

Promuoviamo le vostre invenzioni all'estero

Studio Bonini: non solo depositi di marchi e brevetti ma anche licensing

Investire in proprietà intellettuale è una sfida che l'Italia dovrà cogliere per diventare davvero competitiva in Europa e nel mondo: la protezione non è un costo, ma un investimento sul futuro!

La proprietà intellettuale è la cassaforte dell'**innovazione**: è l'unica protezione dagli attacchi della concorrenza, è un investimento che garantisce la continuità dei flussi di denaro che provengono all'azienda sia attraverso la vendita di prodotti, sia attraverso licenze o cessioni di brevetti nei mercati dove l'azienda non potrebbe essere presente.

La battaglia dell'innovazione si gioca sul **mercato internazionale**: gli italiani non difettano di idee innovative, ma difettano di consapevolezza delle necessità della protezione (brevetti) della valorizzazione dell'innovazione (licensing). Purtroppo ancora troppi imprenditori sono convinti che investire in un brevetto sia inutile perché questo verrà copiato e che difenderne la proprietà sia troppo costoso e lento. «Chi innova vuole proteggere gli sforzi economici e i vantaggi ottenibili dal mercato - spiega **Ercole Bonini** - Ecco perché non basta più solo offrire alle imprese i tradizionali servizi di deposito di marchi e brevetti fino all'ottenimento di titoli di proprietà industriale, oppure proteggerli dagli attacchi della concorrenza, ma è indispensabile affiancare le imprese in un percorso nuovo. Le imprese cominciano ad essere sensibili alle operazioni di licensing». Attraverso il



NELLE FOTO
da sx a dx Francesco Bonini, Ercole Bonini, Raffaele Bor

licensing si realizzano flussi di denaro significativi, senza aver necessità di esportare il prodotto nei paesi di alto interesse economico, ma difficilmente raggiungibili.

È necessario solo trovare un **partner locale** che sia interessato al prodotto italiano e per questo paghi le relative royalties all'azienda titolare dei diritti esclusivi.

«Noi, con i nostri contatti nel mondo - osserva l'ingegner Bonini - mettiamo i nostri clienti in grado di trovare i giusti partner».

Ed è questa la via perché i prodotti italiani si affermino sempre più nel mondo.

di **ANNA TRENTI** #