

# PROTEGGERE L'INNOVAZIONE MEDIANTE I SEGRETI COMMERCIALI E I BREVETTI: FATTORI DETERMINANTI PER LE IMPRESE DELL'UNIONE EUROPEA

---

## SINTESI



Luglio 2017

PROTEGGERE L'INNOVAZIONE MEDIANTE  
I SEGRETI COMMERCIALI E I BREVETTI:  
FATTORI DETERMINANTI PER LE IMPRESE DELL'UNIONE EUROPEA

**SINTESI**

# Sommario

Sommario

Elenco delle abbreviazioni

Elenco delle tabelle e delle figure

Sintesi

1. Introduzione
    - a. Protezione delle innovazioni e appropriabilità dei proventi delle innovazioni
    - b. Definizione di segreto commerciale
    - c. Contesti giuridici differenti
    - d. I segreti commerciali nei dettagli
  2. Letteratura e ipotesi
    - H1. Livello di concorrenza nell'innovazione
    - H2. Livello di innovazione
    - H3. Tipo di innovazione
    - H4. Pratiche innovative aperte
    - H5. Limiti finanziariCombinare brevetti e segreti commerciali
  3. Dati
  4. Primo esame delle prove: analisi descrittiva
    - a. Tassi di innovazione per paese
    - b. Segreti commerciali e brevetti per dimensione d'impresa
    - c. Segreti commerciali e brevetti per settore economico
    - d. Segreti commerciali e brevetti per tipo di innovazione
    - e. Segreti commerciali e brevetti e cooperazione nell'innovazione
  5. Analisi econometrica
    - a. Modelli
    - b. Variabili
    - c. Risultati dell'analisi econometrica
      - H1. Livello di concorrenza nell'innovazione
      - H2. Livello di innovazione
      - H3. Tipo di innovazione
      - H4. Pratiche innovative aperte
      - H5. Limiti finanziariComplementarietà tra segreti commerciali e brevetti  
Altri fattori che incidono sulla scelta del metodo di protezione
  6. Conclusioni e orientamenti per ricerche future
- Riferimenti

## Sintesi

A dispetto della loro importanza economica e, in particolare, del loro ruolo ai fini della protezione dei proventi dell'innovazione, i segreti commerciali ricevono scarsa attenzione e il loro rapporto con i brevetti è spesso frainteso. Il presente studio intende fare luce sull'argomento, partendo dai dati rappresentativi a livello d'impresa contenuti nell'indagine comunitaria sull'innovazione (CIS), che riguarda quasi 200 000 aziende operative nel settore dell'industria manifatturiera e dei servizi in Europa.

In uno studio realizzato nel 2016 in collaborazione con il Centro per la ricerca economica europea (ZEW) di Mannheim, l'EUIPO ha esaminato, tramite l'Osservatorio, i fattori determinanti e gli impatti in termini di prestazioni della protezione dell'innovazione mediante l'uso di brevetti e di segreti commerciali da parte delle imprese tedesche. Si è prestata particolare attenzione all'interazione tra brevetti e segreti commerciali e agli impatti in termini di prestazioni della strategia di protezione prescelta, a livello non solo di impresa ma anche di innovazione individuale<sup>1</sup>.

Sulla base di questo lavoro l'EUIPO, tramite l'Osservatorio, sta cercando di migliorare la propria comprensione del ruolo e del contributo dei segreti commerciali nel portafoglio della PI delle imprese a livello dell'Unione europea.

Partendo dalle proposte di modelli teorici sull'interazione tra brevetti e segreti commerciali, viene esaminata una serie di fattori che si ritiene influenzino l'uso dei due meccanismi di protezione. Un'attenzione particolare è rivolta alle preferenze per brevetti o segreti commerciali, nonché ai fattori che incidono sulla scelta di una determinata strategia di protezione. Mentre le analisi precedenti hanno spesso considerato i due metodi come sostitutivi l'uno dell'altro, il presente studio ne sottolinea la complementarità.

I risultati principali che emergono dall'analisi sono i seguenti.

1. Le imprese innovative utilizzano spesso sia i brevetti sia i segreti commerciali per proteggere le loro innovazioni.
2. Il ricorso ai segreti commerciali per proteggere le innovazioni è maggiore rispetto al ricorso ai brevetti per gran parte dei tipi di aziende, nella maggior parte dei settori economici e in tutti gli Stati membri<sup>2</sup>.
3. Sia i segreti commerciali sia i brevetti potrebbero essere utilizzati nelle aziende dotate di un dipartimento interno di ricerca e sviluppo (R&S), con un elevato livello di spesa in innovazione e quando l'innovazione è nuova per il mercato. Si preferiscono i segreti commerciali quando l'innovazione è nuova soltanto per l'impresa.
4. È più probabile che i brevetti siano utilizzati (da soli o in combinazione con i segreti commerciali) quando il prodotto innovativo è un bene fisico piuttosto che un servizio.
5. È più probabile che i segreti commerciali (spesso senza brevetti) siano utilizzati per l'innovazione dei processi e per le innovazioni nei servizi.
6. È probabile che i segreti commerciali (da soli o in combinazione con i brevetti) siano utilizzati per mantenere o rafforzare la competitività delle innovazioni introdotte dalle aziende coinvolte in pratiche innovative aperte, come la cooperazione nella ricerca, specialmente con partner lontani (non europei).

---

<sup>1</sup> I dati sulle innovazioni individuali erano disponibili soltanto nella CIS tedesca. Nel presente studio, basato sui dati di tutti gli Stati membri dell'UE, tutte le analisi si riferiscono al livello dell'impresa.

<sup>2</sup> Il presente studio si basa sui dati relativi a 24 Stati membri. Nelle rispettive versioni della CIS, Repubblica ceca, Danimarca, Francia e Spagna non hanno inserito le domande relative al ricorso ai segreti commerciali.

7. Vi è una propensione a preferire i segreti commerciali ai brevetti nei mercati caratterizzati da una forte concorrenza a livello di prezzi. Vi è una propensione a utilizzare sia i segreti commerciali sia i brevetti nei mercati caratterizzati da una forte concorrenza a livello di qualità. Ciò è collegato al risultato 5 di cui sopra. Una forte concorrenza a livello di prezzi è tipica dei mercati dei beni di consumo, in cui le opportunità di differenziazione/innovazione di prodotti sono scarse e i margini possono essere migliorati con l'innovazione a livello di processi/costi.

Va osservato che, come con tutte le analisi econometriche di questo tipo, occorre prestare attenzione all'interpretazione dei risultati. I risultati del presente studio svelano il rapporto esistente tra talune caratteristiche delle aziende, i mercati in cui esse operano e la strategia di protezione prescelta. Tuttavia, tali risultati non devono essere interpretati come prova inconfutabile di un rapporto di causa-effetto. Per individuare più chiaramente i fattori causali sono necessari studi più approfonditi e dati migliori.

Ciononostante, si auspica che i risultati dello studio offrano una base ai responsabili politici per elaborare ulteriormente politiche in questo settore a seguito dell'adozione della direttiva sui segreti commerciali nel 2016.