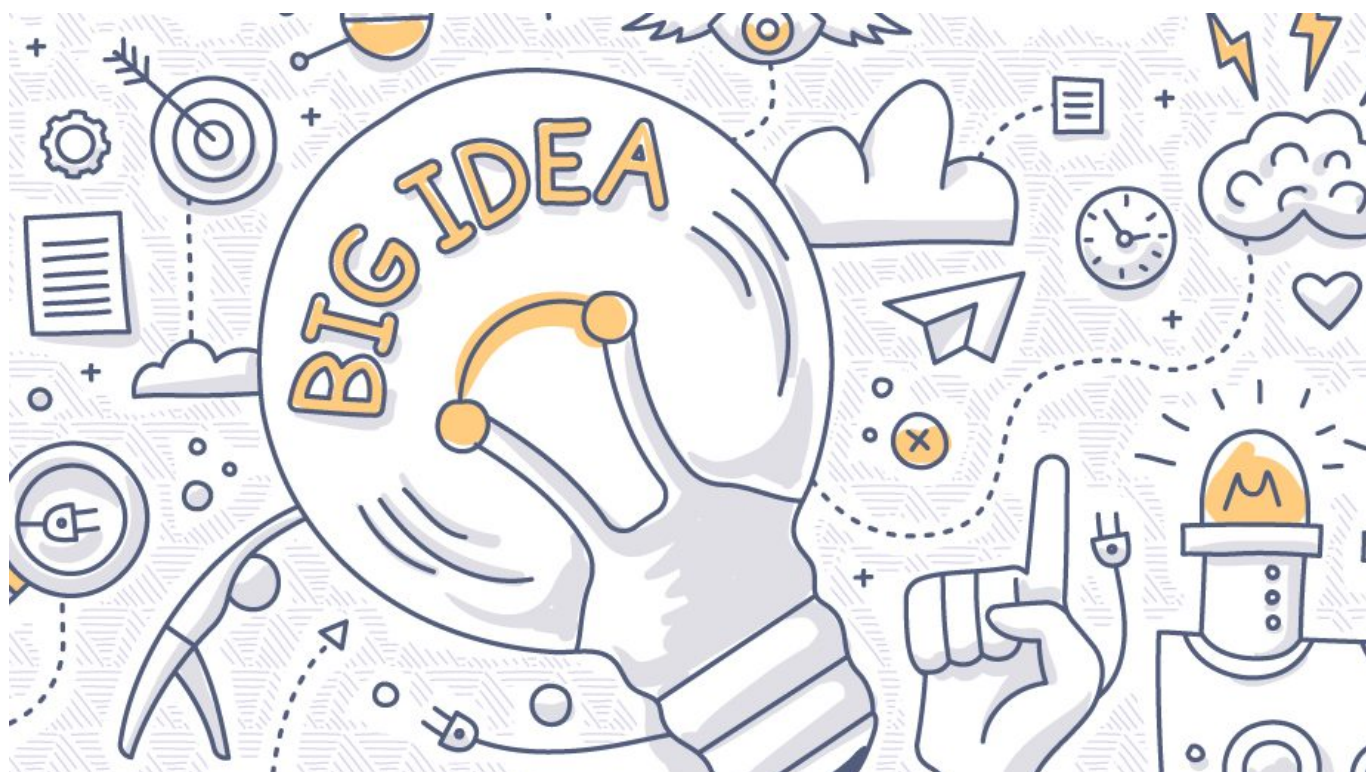


Trovare nuovi mercati in una situazione economica difficile: perché non provare con il licensing?

di Redazione VeneziaPost

01-03-2020



Che gli statunitensi abbiano una speciale predisposizione a fare affari in tutti i campi non è una novità. Ma forse non tutti sanno che gli statunitensi sono maestri a fare business con le proprie idee, ma utilizzando mezzi produttivi ed organizzazioni commerciali di altre aziende, anche in Paesi lontani.

Mi riferisco alla possibilità effettiva di dare licenze su brevetti che proteggono innovazioni nei campi più svariati. Fino a qualche anno fa gli USA erano il primo Paese al mondo per numero di depositi di brevetto. Ora la Cina ha surclassato gli USA con più di un milione di domande di brevetto all'anno!

Purtroppo, noi italiani siamo gli ultimi in Europa per depositi di brevetto, nonostante che di idee nuove e brillanti ne abbiamo e ne produciamo tante: tutto il mondo ci invidia certi prodotti, soprattutto il nostro design che veste ogni cosa e la fa apparire con una marcia in più. Ma noi non proteggiamo le nostre creazioni e, quindi, siamo copiati a man bassa dove i mercati sono più fiorenti!

Così non sappiamo quanto potrebbe essere benefico per le finanze delle nostre PMI dare in licenza i nostri brevetti e incassare royalties, il metodo più facile di far soldi!

Gli statunitensi, oltre 40 anni fa, hanno costituito una specifica organizzazione, il LES (Licensing Executives Society) che raggruppa i professionisti che si interessano di licenze per i propri clienti. Lo scopo è quello di approfondire certe tematiche del Licensing e quello di creare networking.

Il meccanismo della licenza è semplicissimo, anche se è necessario fare un buon contratto: l'azienda che crea l'innovazione deposita il proprio brevetto non solo in Italia, ma anche e soprattutto nei Paesi dove esporta o anche dove c'è mercato, sebbene non ancora raggiunto. In tal modo, l'azienda può proporre a un produttore del luogo di produrre e vendere il proprio prodotto a fronte del pagamento di royalties che, di solito, si calcolano come percentuale sul prezzo di vendita.

Così facendo, anche se l'azienda è una PMI, pur non avendo una potente organizzazione commerciale, riesce a far vendere il proprio nuovo prodotto nei mercati più lontani come la Cina, il Giappone, la Korea del Sud.

E' questa la via maestra per far veramente fruttare le proprie idee e far crescere l'azienda!

Purtroppo, il Licensing è praticamente sconosciuto o pochissimo praticato in Italia, mentre è ben conosciuto all'estero: basti pensare che il LES è presente in ben 33 Paesi nel mondo, compresa l'Italia.

Fare parte del LES, come il sottoscritto, significa essere costantemente aggiornati sulle tecniche di redazione dei contratti di licenza rispettando le regole che ogni Paese impone e che cambiano. Significa anche conoscere le persone giuste che possono trovare gli interlocutori giusti che l'azienda cerca .

Se, ad esempio, non si conosce un interlocutore in Cina o in Giappone al quale proporre il nostro prodotto, i membri del LES sono preziosi interlocutori e sanno dove "pescare" l'azienda del luogo interessata.

Se gli statunitensi hanno inventato il Licensing, anche noi possiamo, anzi, dobbiamo muoverci in questa giusta direzione e, forse, ne abbiamo molto bisogno vista la dimensione ridotta delle nostre aziende.

Se il mondo intero apprezza le nostre invenzioni, il nostro design unico nello stile, è anche vero che le nostre PMI non possono coprire le necessità del mondo intero, non ne hanno la struttura e la capacità.

Attivarsi dando in licenza i propri prodotti e incassando royalties consente di far entrare maggiori risorse economiche in azienda, che potranno essere reinvestite, permettendone così l'espansione e la crescita. Perché non provarci?

e.bonini@ipbonini.com