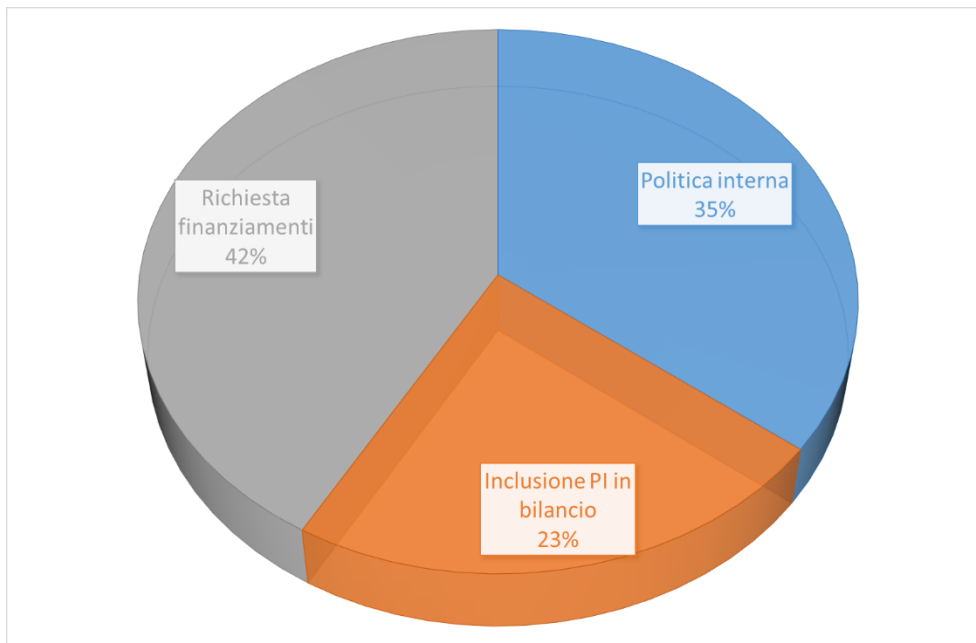


**Figura 31a: Valutazione della PI - Basilicata**

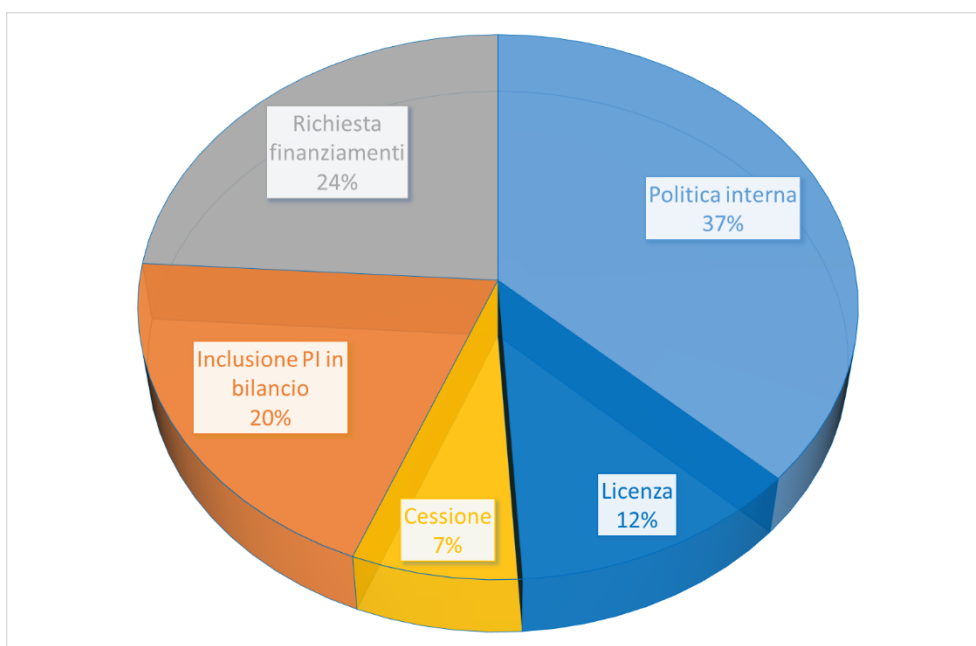


**Figura 31b: Valutazione della PI - Italia**

Le Figure 32a e 32b mostrano per quali ragioni le aziende hanno sottoposto a valutazione la propria proprietà industriale.

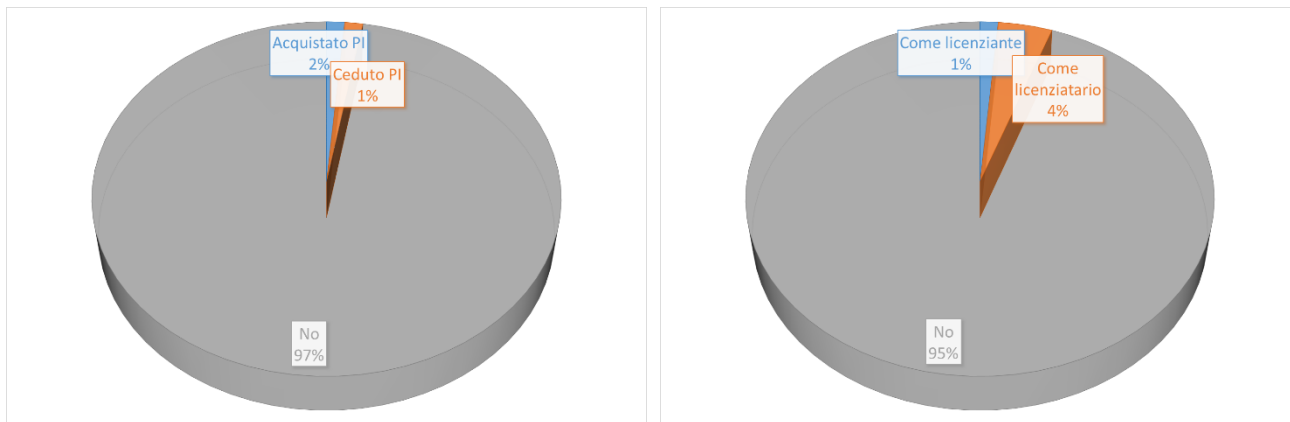


**Figura 32a: Ragioni per le quali la PI è stata sottoposta a valutazione - Basilicata**

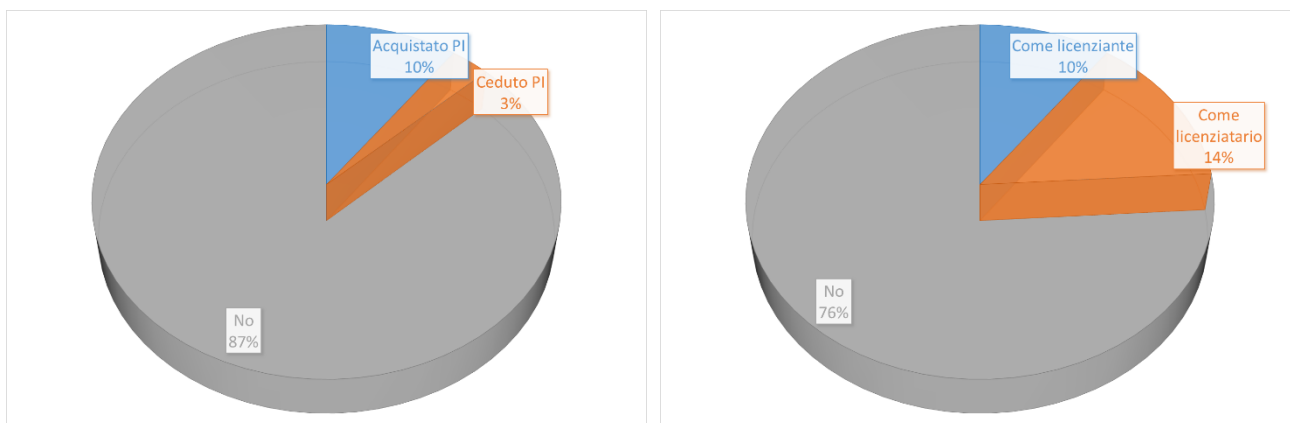


**Figura 32b: Ragioni per le quali la PI è stata sottoposta a valutazione - Italia**

Nelle Figure 33a e 33b vengono, infine, riportati i dati relativi all'acquisto/cessione e licenza di titoli di PI negli ultimi 3 anni. Tali dati sono molto contenuti, soprattutto per ciò che riguarda le aziende lucane intervistate.



**Figura 33a: Acquisiti / cessioni (sinistra) e contratti di licenza (destra) di PI - Basilicata**



**Figura 33b: Acquisiti / cessioni (sinistra) e contratti di licenza (destra) di PI - Italia**

# CONCLUSIONI

Il presente documento riporta i risultati finali ottenuti dal progetto “MITRATTA” grazie ad una accurata e attenta analisi mirata a valutare il grado di consapevolezza della proprietà industriale all'interno del tessuto imprenditoriale della Basilicata. Questa indagine rappresenta una pietra miliare significativa e sistematica nella raccolta di informazioni di fondamentale importanza, con l'obiettivo di informare politiche e azioni istituzionali finalizzate a migliorare la comprensione, l'utilizzo e la valorizzazione del patrimonio di conoscenza codificata detenuto dalle imprese locali.

Dall'analisi emerge con chiarezza che molte aziende lucane soffrono di una mancanza di informazioni chiare riguardo alla proprietà industriale e sono carenti di risorse e supporti dedicati per sviluppare una strategia di gestione adeguata. Queste carenze risultano particolarmente evidenti a causa delle dimensioni ridotte delle aziende e delle limitate risorse finanziarie a loro disposizione. Inoltre, anche quando tali aziende cercano attivamente di tutelare i propri diritti attraverso brevetti, marchi e disegni, spesso non sono consapevoli delle diverse opzioni e dei meccanismi disponibili sia per la tutela formale che informale della proprietà intellettuale.

Un aspetto cruciale è la possibilità di una sinergia tra il settore imprenditoriale e quello della ricerca e dell'innovazione, attraverso il trasferimento tecnologico. Questa collaborazione potrebbe avere un impatto significativo, consentendo la diffusione e l'adozione di pratiche migliori su tutto il territorio lucano. In linea con questo obiettivo, è importante notare che anche l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (DGTPPI-UIBM) del Ministero delle Imprese e del Made in Italy sta investendo nell'ambito del trasferimento tecnologico per promuovere l'incontro tra l'offerta e la domanda di tecnologie sviluppate dalle eccellenze italiane.

Tuttavia, secondo il report della DGTPPI-UIBM, l'analisi riflette una situazione italiana tradizionalmente indifferente alla proprietà intellettuale. Questa carenza culturale è ancora più evidente nel contesto lucano, dove le aziende sembrano avere maggiori difficoltà nell'affrontare la gestione della proprietà intellettuale rispetto alle loro controparti nazionali. Soffrono di scarsa consapevolezza delle potenzialità e dei benefici che una gestione attenta della proprietà intellettuale può portare al loro attuale business e al loro futuro sviluppo. Inoltre, mancano sia le risorse interne destinate alla ricerca e sviluppo e ai progetti innovativi, sia il supporto economico per la proprietà intellettuale.

Vale la pena sottolineare che l'analisi finora si è concentrata principalmente su aziende di servizi, le quali, per loro natura, tendono a essere meno orientate all'innovazione tecnologica e più focalizzate su processi di conoscenza complessi che sono difficili da tutelare attraverso titoli legali.

Le iniziative promosse dall'UTT (Ufficio Trasferimento Tecnologico) dell'Università degli Studi della Basilicata, in particolare nel contesto del progetto MITRATTA, hanno avuto come obiettivo principale quello di sensibilizzare le aziende coinvolte sui temi della proprietà intellettuale e dell'innovazione. Questa sinergia con il mondo accademico ha consentito di cogliere appieno il potenziale della proprietà intellettuale che non è ancora completamente sfruttato.

---

# BIBLIOGRAFIA

---

- [1] Arrighetti A., Landini F., Lasagni A. (2014). *"Intangible assets and firm heterogeneity: Evidence from Italy"*. Research Policy, Volume 43, Issue 1, 202-213.
- [2] Cerrato D., Parente R., Petrone M. (2012). *"La collaborazione tra università e industria: un'indagine sui brevetti co-generati in Italia"*. L'INDUSTRIA / n.s., a. XXXIII, n. 2, aprile-giugno 2012.
- [3] Direzione generale per la tutela della Proprietà Industriale – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (Dicembre 2021). *"Analisi del livello di conoscenza della proprietà industriale presso le pmi"*. Link: <https://uibm.mise.gov.it/index.php/it/incentivi/bando-per-il-finanziamento-di-progetti-di-potenziamento-e-capacity-building-degli-uffici-di-trasferimento-tecnologico-utt/bando-utt-prim-report-sui-risultati-dell-analisi-del-livello-di-conoscenza-della-proprietà-industriale-presso-le-pmi>
- [4] Direzione generale per la tutela della Proprietà Industriale – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (Aprile 2021). *"Linee di intervento strategiche sulla Proprietà Industriale per il triennio 2021-2023"*. Link: <https://uibm.mise.gov.it/index.php/it/proprietà-industriale-adottate-con-decreto-del-ministro-le-linee-di-intervento-strategiche-per-il-triennio-2021-2023>
- [5] Enjolras, M., Galvez, D., Camargo, M., & Morel, L. (2015). *"Supporting SMEs' IP capabilities: Impact study of INPI pre-diagnosis through the use of the AIDA approach"*. World Patent Information, 40, 21-29.
- [6] European Patent Office (Ottobre 2017). *"Handbook on the intellectual property pre-diagnosis service"*.
- [7] Netval (2021). *"17° RAPPORTO NETVAL - Investire sulla valorizzazione della ricerca per una resilienza generativa"*. Link: <https://netval.it/doc/rapporto-netval-2021/>
- [8] Petit, C., Dubois, C., Harand, A., & Quazzotti, S. (2011). *"A new, innovative and marketable IP diagnosis to evaluate, qualify and find insights for the development of SMEs IP practices and use, based on the AIDA approach. World Patent Information"*, 33(1), 42-50.
- [9] Università degli studi di Palermo (2019). *"La proprietà intellettuale. Vademecum su diritto d'autore, dei marchi e dei brevetti"*.

# Appendice – Questionario per le imprese

## Informazioni preliminari

Nome dell'impresa

Data dell'intervista [gg/mm/aa]

Indirizzo mail dell'intervistato

## A - Contesto Competitivo

**1. In cosa consiste l'offerta core dell'azienda?**

Beni

Servizi

Prodotti software

Ulteriori informazioni (se fornite compilare cella a lato)

**2. Facendo riferimento alla linea di prodotto/servizio più importante quanti concorrenti diretti ha l'impresa in Italia?**

0

1-3

4-6

7-10

10+

Non so

**3. Il vantaggio competitivo dell'impresa è:**

Legato alla tecnologia proprietaria

Legato al rapido sviluppo di nuove tecnologie

Determinato dal know-how interno

Guidato dal marketing

## B - Innovazione

**4a. Negli ultimi 3 anni l'azienda ha introdotto (selezionare tutte le risposte pertinenti):**

Prodotti nuovi o significativamente migliorati

Servizi nuovi o significativamente migliorati

Processi nuovi o significativamente migliorati per la produzione / fornitura di beni o servizi

Nessuna delle precedenti

Ulteriori informazioni (se fornite compilare cella a lato)

**4b. Tra i suddetti sono presenti prodotti / servizi / processi nuovi per l'intero settore (o si tratta di innovazioni solo per l'azienda)?**

Sì, sono presenti prodotti / servizi / processi nuovi per l'intero settore

No, si tratta di innovazioni solo per l'azienda

Ulteriori informazioni (se fornite compilare cella a lato)

**5. L'azienda conduce attività di Ricerca e Sviluppo?**

Sì, sistematicamente

Sì, ma solo occasionalmente

No

**6. L'impresa ha risorse interne dedicate alla Ricerca e Sviluppo e/o ai progetti innovativi?**

L'impresa ha risorse interne specificatamente dedicate

L'impresa non ha risorse dedicate, ma utilizza risorse di altre aree per i progetti innovativi

L'impresa non ha risorse interne dedicate

**7. Negli ultimi 3 anni, l'impresa ha collaborato con altre entità per sviluppare innovazione?**

Sì, sistematicamente

Sì, ma solo occasionalmente

No

**8. Con quale tipologia di organizzazioni ha collaborato (selezionare tutte le risposte pertinenti)?**

Grandi aziende

PMI

Università

Centri di ricerca

Governo/Istituzioni pubbliche

Altro (specificare)

Ulteriori informazioni (se fornite compilare cella a lato)

## C - Consapevolezza su Proprietà Industriale (PI)

**9. Qual è il livello di familiarità dell'azienda con la Proprietà Industriale? (\*)**

Ottimo

Buono

Sufficiente

Scarso

Minimo

**10. All'interno dell'organizzazione esiste una figura/ufficio dedicata/o alla Proprietà Industriale? (\*)**

Sì

No

**11. L'azienda ha mai cercato informazioni relative alla Proprietà Industriale? (\*)**

Sì

No

**12. Quali sono state le fonti principali di tali informazioni (selezionare tutte le risposte pertinenti)?**

Ufficio della Proprietà Industriale (UIBM)

Altra agenzia o ufficio pubblico

Associazioni industriali / Camera di commercio

Legale d'azienda

Responsabile della Ricerca e Sviluppo

Studio legale specializzato

Consulente esterno

Contabile

Banca

Altro (specificare)

## D - Tutela della Proprietà Industriale

**13. L'impresa ha mai valutato la possibilità di tutelare i risultati dell'attività di Ricerca e Sviluppo attraverso il ricorso a titoli di Proprietà Industriale? (\*)**

Sì, sempre

Sì, occasionalmente

No

**14. L'azienda possiede attualmente titoli di Proprietà Industriale? (\*)**

Sì

No

**15. Quali forme di tutela della Proprietà Industriale sono utilizzate dall'impresa? (selezionare tutte le risposte)**

Brevetti da invenzione

Brevetti per modelli di utilità

Marchi (e altri segni distintivi)

Design e modelli

Altri titoli (nuove varietà vegetali, topografie dei prodotti a semiconduttori e altri)

Segreto industriale / commerciale

Altro (specificare)

Ulteriori informazioni (se fornite compilare cella a lato)

<b>16. Quali sono stati gli impatti positivi? (selezionare tutte le risposte pertinenti)</b>
<input type="checkbox"/> Incremento delle vendite
<input type="checkbox"/> Miglioramento dell'immagine e della reputazione aziendale
<input type="checkbox"/> Accesso facilitato al finanziamento
<input type="checkbox"/> Incremento dei profitti
<input type="checkbox"/> Nuove opportunità di collaborazione con imprese
<input type="checkbox"/> Miglioramento delle prospettive di lungo termine del business
<input type="checkbox"/> Altro (specificare)
<input type="checkbox"/> Nessuno dei precedenti
<b>17. Quali sono stati gli impatti negativi? (selezionare tutte le risposte pertinenti)</b>
<input type="checkbox"/> Impiegato troppo tempo e/o denaro nel processo di registrazione
<input type="checkbox"/> La registrazione non ha impedito l'imitazione
<input type="checkbox"/> Gestire e monitorare il portafoglio PI è molto oneroso
<input type="checkbox"/> Dispute legali costose e con risultati negativi
<input type="checkbox"/> Ingresso nel mercato ritardato
<input type="checkbox"/> Altro (specificare)
<input type="checkbox"/> Nessuno dei precedenti
<b>18. L'impresa possiede Proprietà Industriale che ha scelto di non registrare?</b>
<input type="checkbox"/> Sì
<input type="checkbox"/> No
<input type="checkbox"/> Non so
<b>19. Se sì, perché si è deciso di non procedere con la registrazione (selezionare tutte le risposte pertinenti)</b>
<input type="checkbox"/> Troppo complesso
<input type="checkbox"/> Troppo costoso
<input type="checkbox"/> Basso rischio d'imitazione
<input type="checkbox"/> Strumenti PI non adatti
<input type="checkbox"/> Strumenti PI non coerenti con la strategia di business (es. rallentano eccessivamente l'introduzione dei nuovi prodotti/ servizi sul mercato)
<input type="checkbox"/> Altra strategia di protezione (es. segreto industriale)
<input type="checkbox"/> Non aveva senso registrare (step innovativo non sufficiente, scope della protezione ristretto, etc...)
<input type="checkbox"/> Evitare costi di monitoraggio ed enforcement
<input type="checkbox"/> Altro (specificare)

## E - Gestione della Proprietà Industriale

<b>20. L'impresa ha risorse interne specificatamente dedicate alla gestione e alla verifica di casi di violazione dei diritti di Proprietà Industriale? (*)</b>
<input type="checkbox"/> L'impresa ha risorse interne dedicate
<input type="checkbox"/> L'impresa fa ricorso a risorse interne, solo occasionalmente dedicate alla gestione di casi di violazione della PI
<input type="checkbox"/> L'impresa non ha risorse interne dedicate
<b>21. Quali presidi impiega l'azienda per monitorare il mercato rispetto a possibili violazioni della PI? (selezionare tutte le risposte pertinenti) (*)</b>
<input type="checkbox"/> Persona / unità interna dedicata al monitoraggio sistematico
<input type="checkbox"/> Outsourcing del monitoraggio sistematico ad un'azienda / consulente esterno
<input type="checkbox"/> Informazioni ricevute dai business partner
<input type="checkbox"/> Segnalazioni dei consumatori
<input type="checkbox"/> Altro (specificare)
<input type="checkbox"/> Non prende alcuna misura
<b>22. Negli ultimi 5 anni, l'impresa è stata vittima di violazione della Proprietà Industriale?</b>
<input type="checkbox"/> Sì
<input type="checkbox"/> No

**23. Quale tipologia di Proprietà Industriale è stata violata? (selezionare tutte le risposte pertinenti)**

Brevetti da invenzione

Brevetti per modelli di utilità

Marchi (e altri segni distintivi)

Design e modelli

Altri titoli (nuove varietà vegetali, topografie dei prodotti a semiconduttori)

Segreto industriale / commerciale

Altro (specificare)

**24. La violazione è avvenuta in Italia o all'estero? (selezionare tutte le risposte pertinenti)**

Italia

Estero (indicare il/i Paese/i estero/i in cui è avvenuta la violazione)

**25. L'azienda adotta misure per evitare violazioni della Proprietà Industriale di altre società? (selezionare tutte le risposte pertinenti) (\*)**

Dipartimento legale interno

Consulenza legale esterna

Ricerca su database

Ricerca su Internet (siti web specializzati)

Altro (specificare)

Non prende alcuna misura

## F - Valorizzazione della Proprietà Industriale

**26. L'impresa ha una strategia per la valorizzazione dei propri diritti di Proprietà Industriale? (\*)**

L'impresa ha una strategia per la valorizzazione dei diritti di Proprietà Industriale, anche differenziata in relazione al "core business" e ai

L'impresa ha una strategia per la valorizzazione dei diritti di Proprietà Industriale, indifferenziata rispetto al "core business" o ai mercati

L'impresa non ha una strategia per la valorizzazione dei diritti di Proprietà Industriale

**27. L'azienda ritiene che la propria strategia sulla Proprietà Industriale sia di successo se (selezionare tutte le risposte pertinenti):**

Garantisce all'offerta una posizione unica sul mercato

Previene l'imitazione

Rende più costoso per i competitor operare nel business

Tutela la freedom-to-operate

Influenza la traiettoria tecnologica del settore

Genera ricavi dalle licenze

Consente di sviluppare partnership

Consente di misurare e gestire il rischio legale

Consente di risolvere le controversie PI a condizioni favorevoli

Evita di violare i diritti di terze parti

Altro (specificare)

**28. L'impresa effettua verifiche e valutazioni di coerenza del proprio patrimonio di Proprietà Industriale rispetto alle proprie attività progetti e mercati (ad esempio valutando se tutti i prodotti sono tutelati nei vari mercati di riferimento da concorrenti sleali)? (\*)**

Sì, regolarmente

Sì, ma solo occasionalmente

No, non effettua verifiche

**29. L'impresa è in grado di attribuire un valore economico al proprio patrimonio intangibile? (\*)**

Sì

Parzialmente

No

**30. Perché l'azienda ha sottoposto a valutazione la propria Proprietà Industriale? (selezionare tutte le risposte**

- Politica interna
- Licenza
- Cessione
- Inclusione PI in bilancio
- Richiesta finanziamenti
- Altro (specificare)

**31. Negli ultimi 3 anni, l'azienda ha acquistato / ceduto Proprietà Industriale a titolo definitivo (selezionare tutte le risposte pertinenti)?**

- Sì, ha acquistato Proprietà Industriale
- Sì, ha ceduto Proprietà Industriale
- No, non ha né acquistato né ceduto Proprietà Industriale

**32. Quale tipologia di Proprietà Industriale è stata acquistata o ceduta? (selezionare tutte le risposte pertinenti)**

- Brevetti
- Marchi (e altri segni distintivi)
- Design o modelli
- Altri titoli (nuove varietà vegetali, topografie dei prodotti a semiconduttori)
- Segreto industriale/commerciale
- Altro (specificare)

**33a. Perché l'impresa ha acquistato Proprietà Industriale? (selezionare tutte le risposte pertinenti)**

- Per ridurre i costi di ricerca e sviluppo
- Per velocizzare il time-to-market
- Per acquisire vantaggio competitivo
- Per accedere a risorse e/o conoscenze altrimenti non accessibili
- Per rispondere alle esigenze di un cliente (attuale o potenziale)
- Per implementare uno standard
- Altro (specificare)

**33b. Perché l'impresa ha ceduto Proprietà Industriale? (selezionare tutte le risposte pertinenti)**

- Per monetizzare Proprietà Industriale non utilizzata
- Per sopperire a necessità di capitale corrente
- Per reperire capitale funzionale a nuovi investimenti
- Altro (specificare)

**34. Negli ultimi 3 anni, l'azienda ha siglato un contratto di licenza di Proprietà Industriale o come licenziante o come licenziatario? (selezionare tutte le risposte pertinenti)**

- Sì, come licenziante
- Sì, come licenziatario
- No

**35. Quale tipologia di Proprietà Industriale è stata acquisita o concessa in licenza? (selezionare tutte le risposte**

- Brevetti
- Marchi (e altri segni distintivi)
- Design o modelli
- Altri titoli (nuove varietà vegetali, topografie dei prodotti a semiconduttori)
- Segreto industriale/commerciale
- Altro (specificare)

**36a. Perché l'impresa ha acquisito in licenza Proprietà Industriale? (selezionare tutte le risposte pertinenti)**

- Per ridurre i costi di ricerca e sviluppo
- Per velocizzare il time-to-market
- Per acquisire vantaggio competitivo
- Per accedere a risorse e/o conoscenze altrimenti non accessibili
- Per collaborare e sviluppare nuovi prodotti e servizi
- Per risolvere una disputa legale (anche potenziale)
- Per rispondere alle esigenze di un cliente (attuale o potenziale)
- Per implementare uno standard
- Altro (specificare)

**36b. Perché l'impresa ha concesso in licenza Proprietà Industriale? (selezionare tutte le risposte pertinenti)**

- Per incrementare i ricavi
- Per espandere il business in nuovi settori o aree geografiche senza sostenerne i costi ed i rischi
- Per espandere il business in nuovi settori o aree geografiche mantenendo il controllo della qualità
- Per collaborare e sviluppare nuovi prodotti e servizi
- Per risolvere una disputa legale (anche potenziale)
- Altro (specificare)

**37. L'azienda ha mai avviato lo sviluppo di una tecnologia nell'aspettativa che i rendimenti sarebbero stati realizzati esclusivamente attraverso le entrate della licenza, piuttosto che attraverso le vendite di prodotti?**

- Sì
- No

## Notazioni Finali

**Le risposte sono state fornite:**

- Consultando registri e documenti
- Tramite stime ragionevoli
- Tramite stime non affidabili
- In alcuni casi consultando registri e documenti in altri tramite stima

**Altri commenti**