


LA PI NELL'ISTRUZIONE

PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Le basi della PI per docenti



*Le basi
della PI
per
docenti*

Le basi della PI per docenti

Introduzione

La tua scuola ti chiede di preparare un progetto per un concorso didattico nazionale. Lavori con motivazione. Ti viene una bella idea. Ti impegni notevolmente per preparare un progetto dettagliato per far vincere il premio alla tua scuola. Poi, un ex collega di cui ti fidavi e a cui hai mostrato il tuo lavoro presenta un progetto simile per la sua nuova scuola, che vince il primo premio. Come ti senti?

La proprietà intellettuale (PI) protegge le creazioni dell'intelletto umano o della mente umana e lo scopo dei diritti di PI è proprio proteggerti da uno scenario simile.

La PI non è un'invenzione recente:

L'idea della PI non è nuova. Alcuni sostengono che risalga al 500 a.C., quando le persone hanno iniziato a creare strumenti per sopravvivere e migliorare la loro qualità di vita. Il primo diritto di proprietà intellettuale è sorto quando la *polis* greca di Sibari ha consentito ai suoi cittadini di ottenere un brevetto per «un qualsiasi miglioramento al benessere».

La *polis* intendeva premiare la creazione di ricette e pietanze originali. Da allora, sono stati introdotti numerosi miglioramenti e sono state scritte leggi in materia di proprietà intellettuale. Tuttavia, la finalità del diritto in materia di PI, ossia stimolare la creatività, è rimasta invariata nel corso del tempo. A tal fine, al creatore viene accordato una sorta di privilegio esclusivo di utilizzare la propria creazione.

Gli oggetti che fanno parte della nostra vita quotidiana oggi giorno stanno diventando sempre più complessi. Ad esempio, uno smartphone è protetto da centinaia di migliaia di diritti di PI. Lo stesso vale per la maggior parte degli oggetti e dei servizi che fanno parte della nostra vita moderna.



I **marchi** sono un segno distintivo che serve a distinguere i prodotti e i servizi di un'impresa da quelli dei suoi concorrenti. Dietro a un marchio ci sono persone che lavorano, investono, effettuano ricerche e sviluppano prodotti e servizi che migliorano diversi aspetti della nostra vita.

Marchi

- Nome del telefono
- Tono di avvio
- Logo Instagram



Alcune persone dedicano anni o addirittura decenni a un'invenzione che potrebbe cambiare il mondo. Ad alcuni viene in mente un'idea geniale in un momento «illuminante». L'idea alla base dei **brevetti** è che tali inventori meritano di essere ricompensati per il duro lavoro e per l'intuizione. In cambio della condivisione della propria invenzione, i titolari di brevetti acquisiscono i diritti esclusivi di produrre e vendere la propria invenzione o di distribuirla in altro modo.

Brevetti

- Metodi di trattamento dei dati
- Sistema operativo
- Funzionamento dell'interfaccia utente

Sapevi che...
esistono più di
250 000
brevetti attivi
pertinenti per gli smartphone di oggi?



Il **disegno o modello** comprende l'aspetto di un prodotto (o anche di una sua parte): la forma e il colore, i materiali utilizzati, l'imballaggio, quindi praticamente ogni articolo fabbricato può essere registrato come disegno o modello. Ma il disegno o modello va oltre! Comprende loghi, mappe, caratteri e altro ancora. Non è necessario che il disegno o modello sia bello, attraente o artistico: basta che sia diverso.

Disegni e modelli

- Forma del telefono in generale
- Disposizione e forma dei pulsanti
- Posizione e forma dello schermo



Diritto d'autore

- Software
- Manuali d'uso
- Suonerie
- Facebook
- Immagini

Il **diritto d'autore** è un insieme di norme che proteggono le opere artistiche e letterarie, come film, musica, poemi, dipinti, fumetti, ecc. È sostanzialmente il diritto di essere gli unici a decidere chi può utilizzare il proprio lavoro. Ad esempio, ipotizziamo che tu scriva una canzone. Se non concedi il permesso, nessun altro può copiarla o rivendicare la canzone come sua. È la tua canzone. Certo, se lo desideri, puoi concedere a qualcun altro il permesso di eseguirla o di registrarla.



Un **segreto commerciale** è un'informazione commerciale riservata avente valore commerciale o economico, che fornisce a un'impresa un vantaggio competitivo a motivo della sua segretezza. I segreti commerciali sono protetti senza registrazione o formalità. Di conseguenza, un segreto commerciale può essere protetto per un periodo di tempo illimitato. Devono essere soddisfatte alcune condizioni necessarie affinché le informazioni ottengano protezione. Le informazioni devono essere segrete, avere valore commerciale e il titolare del diritto deve aver compiuto un ragionevole sforzo per mantenerle segrete. Tuttavia, tali condizioni variano da paese a paese. Un esempio potrebbe essere la famosa formula della Coca Cola.

Diritto d'autore

Che cos'è il diritto d'autore?

Il diritto d'autore è uno dei diritti di proprietà intellettuale più noti e quello che maggiormente interessa i docenti. Protegge qualsiasi produzione tangibile della mente umana, purché tale produzione non sia semplicemente un'idea.

Tutti possono essere titolari di un diritto d'autore: grandi artisti, piccoli artisti, autori riconosciuti e autori non riconosciuti (che possono essere insegnanti o studenti). Una presentazione PowerPoint è probabilmente soggetta al diritto d'autore. Questa scheda informativa è sicuramente soggetta al diritto d'autore.

Per ottenere la protezione del diritto d'autore la produzione deve essere originale. In breve, un'opera è originale se riflette la personalità dell'autore ed esprime le sue scelte libere e creative.

L'esempio classico è quello di due pittori che siedono nello stesso momento davanti a un modello: sebbene il soggetto sia lo stesso, il lavoro di ciascun pittore sarà diverso.



Le opere originali comprendono romanzi, opere teatrali, poesie, musica, canzoni, disegni, dipinti, sculture, fotografie, copioni di film, film e video, disegni tessili, progetti architettonici, banche dati e programmi per computer.

La maggior parte di voi ha copiato da Internet una fotografia protetta dal diritto d'autore per una lezione. Tutti hanno scaricato un film o una canzone. Tali azioni rientrano nell'ambito della legge sul diritto d'autore.

La legge sul diritto d'autore conferisce al creatore diritti esclusivi di stabilire se e a quali condizioni la propria opera originaria possa essere utilizzata da altri. Conferisce al titolare due diritti.

Quali sono i tuoi diritti ai sensi della legge sul diritto d'autore?

Un diritto economico

- Di sfruttamento dell'opera. Il diritto di controllare la riproduzione dell'opera, la comunicazione dell'opera al pubblico nonché la relativa traduzione, adattamento, distribuzione e rivendita. Conferisce al creatore una protezione di lunga durata per compensarlo del lavoro svolto e, al contempo, assicurare che la sua famiglia possa beneficiare dei vantaggi economici dell'opera e del suo successo.
- Di essere riconosciuto quale autore della propria opera originale. I diritti morali sono diritti generalmente riconosciuti in Europa, anche se il loro livello di protezione differisce a seconda del paese.

Un diritto morale

Comprendono il diritto:

- di fare indicare il nome del creatore;
- di fare pubblicare un'opera in forma anonima o pseudonima;
- all'integrità dell'opera per impedire che l'opera subisca modificazione, deformazione o mutilazione.
- di decidere se e quando divulgare l'opera. Poiché si ritiene comunemente che quando un autore rende la propria opera pubblicamente disponibile espone un aspetto della sua personalità alla società, è comunemente accettato che i diritti morali non abbiano limiti di tempo.

In che modo un'opera è protetta dal diritto d'autore?

Non esiste alcun requisito di registrazione per la protezione del diritto d'autore. La protezione esiste dal momento in cui viene creata un'opera. In alcuni paesi sono disponibili procedure di registrazione facoltative. La registrazione può essere utile ai fini della fornitura di prove, in quanto può aiutare a dimostrare che l'opera esisteva a una certa data.

Il periodo di protezione del diritto d'autore è molto lungo. Nell'UE, la protezione dura per tutta la vita dell'autore e 70 anni dopo la sua morte.

Il diritto d'autore è territoriale. In altre parole, la protezione è concessa paese per paese. Tuttavia, gli strumenti internazionali, come le convenzioni internazionali contenenti norme applicabili a paesi di tutto il mondo, stabiliscono alcune norme minime per la protezione del diritto d'autore.

Quali sono le eccezioni ai diritti del creatore?

Le opere possono essere utilizzate senza il consenso dell'autore o del titolare dei diritti principalmente per i seguenti scopi, ma esistono altre eccezioni:

la riproduzione di un'opera per uso privato

l'uso di brevi citazioni di un'opera a fini di critica o recensione

l'uso di estratti a fini didattici o di ricerca scientifica

Domande frequenti (FAQ) per informare i consumatori sulle pratiche legali e illegali in relazione all'uso di contenuti su Internet protetti dal diritto d'autore e dai diritti correlati sono reperibili al seguente link al sito dell'EUIPO: [Domande frequenti sul diritto d'autore](#)



Marchi

Che cos'è un marchio?

Un marchio è un segno distintivo che identifica prodotti e servizi come provenienti da una particolare impresa e li distingue da quelli dei suoi concorrenti. Può trattarsi di una parola, un'immagine, un simbolo o una forma, un elemento figurativo, uno slogan, un colore o persino un suono.



Un marchio non è protetto di per sé, ma è protetto in relazione a prodotti e/o servizi specifici. Pertanto Nike, come nome, non è protetto. Tuttavia, il nome «Nike» in relazione all'abbigliamento sportivo è protetto. In teoria, ciò significa che qualcuno potrebbe anche utilizzare il nome «Nike» per vendere altri prodotti non correlati, ad esempio frutta e verdura. Tuttavia, è possibile concedere una protezione più elevata a marchi notoriamente conosciuti (come Nike), il che significa che non è consentito utilizzare il termine Nike in relazione a prodotti e servizi diversi dalle scarpe.

Un marchio è il diritto di PI che consente alle imprese di:

- stabilire un nesso tra i propri prodotti e servizi e i propri clienti;
- rafforzare la fedeltà dei clienti e il riconoscimento del marchio;
- distinguere i loro prodotti e servizi da quelli di imprese concorrenti.

I marchi:

- sono un elemento essenziale di successo in termini di concorrenza tra le imprese;
- rappresentano l'investimento di un'impresa nella propria immagine e marca;
- sono i diritti di PI preferiti dalla maggior parte delle imprese;
- sono spesso il bene più prezioso di un'impresa.

Un buon marchio non dovrebbe avere alcun nesso con i prodotti e servizi ai quali si riferisce. Proteggere «Scarpe sportive» in relazione a scarpe sportive non è possibile in quanto impedirebbe a chiunque di utilizzare la dicitura «scarpe sportive» per vendere le proprie scarpe sportive. «Nike», invece, non ha alcun legame diretto ed evidente con i prodotti cui si riferisce e chiunque può vendere scarpe sportive con qualsiasi altra denominazione. I marchi non influiscono sulla creatività o sull'innovazione delle imprese. Sono segni distintivi che possono essere protetti all'infinito, purché soddisfino i requisiti seguenti. Devono:

essere chiari, precisi, facilmente accessibili e obiettivi

avere un carattere distintivo

non ingannare il pubblico

essere disponibili

riferirsi a un elenco di prodotti e/o servizi

Come viene protetto un marchio?

Per essere protetti, i marchi devono essere registrati. A seconda del luogo in cui intendono svolgere attività commerciali, i richiedenti possono presentare domanda:

- attraverso gli uffici nazionali di PI per una protezione nazionale;
- attraverso l'[Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale](#) (EUIPO) per un marchio dell'Unione europea;
- attraverso l'[Organizzazione mondiale della proprietà intellettuale](#) (OMPI), per la protezione in più paesi tramite un'unica domanda che viene poi trasmessa e trattata in ciascuno dei paesi selezionati.

La registrazione di un marchio conferisce protezione per un periodo di diversi anni, di solito dieci, dalla data di deposito della domanda e può essere rinnovata illimitatamente per ulteriori periodi di dieci anni.

Quali sono i vantaggi dei marchi?

Valore economico

Sono uno dei beni più conosciuti e di maggior valore di un'impresa. Possono avere un enorme valore economico e una grande importanza per le imprese.

Procedura di registrazione

La procedura di registrazione è solitamente facile e rapida. È possibile ottenere la protezione di un marchio entro poche settimane.

Protezione

Offrono un'ampia protezione giuridica. Il titolare ha il diritto di vietare a terzi l'uso del marchio nel commercio. Ciò riguarda non solo qualsiasi segno identico per prodotti e servizi identici, ma anche un qualsiasi segno simile per prodotti e servizi simili, purché vi sia un rischio di confusione da parte del pubblico.

Quali sono gli svantaggi dei marchi?

Spese

Il titolare del marchio deve pagare per registrare e rinnovare i marchi (ma molto meno rispetto ai brevetti).

Obbligo d'uso

L'obbligo di utilizzare il marchio per i prodotti e servizi per i quali è stato registrato; in assenza di tale uso dopo un determinato periodo (normalmente 5 anni), il marchio può essere annullato.

Uso generico della denominazione

I titolari di marchi devono assicurarsi che il loro segno registrato non diventi una denominazione generica, ossia il nome comunemente utilizzato per descrivere i prodotti o servizi in questione.

Disegni e modelli

Che cos'è un disegno o modello?

Un disegno o modello è il diritto di PI che protegge l'aspetto di un prodotto. Nella definizione giuridica, è l'aspetto esteriore o visibile dell'intero prodotto o di una sua parte quale risulta dalle sue caratteristiche. Tali caratteristiche possono essere linee, colori, forme, strutture, contorni, materiali o decorazioni. Questa definizione molto ampia comprende quasi ogni creazione con aspetti visibili.

Possono essere protetti come disegni e modelli i seguenti elementi:

- qualsiasi oggetto o prodotto industriale o artigianale
- imballaggio
- simboli grafici
- parti assemblate in un prodotto complesso
- disegni e opere d'arte

Per essere considerato un disegno o modello, un prodotto non deve necessariamente essere fabbricato su scala industriale o avere valore artistico.

Il successo e l'importanza di un disegno o modello risiedono nell'interesse suscitato negli utenti del prodotto. Gli utenti sono attratti spesso da disegni e modelli altamente creativi. Nuove forme o colori possono dare un forte slancio alla vendita di prodotti comuni e, pertanto, il disegno o modello del prodotto può diventare un elemento chiave negli sforzi di un'impresa per rendere i propri prodotti più attraenti per gli utenti. Di conseguenza, i disegni e modelli industriali possono avere un valore commerciale molto elevato e un produttore può ottenere un vantaggio decisivo sul mercato modificando l'aspetto del suo prodotto.

Affinché l'aspetto del prodotto possa beneficiare della protezione come disegno o modello in Europa, deve soddisfare due requisiti:

Novità: Un disegno o modello si considera nuovo quando nessun disegno o modello identico è stato messo a disposizione del pubblico anteriormente alla data di deposito della domanda.

Carattere individuale: Il disegno o modello deve dare un'impressione generale diversa a un «utilizzatore informato» rispetto a qualsiasi altro disegno o modello divulgato in precedenza. L'«utilizzatore informato» è una figura intermedia che non è né un designer né un esperto tecnico.

I seguenti prodotti sono esclusi dalla protezione dei disegni e modelli:

- programmi per computer;
- quelli contrari all'ordine pubblico o al buon costume, per esempio immagini o messaggi osceni, razzisti o immorali;
- quelli che incorporano simboli o emblemi ufficiali protetti, come la bandiera nazionale;
- componenti non visibili di prodotti complessi;
- caratteristiche dell'aspetto del prodotto dettate unicamente da una funzione tecnica.

Come viene protetto un disegno o modello?

Per ottenere una protezione completa un disegno o modello deve essere registrato. I disegni e modelli possono essere registrati:

- a livello nazionale attraverso gli uffici nazionali di PI;
- a livello di Unione europea, come disegno o modello comunitario che copre tutti gli Stati membri dell'UE automaticamente con un'unica registrazione attraverso l'[Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale](#) (EUIPO);
- mediante una domanda internazionale gestita dall'[Organizzazione mondiale della proprietà intellettuale](#) (OMPI).

La registrazione è rapida e un disegno o modello comunitario può essere registrato in pochi giorni. La protezione di un disegno o modello è limitata nel tempo. Nell'Unione europea, il periodo iniziale di protezione è di cinque anni dalla data di deposito della domanda. La protezione può essere rinnovata per ulteriori periodi di cinque anni ciascuno, fino a un massimo di 25 anni.

Quali sono i vantaggi dei disegni e modelli registrati?

Titolo ufficiale

Dimostrare l'esistenza e la titolarità del disegno o modello.

Esclusiva

La protezione offerta dai diritti registrati conferisce al titolare del disegno o modello il diritto esclusivo di utilizzarlo.

Protezione

Il titolare di un disegno o modello registrato può vietare a terzi di utilizzare il disegno o modello protetto in diversi modi, tra cui: fabbricazione, offerta o immissione sul mercato del disegno o modello protetto, importazione, esportazione o uso di un prodotto in cui il disegno o modello è incorporato e immagazzinaggio di tale prodotto per i suddetti fini.

Disegni e modelli non registrati

In Europa un disegno o modello può anche essere protetto automaticamente senza registrazione per l'intera Unione europea. Tuttavia, tale protezione è limitata e ha una durata di soli tre anni dalla data in cui il disegno o modello è stato messo a disposizione del pubblico per la prima volta nell'Unione europea. Tale protezione è applicabile solo nei confronti di copie identiche del disegno o modello. Questo sistema di tutela è molto utilizzato nel settore della moda.

Indicazioni geografiche

Che cos'è un'indicazione geografica?

Un'indicazione geografica (IG) è un segno utilizzato su prodotti aventi una specifica origine geografica e le cui qualità e/o notorietà sono attribuibili a tale origine. Le IG sono usate generalmente per prodotti agricoli, prodotti alimentari, vini e bevande alcoliche, prodotti artigianali e prodotti industriali e fanno riferimento a nomi di luoghi. Tuttavia, anche le denominazioni non geografiche possono essere protette se sono collegate a un determinato luogo. Ad esempio, il formaggio Feta non prende il nome da un luogo, bensì dal termine italiano «fetta», incorporato nella lingua greca nel XVII secolo. Tuttavia, diversi fattori, come il fatto che l'85 % del consumo annuo e pro capite di formaggio Feta nell'Unione europea abbia luogo in Grecia o che la Feta sia normalmente commercializzata con etichette che fanno riferimento a tradizioni culturali greche e alla civiltà di quel paese, comportano che i consumatori europei percepiscano la Feta come un prodotto intrinsecamente greco.

Per essere considerata tale, un'IG:

- deve identificare un prodotto come originario di un determinato luogo (ad esempio «Chianti» identifica un vino originario della regione italiana del Chianti e «Roquefort» un formaggio originario della regione francese Roquefort-sur-Soulzon);
- le qualità, le caratteristiche o la reputazione del prodotto dovrebbero derivare dal luogo di origine (ad esempio, le qualità del Chianti sono dovute alle uve coltivate nel terreno di quella specifica regione italiana, mentre le qualità del Roquefort sono il risultato delle caratteristiche del latte ottenuto da razze indigene di pecore, nutrite secondo la tradizione, e delle caratteristiche delle cantine in cui il formaggio viene stagionato).

Protezione dell'Unione europea per le IG

Le denominazioni d'origine protette (DOP) identificano i prodotti che sono fabbricati, trasformati e preparati in una specifica zona geografica, utilizzando il know-how riconosciuto dei produttori locali e gli ingredienti della regione interessata.

I prodotti DOP richiedono quindi che tutte le fasi del processo di produzione alimentare si svolgano nella zona interessata. Tra gli esempi di DOP si annoverano Bordeaux DOP (Francia, vino), Cava DOP (Spagna, vino), Manouri DOP (Grecia, formaggio)



Le indicazioni geografiche protette (IGP) identificano prodotti la cui qualità o notorietà è legata al luogo o alla regione in cui sono prodotti, trasformati o preparati, anche se gli ingredienti utilizzati non devono provenire necessariamente da tale zona geografica. I prodotti che recano il logo IGP hanno una caratteristica o una reputazione specifica che li associa a un determinato luogo e almeno una fase del processo di produzione deve essere condotta in tale zona, mentre le materie prime utilizzate nella produzione possono provenire da un'altra regione. Tra gli esempi di IGP si annoverano Činaté pivo (Repubblica ceca, birra), Lammefjordskartofler IGP (Danimarca, ortaggio) o Primorska IGP (Slovenia, vino).

Puoi trovare maggiori informazioni sulle indicazioni geografiche su <https://www.tmdn.org/giview/>

Oppure puoi scoprire prodotti IG di qualità europea con squisite ricette qui: [Ricette IG](#)

Segreti commerciali

Che cos'è un segreto commerciale?

Il termine «segreto commerciale» può sembrare obsoleto. In un'epoca di ricerche immediate su Internet, ben poco sembra essere sconosciuto o inconoscibile. Tuttavia, i segreti commerciali hanno ancora, e probabilmente avranno sempre, un ruolo importante da svolgere nel conferire alle imprese un vantaggio competitivo. Insieme ai marchi, i segreti commerciali sono elementi chiave di molte reti di franchising, come ristoranti fast food, parrucchieri, negozi di abbigliamento, ecc.

I segreti commerciali, talvolta definiti come know-how, riguardano le informazioni commerciali riservate che forniscono a un'impresa il proprio vantaggio competitivo. Un segreto commerciale è costituito da informazioni di cui sono a conoscenza solo le imprese che possiedono i prodotti e i loro dipendenti.

I segreti commerciali comprendono segreti di fabbricazione/industriali e segreti commerciali. Includono, tra l'altro, metodi di vendita, metodi di distribuzione, profili dei consumatori, strategie pubblicitarie, elenchi di fornitori e clienti, listini prezzi e, ovviamente, processi di produzione.

Può trattarsi di informazioni positive (buone prassi) così come di informazioni negative (errori da evitare).

Quali criteri si applicano al segreto commerciale?

Un segreto commerciale può essere tale solo fintanto che rimane un segreto. Le informazioni coperte da segreto commerciale:

devono avere valore aziendale, commerciale o economico;

non devono essere note;

non devono essere facili da scoprire.

Occorre dimostrare il compimento di ragionevoli sforzi volti a mantenere la segretezza.

TOP SECRET

Un segreto commerciale è un diritto di proprietà intellettuale?

La risposta è no. I segreti commerciali non sono un diritto di proprietà intellettuale in quanto tale. Il detentore di un segreto commerciale non ha un diritto esclusivo sulla propria creazione. Non può impedire ai concorrenti di scoprire il segreto o di trovare soluzioni analoghe.

I segreti commerciali possono essere indipendenti o complementari ai brevetti. Sono utilizzati ampiamente nel processo creativo alla base dell'innovazione. Fino a quando un'invenzione non è oggetto di domanda di protezione, l'inventore deve prestare grande attenzione a mantenere la riservatezza della propria creazione al fine di garantire il requisito della novità.

Negli accordi di franchising, l'affiliante fornisce agli affiliati il know-how pertinente che viene regolarmente aggiornato al fine di mantenere il vantaggio competitivo della rete di franchising.

I segreti commerciali sono protetti legalmente solo nei casi in cui qualcuno abbia ottenuto le informazioni riservate con mezzi illegittimi (ad esempio spionaggio, furto o corruzione).

Brevetti

Che cos'è un brevetto?

Un brevetto conferisce agli innovatori la protezione per un'invenzione. Un'invenzione è una soluzione a un problema tecnologico specifico sotto forma di prodotto o di processo, che facilita o migliora la nostra vita. Quando una nuova soluzione ha successo, diventa uno strumento potente nelle mani dell'innovatore e un importante vantaggio competitivo per un'impresa sul mercato.

È quindi molto probabile che i concorrenti vogliano realizzare prodotti simili o identici. Il brevetto, volto a proteggere l'innovatore e incoraggiare ulteriormente la creatività, consente all'innovatore di impedire ad altri di riprodurre, utilizzare, vendere o importare un prodotto che copi la sua invenzione.

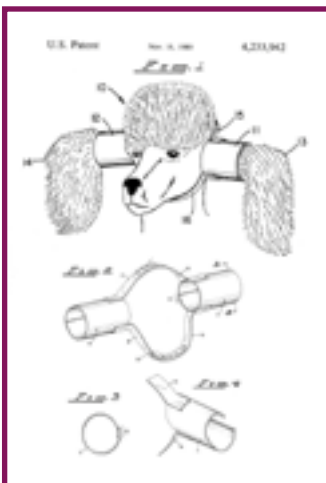
Un brevetto blocca una particolare tecnologia e i relativi miglioramenti; per questo la validità del brevetto è limitata nel tempo. La durata massima della protezione di un brevetto europeo è di 20 anni dalla data di deposito.

Le invenzioni possono essere qualcosa di semplice come un giocattolo o di complicato come un'arma nucleare. La Corte suprema degli Stati Uniti ha ritenuto che sia brevettabile «tutto ciò che è fatto dall'uomo». Per essere brevettabile, un'invenzione deve soddisfare tre requisiti:

Novità: non era nota al pubblico precedentemente in nessuna forma, in nessun luogo e in nessun momento.

Attività inventiva: deve andare un passo oltre a quanto già noto. Non può essere semplicemente «continuità» o «variazione» di quanto già esistente.

Applicazione industriale: può essere prodotto o utilizzato su scala industriale.



Un esempio

Quest'invenzione prevede un dispositivo per proteggere le orecchie degli animali, in particolare dei cani a pelo lungo, ed evitare che le sporchino con il cibo mentre mangiano.

Il dispositivo prevede un elemento di forma generalmente tubolare per inserire e proteggere ciascun orecchio dell'animale e un elemento per distanziare l'elemento tubolare e le orecchie dell'animale dalla bocca e dal cibo mentre l'animale mangia.

Come viene registrato un brevetto?

Un'impresa o un innovatore può presentare domanda di brevetto:

- in un paese specifico attraverso l'ufficio nazionale dei brevetti
- in uno o più paesi europei attraverso l'[Ufficio europeo dei brevetti](#) (UEB)
- a livello globale attraverso l'[Organizzazione mondiale della proprietà intellettuale](#) (OMPI)

Quali sono gli svantaggi dei brevetti?

Tempo

Il trattamento delle domande può durare anni.

Pubblicazione

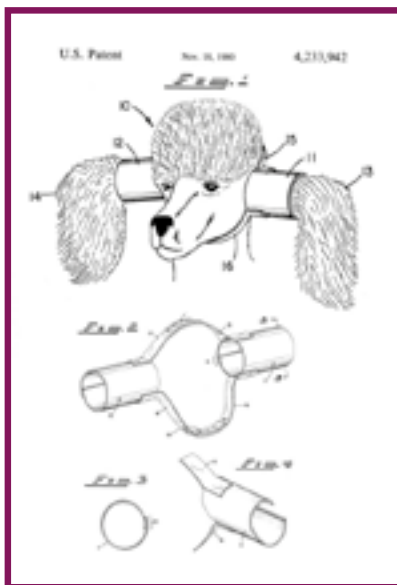
Il processo di domanda comporta la pubblicazione dei dettagli tecnici (il segreto dell'invenzione).

Spese

Un brevetto deve essere rinnovato annualmente. Dato che le invenzioni sono spesso protette da più brevetti, le spese possono aumentare rapidamente.

Ottenere un brevetto non garantisce il successo commerciale. L'innovatore deve assicurarsi che i vantaggi di un brevetto siano superiori al tempo, allo sforzo e al denaro necessari per ottenerlo e conservarlo. Al momento della registrazione di un brevetto, le imprese devono descrivere la loro invenzione nei dettagli e svelarne i segreti. Un brevetto non protegge i prodotti in quanto tali, ma protegge le diverse fasi dell'innovazione nelle cosiddette rivendicazioni. La redazione di rivendicazioni brevettuali adeguate è una forma d'arte di per sé e deve essere effettuata da avvocati specializzati in ambito brevettuale.

La rivendicazione



Dispositivo per la protezione delle orecchie di un animale comprendente:

- una coppia di protezioni generalmente tubolari, ciascuna delle quali è formata da uno strato di materiale autopolarizzante che, allo stato libero, tende ad assumere detta forma generalmente tubolare;
- ciascuna di tali protezioni è apribile longitudinalmente per consentire il facile inserimento di un orecchio dell'animale;
- mezzi di posizionamento per congiungere in modo flessibile un'estremità di una protezione tenuta distanziata con un'estremità dell'altra protezione e per fissare detto dispositivo alla testa di detto animale in modo che l'asse longitudinale di ciascuna protezione e una parte di ciascun orecchio di detto animale siano tenuti generalmente in senso orizzontale e approssimativamente in senso perpendicolare rispetto alla testa di detto animale, affinché le estremità delle orecchie di detto animale siano separate da una distanza maggiore della larghezza della testa dell'animale.

Molte grandi imprese utilizzano altri diritti di PI per proteggere prodotti che avrebbero potuto essere registrati come brevetti senza rivelare i loro segreti. Coca Cola, per esempio, non ha mai brevettato la formula dei suoi prodotti, preferendo mantenerla segreta. Questa scelta strategica ha aiutato l'impresa ad assicurarsi che la «Coca Cola» rimanga famosa senza rischiare l'esposizione della sua ricetta.

In questo caso, la decisione di registrare un brevetto dipende anche dal mistero e dalla tecnicità del brevetto stesso. Se un'invenzione può essere facilmente decodificata tramite lo smantellamento, per esempio, di un motore, la protezione del segreto non funzionerà. Nel caso della Coca Cola, la scelta era appropriata in quanto era molto difficile effettuare una retroanalisi.

Quiz sulla PI

La proprietà intellettuale ...

- A esiste da molto tempo
- B è costituita da una serie di diritti
- C protegge le creazioni
- D tutte le risposte precedenti sono corrette

La proprietà intellettuale può...

- A proteggere le invenzioni
- B proteggere le presentazioni e le opere scritte
- C aggiungere valore a un'impresa
- D tutte le risposte precedenti sono corrette

Per ottenere un brevetto, un'invenzione deve...

- A essere nuova
- B andare un passo oltre a quanto già esiste
- C essere applicabile a livello industriale
- D tutte le risposte precedenti sono corrette

Un marchio...

- A protegge un'invenzione
- B protegge informazioni riservate
- C distingue prodotti e servizi
- D protegge l'aspetto dei prodotti

Un disegno o modello...

- A è l'aspetto esteriore di un intero prodotto o di una sua parte
- B non deve essere registrato per godere di piena protezione
- C deve avere valore artistico
- D di solito non ha un elevato valore commerciale

Il diritto d'autore diventa effettivo ...

- A quando una creazione viene pubblicata o esposta
- B automaticamente all'atto di creazione di un'opera
- C quando una creazione è registrata
- D quando una creazione è preziosa

Quali di questi sono protetti dal diritto d'autore?

- A programmi per computer e banche dati
- B fotografie e video
- C partiture musicali e canzoni
- D tutte le risposte precedenti sono corrette

Se uno studente ha una grande idea innovativa, dovrebbe...

- A fare attenzione quando ne parla con gli altri
- B chiedere consigli su come proteggerla
- C pubblicizzala sui social media per renderla nota
- D le risposte A e B sono corrette

Uno smartphone in media ha... brevetti.

- A 250
- B 2 500
- C 25 000
- D 250 000

Un'automobile è protetta da ...

- A brevetti
- B un marchio e un disegno o modello registrato
- C diritto d'autore
- D tutte le risposte precedenti sono corrette

Risposte: ID 2D 3D 4C 5A 6B 7D 8D 9D 10D