



Intellectual Property Awareness and Enforcement:
Innovative Services for the Mediterranean Smes



Projet cofinancé par le Fonds Européen
de Développement Régional (FEDER)
Project cofinanced by the European Regional
Development Fund (ERDF)

MANUALE DI *Proprietà Intellettuale*



Intellectual Property Awareness and Enforcement:
Innovative Services for the Mediterranean Smes



MANUALE DI *Proprietà Intellettuale*

Questo manuale è una presentazione di una serie di topic sulla proprietà intellettuale che una società dovrebbe considerare nella realizzazione del suo business.

Per ulteriori informazioni sui diritti di proprietà intellettuale, si prega di contattare il referente locale del progetto.

Avvertenza

Le informazioni contenute in questa guida non sostituiscono la consulenza legale professionale; lo scopo principale è quello di fornire informazioni di base su diritti di proprietà intellettuale.



Introduzione

Proprietà intellettuale	9
Proprietà industriale	10

1. Marchi

1.1 Tipi di marchio	11
1.2 La funzione	12
1.3 Perché registrare il marchio	12
1.4 Marchio registrato o marchio non registrato	13
1.5 Scegli il marchio migliore	14
1.6 La ricerca di anteriorità	15
1.7 Marchio, nome commerciale/marchio di fabbrica, dominio	16
1.8 La protezione del marchio all'estero	17
1.9 Proteggi/difendi il tuo marchio	18
1.10 La classificazione di Nizza. Classificazione internazionale di prodotti e servizi ai sensi dell'accordo di Nizza (decima edizione)	19
Fig. La registrazione del marchio	21

2. Invenzione e modello di utilità

2.1 Cos' è un brevetto?	23
2.2 Novità, attività inventiva e applicabilità industriale	23
2.3 Diritti conferiti	25
2.4 I limiti del brevetto	25
2.5 La domanda di brevetto è obbligatoria?	25
2.6 Il brevetto: vantaggi e svantaggi	25
2.7 Cosa succede se si decide di non brevettare?	26
2.8 Invenzione e modello di utilità	27
2.9 Brevettare all'estero	28
2.10 La ricerca dello stato dell'arte	29
2.11 Proteggi/difendi il tuo brevetto	30
2.12 Le classificazioni internazionali	31
Fig. La domanda di brevetto	32

3. Design

3.1 Che cos'è un design?	35
3.2 Quando un design è registrabile?	36

3.3 Perché proteggere il design?	36
3.4 È obbligatoria la registrazione del design?	38
3.5 Il design non registrato	38
3.6 La protezione del design all'estero	39
3.7 La classificazione internazionale	40
Fig. La domanda di design	41
4. Il segreto industriale	42
5. L'accordo di segretezza	43
6. Copyright	
6.1 Cosa significa copyright?	44
6.2 Che cosa si intende per "originale"?	45
7. La gestione dei diritti di proprietà intellettuale	
7.1 La gestione dell'IP	47
7.2 Qual è la differenza tra vendere e dare in licenza i titoli di proprietà intellettuale	48



INTRODUZIONE

Questa guida si propone di aiutare quegli utenti che si stanno chiedendo che cosa sia la proprietà intellettuale e come essa possa essere utile per la loro attività o per la loro professione.

Ogni giorno, ognuno di noi ha a che fare con la proprietà intellettuale nelle sue attività quotidiane.

Proprietà intellettuale

Con il termine proprietà intellettuale generalmente si fa riferimento a specifici tipi/tipologie di creazioni della mente.

I diritti di proprietà intellettuale tutelano gli interessi dei creatori, dando loro il diritto di proprietà sulle creazioni.

La convenzione che istituisce l'Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale (1967) fornisce l'elenco delle materie protette dai diritti di proprietà intellettuale:

- *Le opere letterarie, artistiche e scientifiche;*
- *Le prestazioni di artisti e interpreti, fonogrammi e trasmissioni;*
- *Le invenzioni in tutti i campi dell'attività umana;*
- *Le scoperte scientifiche;*
- *I disegni e modelli industriali;*
- *I marchi di fabbrica, i marchi di servizio e i nomi commerciali e le denominazioni;*

- *Protezione contro la concorrenza sleale, e*
- *“tutti gli altri diritti derivanti dall’attività intellettuale nei campi industriale, scientifico, letterario o artistico.”*

Proprietà industriale

Con il termine proprietà industriale generalmente ci si riferisce a quei concetti specifici della proprietà intellettuale tipizzati dalla legge:

- *Marchi (diritti di esclusiva su un segno distintivo)*
- *Brevetti (diritti esclusivi su una invenzione)*
- *I disegni e modelli industriali (diritto di esclusiva che protegge l’aspetto / la forma di un prodotto)*
- *Le indicazioni geografiche di provenienza*

Per ulteriori informazioni su diritti di proprietà intellettuale in generale, si prega di consultare il sito web dell’Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale www.wipo.int o contattare il referente locale del progetto.

1. MARCHI

1.1 Tipi di marchio

- Una parola
- Una combinazione di parole (anche pay-off)
- Lettere
- Numeri
- Disegni
- Simboli
- Segni tridimensionali (come la forma o la confezione di un prodotto)
- Segni sonori (come la musica o suoni vocali)
- Le fragranze, o
- i colori usati come caratteristica distintiva.

IL MIO MARCHIO:	
<input type="checkbox"/> una parola	<input type="checkbox"/> simboli
<input type="checkbox"/> combinazione di parole (anche pay-off)	<input type="checkbox"/> disegni
<input type="checkbox"/> segni sonori	<input type="checkbox"/> fragranze
<input type="checkbox"/> numeri	<input type="checkbox"/> lettere
<input type="checkbox"/> segni tridimensionali	<input type="checkbox"/> colori utilizzati come caratteristica distintiva

1.2 La funzione

L'obiettivo di un marchio è quello di collegare il prodotto/servizio ad una specifica società in modo da distinguerlo da prodotti o servizi identici o simili forniti da altre aziende. Inoltre, questo ideale collegamento consente al consumatore di riconoscere immediatamente la provenienza del prodotto/servizio che va ad acquistare.

1.3 Perché registrare il marchio

Registrare il proprio marchio significa garantirsi l'uso esclusivo ed avere perciò la possibilità di difenderlo contro i concorrenti. Il marchio può diventare uno dei mezzi più importanti per la fidelizzazione dei clienti e un ottimo strumento per migliorare la propria strategia di marketing.

Generalmente si investe molto tempo, denaro e fatica nel posizionare i propri marchi sul mercato allo scopo di incrementare ulteriormente le vendite; si impegnano grandi budget per la promozione e la pubblicità del marchio e non è molto piacevole scoprire, solo in seguito a questi investimenti, che il marchio è stato copiato da altri e non si hanno mezzi di difesa a disposizione. La registrazione del marchio è una misura di protezione che consente di avere la possibilità di difenderlo contro eventuali violazioni ad opera di terzi.

1.4 *Marchio registrato o marchio non registrato*

La registrazione del marchio non è obbligatoria. Se si dispone di un marchio non registrato è possibile intervenire legalmente secondo le disposizioni del codice civile, ma questo può essere molto dispendioso in termini di tempo e denaro. Al contrario, possedere un marchio registrato offre diversi vantaggi, tra cui:

- L'evidenza pubblica della proprietà del marchio
- La presunzione legale della proprietà del marchio e il conseguente diritto esclusivo di utilizzare il marchio su scala nazionale in connessione con i prodotti o i servizi elencati nella registrazione
- La facoltà di proporre ricorso presso un tribunale nazionale o comunitario
- La possibilità di usare la registrazione nazionale o comunitaria come base per ottenere la registrazione in Paesi stranieri

- La possibilità di usare la registrazione come protezione doganale e di frontiera (Servizio per impedire l'importazione di merci di provenienza estera contraffatte)
- Il diritto ad usare il simbolo ®
- La possibilità di avere uno strumento per fermare i cybersquatter che tentino di usare il vostro marchio come dominio
- La speranza che i concorrenti saranno intimiditi nell'utilizzare il vostro marchio per produrre merci contraffatte
- La possibilità di aumentare i vostri asset aziendali

SONO SICURO DI VOLER REGISTRARE IL MIO MARCHIO

sì

no

1.5 *Scegli il marchio migliore*

Scegliere o creare il giusto marchio è un passo cruciale nella strategia di marketing aziendale.

È necessario scegliere un marchio che, non solo sia unico per la tipologia dei vostri prodotti o servizi, ma che abbia anche delle caratteristiche forti che gli consentano di avere maggiori possibilità di giungere a registrazione.

Ci sono inoltre alcuni requisiti e alcune restrizioni previste dalla legge che è necessario considerare quando si crea un nuovo marchio.

REQUISITI

NOVITÀ

Il marchio deve essere nuovo, il che significa che non può essere identico, simile o confondibile con un marchio anteriore registrato o depositato per prodotti identici o simili, oppure identico, simile o confondibile con il nome di un'azienda concorrente che opera nello stesso settore.

CARATTERE DISTINTIVO

Il marchio non può consistere esclusivamente in una denominazione generica di beni o servizi o in indicazioni descrittive ad essi collegate, come segni o indicazioni che possono servire, nel commercio, per designare la specie, la qualità, la quantità, la destinazione, il valore, la provenienza geografica, ovvero l'epoca di fabbricazione del prodotto o della prestazione del servizio, o altre caratteristiche dei prodotti o dei servizi.

LEGALITÀ

Sono esclusi dalla registrazione: i marchi contrari all'ordine pubblico o al buon costume; i marchi la cui natura sia tale da ingannare il pubblico, per esempio circa la natura, l'origine o la qualità geografica del prodotto o del servizio; segni che possono essere vietati in virtù di un diritto anteriore come per esempio il diritto al nome, un diritto d'autore, un diritto di proprietà industriale.

RESTRIZIONI LEGALI

Non sono ammessi alla registrazione segni che includono:

- Stemmi, bandiere o altri emblemi di Stato; imitazioni, dal punto di vista araldico, di stemmi appartenenti a Stati membri dell'Unione di Parigi
- Segni o timbri ufficiali
- Nomi, sigle, emblemi di organizzazioni internazionali riconosciute, o parti di essi.

Per scegliere un marchio di successo è necessario considerare due diverse tipologie di segno:

- parole inventate (parole che non hanno alcun significato);
- segni arbitrari (marchi arbitrari sono parole comuni che vengono utilizzate in modo tale che il loro significato normale non abbia alcuna relazione con i prodotti o i servizi per i quali sono depositate).

IL MIO MARCHIO È:		
Nuovo	<input type="checkbox"/> si	<input type="checkbox"/> no
Distintivo	<input type="checkbox"/> si	<input type="checkbox"/> no
Legale	<input type="checkbox"/> si	<input type="checkbox"/> no

1.6 Ricerca di anteriorità

Prima di depositare una domanda di marchio dovrebbe essere effettuata una ricerca di anteriorità esaustiva, al fine di verificare eventuali pre-esistenze di marchi identici o di marchi simili che possano entrare in conflitto con il marchio

destinato ad essere oggetto di deposito.

La ricerca può essere condotta facendo riferimento agli elementi denominativi (marchi costituiti soltanto da parole) o agli elementi figurativi (marchi costituiti esclusivamente da elementi grafici). In caso di marchio costituito da parole e da disegni, la ricerca deve essere condotta con riferimento sia all'elemento denominativo che all'elemento figurativo.

La ricerca non è obbligatoria, ma può fornire importanti informazioni circa le probabilità di successo della domanda. Ci sono molti database gratuiti per la ricerca, ma la cosa più importante è essere in grado di sapere come usarli e conoscerne i limiti per interpretare al meglio il risultato ottenuto dalla ricerca. Nell'introdurre i criteri di ricerca dovrebbero essere considerati sinonimi, traduzioni in altre lingue, plurali e alcune informazioni sulla classificazione internazionale dei prodotti e servizi. Inoltre, quando l'oggetto della ricerca è un segno grafico, è necessario conoscere il corretto codice della classificazione Vienna.

HO EFFETTUATO UNA RICERCA DI ANTERIORITÀ SUL
MIO MARCHIO:

si

no

1.7 Marchio, nome commerciale / marchio di fabbrica, dominio

La differenza tra marchi, nomi commerciali, denominazioni sociali e nomi di dominio provoca talvolta confusione sia tra gli operatori che tra il pubblico.

Quando si sceglie il nome che si vuole registrare, per usarlo come ragione sociale o come nome di dominio, è necessario fare attenzione affinché esso non violi i diritti derivanti dalla titolarità altrui di marchio. È sempre opportuno effettuare una verifica nei database di riferimento prima di procedere alla scelta definitiva del nome.

Una ricerca di marchio approfondita non si limita ai soli depositi e registrazioni di marchi: essa può comportare il

controllo di elenchi telefonici, pagine gialle, elenchi generici, registri dei marchi industriali statali, Internet e altro ancora. Lo scopo di una ricerca è quello di determinare se un nome o un simbolo grafico è stato utilizzato da altri, anche se non è stata presentata istanza di registrazione del marchio stesso.

È necessario essere consapevoli che la registrazione di una denominazione commerciale, del nome dell'azienda presso il registro imprese o del nome del dominio non fornisce alcun diritto esclusivo di utilizzazione sullo stesso: solo un marchio registrato può dare questo tipo di protezione.

1.8 *La protezione del marchio all'estero*

La registrazione del marchio nazionale fornisce protezione solo entro i confini del proprio Paese.

È tuttavia possibile estendere questa protezione ad altre nazioni, utilizzando una delle seguenti modalità:

1) Deposito diretto nei Paesi d'interesse

È possibile depositare direttamente una domanda di marchio in altri Paesi. Nella maggior parte dei Paesi il deposito è aperto anche agli stranieri che non abbiano residenza nel Paese stesso. Tutta la corrispondenza sarà però nella lingua nazionale di quel Paese e inoltre spesso è obbligatorio nominare un rappresentante locale.

2) Deposito regionale

È possibile depositare direttamente una domanda di marchio presso gli uffici marchi regionali: in questo modo è possibile proteggere il marchio in tutti i Paesi appartenenti a quella determinata regione.

Il deposito presso l'UAMI (Ufficio per l'Armonizzazione nel Mercato Interno), ad esempio, offre protezione simultaneamente

e con un'unica domanda in tutti gli Stati membri della Comunità Europea.

3) Registrazione a livello internazionale attraverso il sistema di Madrid

Due trattati internazionali, l'accordo di Madrid e il Protocollo di Madrid, e le corrispondenti regolamentazioni per l'esecuzione comune di questi due trattati (il Regolamento), costituiscono un sistema di protezione per i marchi denominato Sistema di Madrid. Questo sistema è gestito dall'Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale (WIPO) con sede a Ginevra e consente,

con un'unica procedura, di estendere il proprio marchio singolarmente nei Paesi aderenti alla convenzione stessa.

IL DIRITTO DI PRIORITÀ

Il diritto di priorità è un diritto soggetto a scadenza.

Il diritto di priorità consente di presentare una successiva domanda in un altro Paese per lo stesso marchio retrodatando tale domanda alla data di deposito della prima domanda. Al momento del deposito della domanda successiva, il richiedente deve "rivendicare la priorità" della prima domanda, al fine di avvalersi di tale diritto.

Il termine per poter rivendicare il diritto di priorità per un marchio è di 6 mesi e tale diritto è riconosciuto a livello internazionale.

1.9 Proteggi / difendi il tuo marchio

Un marchio può essere prezioso quanto un importante cliente, quindi è necessario che le aziende riescano a trovare dei mezzi adeguati per la sua protezione.

Anche piccoli simboli possono avere grandi implicazioni: le icone TM e ® poste nell'estremità superiore del marchio sono spesso il risultato degli sforzi, in termini di tempo e investimenti, in un prodotto e il loro

scopo è quello di fornire un vantaggio supplementare rispetto ai concorrenti, poiché i marchi riflettono l'identità globale della reputazione aziendale.

Un'altra cosa molto importante da fare è quella di servirsi di una società che offre servizi di monitoraggio sui marchi per individuare eventuali casi di violazione dei propri diritti.

Il marchio dovrà poi sempre essere associato al nome generico dei prodotti o servizi per cui è stato depositato per evitare che esso diventi un termine generico con il quale si identifica quel prodotto o servizio (volgarizzazione del marchio).

È responsabilità del titolare proteggere il marchio. Se qualcuno usa il marchio senza il permesso del titolare commette un atto di violazione dei vostri diritti.

Se si sospetta che qualcuno stia violando i diritti con azioni di contraffazione, si consiglia di consultare un legale esperto in materia di proprietà industriale.

1.10 La classificazione di Nizza. Classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi ai sensi dell'accordo di Nizza (decima edizione)

La Classificazione di Nizza è una classificazione dei prodotti e dei servizi che possono essere oggetto di registrazione.

La classificazione consiste in una lista di classi unitamente alle note esplicative e a un elenco alfabetico di beni e servizi con l'indicazione della classe in cui ciascuno dei prodotti o dei servizi ricade.

La decima edizione della classificazione, entrata in vigore il 1° Gennaio 2012, elenca in totale 45 classi (le classi dalla 01

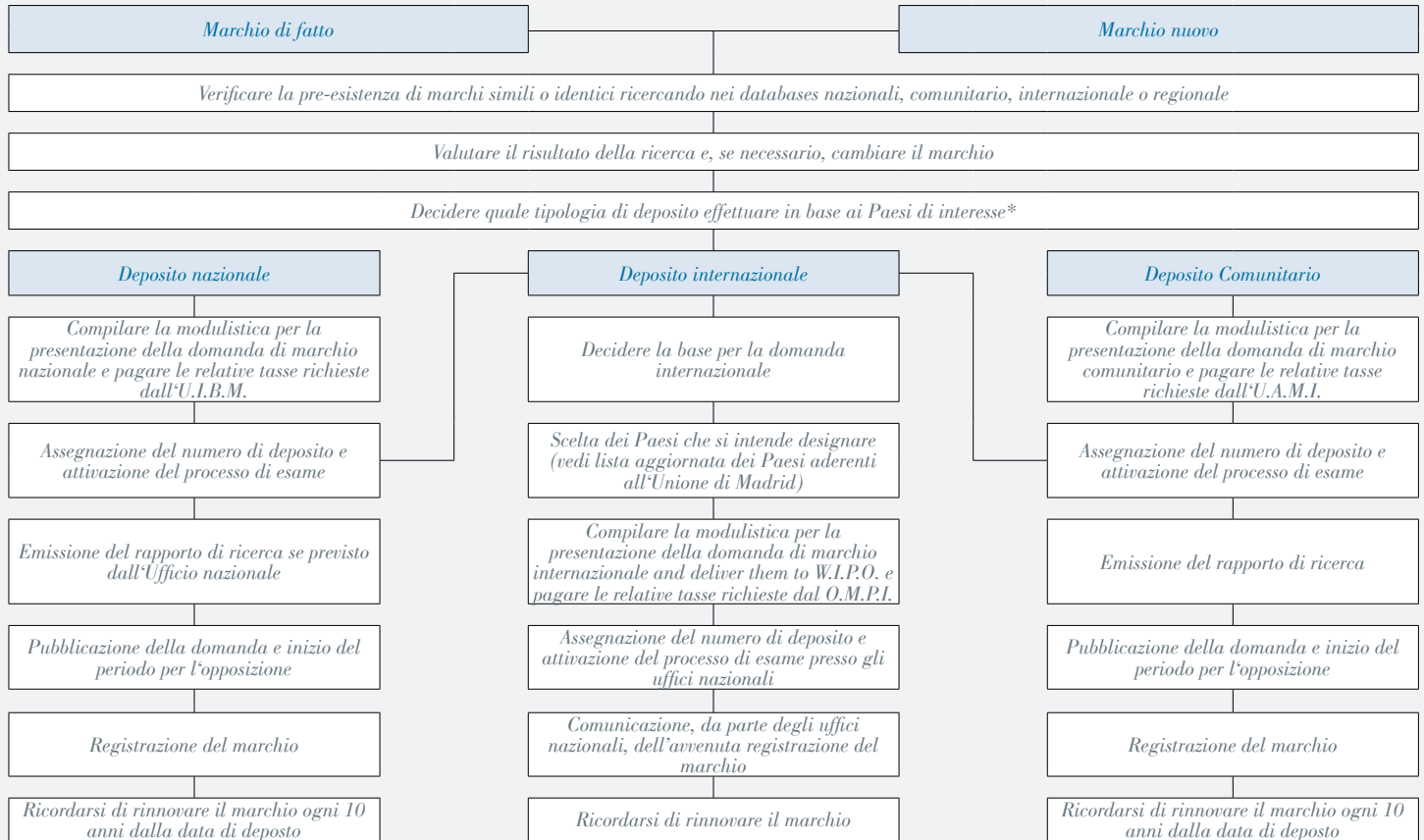
alla 34 si riferiscono ai prodotti, le classi dalla 35 alla 45 ai servizi), e permette, agli utenti che si apprestano a depositare il loro marchio, di individuare agevolmente quali siano le classi da indicare al momento della domanda.

Poiché la Classificazione è riconosciuta da numerosi Paesi, questo rende più snella la procedura per l'estensione della domanda di marchio a livello internazionale.

Quando si scelgono le classi da inserire nella domanda di marchio, è importante ricordarsi di considerare anche il possibile sviluppo futuro dell'attività, poiché non sarà possibile inserire successivamente nuove classi in una domanda già depositata ma si renderà obbligatorio procedere con un nuovo deposito.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI SUL SISTEMA DI REGISTRAZIONE DI MARCHIO NAZIONALE, AD ESEMPIO I COSTI, I MODULI E LE PROCEDURE, SI PREGA DI CONTATTARE L'UFFICIO MARCHI E BREVETTI NAZIONALE O IL REFERENTE LOCALE DEL PROGETTO.

La registrazione del marchio



*Per depositare un marchio in uno dei Paesi che non hanno aderito all'Unione di Madrid è necessario servirsi di un rappresentante domiciliato in tale Paese e seguire la procedura nazionale del Paese stesso.



2. INVENZIONE E MODELLO DI UTILITÀ

2.1 Cos'è un brevetto?

Il brevetto è una forma di scambio tra l'inventore e uno Stato sovrano: l'inventore rivela la sua invenzione in cambio di una serie di diritti, ma le informazioni riguardanti la scoperta diventano pubbliche e possono costituire la base per ulteriori ricerche ad opera di terzi.

Un'invenzione è generalmente definita come una soluzione nuova ed inventiva di un problema tecnico. L'oggetto del brevetto può riguardare qualsivoglia dispositivo, sostanza, metodo o processo che sia nuovo, che implichi un'attività inventiva e che sia industrializzabile.

2.2 Novità, attività inventiva e applicabilità industriale

Perché un brevetto possa essere concesso l'invenzione deve:

Essere nuova (il termine giuridico è "novità"). L'invenzione non deve far già parte dello stato dell'arte.

Stato dell'arte (o della tecnica) è tutto ciò che è stato reso disponibile al pubblico in qualunque parte del mondo prima della data di deposito del brevetto, attraverso documenti scritti, descrizioni orali o qualsiasi altro mezzo.

Ciò implica che l'invenzione non deve essere stata resa pubblica in nessun modo e in nessuna parte del mondo.

Esempi di divulgazione che potrebbero dimostrare che l'invenzione non è nuova comprendono nello specifico: brevetti pubblicati, libri di testo e riviste tecniche, siti internet, vendita o utilizzo del trovato in aree pubbliche (incluse le dimostrazioni).

Il miglior consiglio è quello di mantenere segreta l'invenzione fino alla presentazione della domanda di brevetto.

Se l'invenzione viene mostrata, venduta o discussa in pubblico prima di presentare la domanda di brevetto, il rischio è quello di perdere la possibilità di ottenere il brevetto sulla stessa. Prima di investire grandi quantità di tempo e denaro, è consigliabile effettuare una ricerca preliminare sulle banche dati brevettuali, nei cataloghi di vendita e in internet. Questo aiuterà a stabilire se il trovato è già stato pensato da qualcun altro ed eviterà di riprodurre qualcosa che non sia nuovo.

Implicare un'attività inventiva (il termine giuridico è "originale"). L'invenzione possiede il requisito dell'originalità quando non è così evidente dallo stato della tecnica: l'invenzione mostra che la soluzione non è ovvia per una persona esperta nel ramo della tecnica a cui l'invenzione si riferisce.

Avere un'applicabilità industriale. La soluzione deve poter essere riprodotta su scala industriale. Solo le soluzioni che possono essere riprodotte a livello industriale possono essere brevettate; rimangono perciò escluse tutte le applicazioni artigianali o comunque connesse ad un contributo significativo della persona che le produce.

2.3 Diritti conferiti

Il brevetto è un titolo che attribuisce un monopolio, limitato nel tempo e nello spazio, per lo sfruttamento del trovato oggetto del brevetto stesso.

In particolare esso consiste nel diritto esclusivo di:

- realizzarlo
- venderlo

e impedire a terzi di (diritto di escludere):

- produrlo
- usarlo
- venderlo o importarlo

2.4 I limiti del brevetto

Il brevetto è limitato nel tempo e nello spazio:

- Tempo: il periodo di protezione ha una durata massima di rinnovo (20 anni).
- Spazio: il brevetto è protetto all'interno dei confini del Paese per il quale è concesso.

2.5 La domanda di brevetto è obbligatoria?

La prima cosa da sapere è che la domanda di brevetto non è obbligatoria.

Prima di presentare una domanda di brevetto è importante decidere se una particolare innovazione debba essere protetta da brevetto o se la cosa migliore sia proteggerla come segreto industriale. Un'invenzione potrebbe non possedere i requisiti per la brevettabilità o semplicemente l'inventore potrebbe decidere di non procedere con la domanda di brevetto: in questi casi la soluzione migliore è quella di mantenerla segreta.

2.6 Il brevetto: vantaggi e svantaggi

I vantaggi ottenuti dal deposito del brevetto comprendono:

- Il diritto esclusivo del titolare del brevetto di commercializzare, utilizzare e dare in licenza l'invenzione.

- La possibilità di intraprendere un'azione giudiziaria nei confronti di chiunque tenti di utilizzare l'invenzione senza il consenso del titolare del brevetto.
- La possibilità che aspiranti contraffattori siano scoraggiati a copiare.
- La possibilità di vendere il brevetto.

Gli svantaggi derivanti dal deposito del brevetto sono:

- La descrizione completa dell'invenzione viene pubblicata e può essere visualizzata da chiunque consultando i database brevettuali
- Al termine del periodo di tutela, altre persone o altre imprese, possono liberamente utilizzare l'invenzione senza dover richiedere il consenso del titolare del brevetto e senza dover corrispondere alcun pagamento
- Il costo del brevetto può azzerare i vantaggi finanziari dell'invenzione.

2.7 Cosa succede se si decide di non brevettare?

Una volta considerati tutti i gli aspetti, si può decidere che il brevetto non è la soluzione migliore ma potrebbe essere preferibile mantenere l'invenzione segreta.

In questo caso è comunque opportuno valutare il rischio che qualcuno possa ottenere informazioni sull'invenzione tramite spionaggio industriale o, se l'invenzione consiste in un prodotto, dal reverse engineering.

È inoltre necessario considerare la possibilità che qualcun altro sviluppi la stessa invenzione in modo indipendente. Un'altra alternativa è quella di utilizzare apertamente e pubblicare i dettagli dell'innovazione. Questo da una parte eviterà che qualcun altro possa ottenere un brevetto per la stessa invenzione, ma dall'altra consentirà ai concorrenti di utilizzare liberamente l'invenzione a proprio vantaggio.

2.8 *Invenzione e modello di utilità*

Il modello di utilità consiste in un miglioramento di qualcosa di già esistente; generalmente si tratta di scoperte che forniscono particolare efficacia, comodità di applicazione o di impiego alle macchine o a parti di esse, a strumenti, utensili o oggetti di uso comune. In molti Paesi, alcuni tipi di soluzioni che consistono in piccoli miglioramenti o in piccoli adattamenti dei prodotti esistenti, sono protetti attraverso lo strumento del modello di utilità.

Alcune delle caratteristiche principali dei modelli di utilità sono:

- Non è richiesto il requisito dello “step innovativo” ma è sufficiente che la soluzione non sia ovvia
- Le procedure per la concessione di modelli di utilità sono generalmente più veloci e più semplici rispetto a quelle dei brevetti
- La durata massima della protezione è di 10 anni
- La tassa di deposito è inferiore a quella di un brevetto
- Le tasse sono pagate con frequenza diversa rispetto ai brevetti (pagamenti quinquennali)
- Il modello di utilità deve consistere in un oggetto fisico definito con determinate caratteristiche tecniche e avere forma tridimensionale definita
- Il modello di utilità può essere costituito anche da un insieme di elementi staccati

2.9 *Brevettare all'estero*

Un brevetto rilasciato in un Paese protegge l'invenzione solo entro i confini di quel Paese.

Se la produzione e la commercializzazione del prodotto oggetto dell'invenzione è confinata a questo Paese, il deposito nazionale sarà sufficiente.

Tuttavia, nella maggior parte dei casi, un'invenzione potrebbe essere venduta anche in altri Stati. In questi casi il brevetto dovrebbe essere esteso oltre i confini nazionali.

Nei Paesi non coperti dal brevetto chiunque potrà utilizzare l'invenzione senza temere ripercussioni di alcun

tipo e senza dover corrispondere nessuna somma di denaro.

Se si intende proteggere la propria invenzione anche all'estero, è possibile depositare domanda di Brevetto Europeo (EPC), brevetto internazionale (PCT) o brevetto nazionale estero.

La Convenzione di Parigi stabilisce il termine entro il quale è possibile estendere il brevetto nazionale: dopo aver presentato la domanda di brevetto in Italia o in Europa, si hanno 12 mesi di tempo per presentare domanda per la stessa invenzione in tutti i Paesi di interesse. Se non si estende il brevetto all'estero

entro 12 mesi, non sarà più possibile proteggere la stessa invenzione, poiché l'intera documentazione riguardante l'invenzione sarà resa accessibile al pubblico con conseguente perdita del requisito della novità. Oggi esistono sistemi di estensione internazionale che permettono ai titolari di domande di brevetto nazionale di estendere il proprio titolo simultaneamente in diversi Paesi con procedure semplificate.

2.10 La ricerca dello stato dell'arte

La ricerca dello stato dell'arte non è obbligatoria per chi vuole depositare una domanda di brevetto, ma assicurarsi che non esistano brevetti identici precedenti sarebbe auspicabile.

Una volta definito l'oggetto dell'idea o la soluzione, è possibile inizialmente effettuare una ricerca di informazioni utilizzando banche dati di brevetti disponibili gratuitamente in internet. La ricerca potrebbe tuttavia essere laboriosa e richiedere molto tempo; è inoltre necessario conoscere le lingue straniere per condurre una ricerca abbastanza completa. Per una ricerca che invece possa considerarsi esaustiva è necessario anche conoscere le classificazioni internazionali ed essere in grado di combinare più criteri di ricerca: per questi motivi è importante assicurarsi che la ricerca venga condotta da persone esperte e competenti.

La ricerca brevettuale sullo stato dell'arte fornisce una vasta gamma di informazioni, per esempio:

- determina, con un buon grado di attendibilità, se l'invenzione è veramente nuova
- stabilisce se esiste il pericolo di violazione di un brevetto già esistente
- permette di valutare lo status giuridico di un brevetto precedente
- fornisce informazioni sulla possibilità che lo stesso problema tecnico sia già stato risolto da qualcun altro e permette di capire se è possibile usare questa soluzione
- indica in quali campi un concorrente è particolarmente attivo
- individua chi è il leader in un particolare settore
- definisce quali sono le tendenze in un particolare settore
- permette di capire quale potrebbe essere il miglior partner per possibili collaborazioni di sviluppo

L'esperienza ha dimostrato che le informazioni contenute nei documenti brevettuali possono essere molto utili per:

- evitare la duplicazione delle attività di R&D;
- identificare o sviluppare nuove idee, nuove soluzioni tecniche, nuovi prodotti o nuovi processi;
- determinare lo stato dell'arte in un determinato settore tecnologico, per conoscerne gli sviluppi più recenti;
- esaminare e valutare specifiche tecnologie e identificare possibili licenziatari;
- individuare tecnologie alternative
- individuare le fonti di know-how in uno specifico campo della tecnologia o in un determinato Paese;
- migliorare un prodotto o un processo già esistente;
- individuare diritti di proprietà industriale anteriori soprattutto per evitare di commettere, anche involontariamente, azioni di contraffazione;
- stabilire il grado di novità delle proprie soluzioni al fine di valutare la possibilità di procedere con un deposito

di brevetto nazionale o internazionale:

- monitorare le attività dei concorrenti sia nazionali che stranieri;
- identificare, fin dalla fase iniziale di un progetto, una determinata nicchia di mercato o scoprire i nuovi trend tecnologici o i nuovi sviluppi del prodotto

2.11 Proteggi/difendi il tuo brevetto

Se si dispone di un brevetto concesso per un prodotto, è possibile contrassegnare il prodotto stesso come brevettato. Questa operazione trasferisce immediatamente l'informazione a terzi circa l'esistenza dei diritti di proprietà industriale sul prodotto. Marcare il prodotto come brevettato potrebbe dissuadere altri dall'utilizzarlo in mala fede o evitare che terzi, anche involontariamente, violino i vostri diritti.

Tuttavia, anche se il prodotto non contiene informazioni circa il suo status di prodotto brevettato, è possibile

intraprendere un'azione legale per violazione dei diritti di proprietà industriale.

I termini comunemente usati per fornire l'informazione che il prodotto è coperto da domanda di brevetto sono 'patent pending' or 'patent applied for'.

Se invece il prodotto è coperto da un brevetto già concesso, si dovrebbe indicare il numero di brevetto preceduto dalla sigla del Paese per il quale si è avuta la concessione.

Bisogna comunque essere consapevoli del fatto che marcare un prodotto come brevettato quando questo non corrisponde al vero, costituisce commissione di reato penale, con il rischio di subire un'azione penale.

La violazione di un brevetto può essere scoperta monitorando costantemente il mercato e la concorrenza.

Questa attività può essere fatta in diversi modi:

- monitorando il mercato in esposizioni nazionali ed internazionali, perché è in queste occasioni che generalmente vengono presentati i nuovi prodotti;
- sottoscrivendo un abbonamento per un servizio di monitoraggio periodico del mercato;
- effettuando quotidianamente ricerche in internet;
- sottoscrivendo abbonamenti a riviste specializzate;
- verificando i nomi di dominio;
- utilizzando il servizio dei "mystery client".

2.12 Le classificazioni internazionali

I.P.C. La classificazione internazionale dei brevetti (IPC), istituita con l'accordo di Strasburgo nel 1971, prevede un sistema gerarchico di simboli linguistici indipendenti per la classificazione di brevetti e modelli di utilità in base alle diverse aree della tecnologia alla quale si riferiscono.

ECLA La classificazione europea (ECLA) è un sistema di classificazione dei brevetti predisposto dall'Ufficio europeo dei brevetti (EPO). Il sistema di classificazione ECLA contiene 134.000 suddivisioni. È, in pratica, un ampliamento del sistema di classificazione internazionale dei brevetti, ma a volte ne modifica i titoli e le regole. ECLA viene utilizzato in connessione con il sistema di indicizzazione ICO, che serve a identificare le informazioni aggiuntive e gli aspetti che non sono coperti dai programmi di ECLA.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI SUL SISTEMA DI REGISTRAZIONE DI BREVETTO, AD ESEMPIO I COSTI, I MODULI E LE PROCEDURE, SI PREGA DI CONTATTARE L'UFFICIO MARCHI E BREVETTI NAZIONALE O IL REFERENTE LOCALE DEL PROGETTO

La domanda di brevetto

Definire l'invenzione o il miglioramento tecnico

Effettuare una ricerca sullo stato dell'arte

Valutare il risultato della ricerca e

Decidere quale tipologia di deposito effettuare in base ai paesi di interesse*

Brevetto nazionale

Compilare la modulistica per la presentazione della domanda di brevetto nazionale e pagare le relative tasse richieste dall'U.I.B.M.

Assegnazione del numero di deposito e attivazione del processo di esame

Emissione dell'opinione scritta se previsto dall'Ufficio nazionale

Esame da parte dell'Ufficio Nazionale se previsto

Eventuale concessione del brevetto

Ricordarsi di pagare le tasse annuali per il mantenimento in vita del brevetto

Brevetto internazionale

Compilare la modulistica per la presentazione della domanda di brevetto Internazionale e pagare le relative tasse

Assegnazione del numero di deposito e attivazione del processo di esame

Emissione dell'opinione scritta

Fase nazionale e/o regionale -designazione dei paesi-

Esame nazionale da parte dei singoli paesi designati ed eventuale concessione da parte dei paesi stessi

Ricordarsi di pagare le tasse annuali per il mantenimento in vita del brevetto nei paesi designati

Brevetto Europeo

Compilare la modulistica per la presentazione della domanda di brevetto Europeo e pagare le relative tasse

Assegnazione del numero di deposito e attivazione del processo di esame

Emissione dell'opinione scritta

Esame da parte dell'Ufficio europeo brevetti

Eventuale concessione del brevetto e designazione dei paesi

Ricordarsi di pagare le tasse annuali per il mantenimento in vita del brevetto nei paesi designati

*Per depositare un brevetto in uno dei paesi che non hanno aderito al Patet Cooperation Treaty è necessario servirsi di un rappresentante domiciliato in tale paese e seguire la procedura nazionale del paese stesso.



3. DESIGN

3.1 Cos'è un design?

Il design, o modello industriale, consiste nell'aspetto esteriore di un prodotto o di una parte di esso, risultante dalle linee, dai contorni, dai colori, dalla forma, dalla struttura, dai materiali e/o dal suo ornamento.

Può considerarsi prodotto qualsiasi oggetto industriale o artigianale, compresi gli imballaggi, i simboli grafici e i caratteri tipografici; sono invece esclusi i programmi per computer (software). Possono essere compresi nella definizione di prodotto anche i prodotti composti da più componenti, purché possano essere smontati e rimontati.

Il prodotto può possedere delle caratteristiche tecniche o funzionali che non sono tutelate dal deposito dell'oggetto come modello industriale; in questo caso, al fine di tutelare tali caratteristiche, si renderà necessario un deposito contestuale di brevetto.

Il design industriale, come tipologia di diritto di proprietà intellettuale, riferisce esclusivamente alla natura estetica del prodotto finito, ed è distinto da tutti gli aspetti tecnici o funzionali.

3.2 Quando un design è registrabile?

Perché il deposito sia considerato valido, un design deve essere:

Nuovo

Un design è considerato nuovo se non è identico (o molto simile) ad un design che sia già stato depositato o reso pubblico. Tuttavia, è possibile chiedere la registrazione di un design entro 12 mesi dalla prima divulgazione (periodo di grazia).

Originale

Un design è considerato originale se è stato creato in maniera indipendente dal designer e non mediante copie o imitazioni di progetti esistenti.

Dotato di carattere individuale

Carattere individuale significa che l'aspetto del progetto (noto come impressione generale) è diverso da quello dei modelli già noti. Potrebbe non essere possibile depositare il proprio modello se:

- non è un modello che rientri nella definizione giuridica come descritta sopra;
- è offensivo o considerato seriamente offensivo, sia per la popolazione generale o per gruppi di minoranza, o se si ritiene che la registrazione sarebbe contraria all'ordine pubblico;
- si compone o include alcune bandiere e/o emblemi riconosciuti a livello internazionale;
- consiste unicamente in una forma funzionale.

3.3 Perché proteggere il design?

L'aspetto esteriore di un prodotto è quello che spesso cattura l'attenzione dei nostri occhi e ci spinge a comprarlo.

Per questo motivo il design di un prodotto può diventare il più importante strumento di vendita per un'azienda.

Spesso, per rendere interessante la forma di un prodotto, è richiesto un impegno enorme in termini di tempo e denaro e nessun altro dovrebbe raccoglierne i frutti. La registrazione del design di un prodotto offre diversi vantaggi come ad esempio:

Diritti esclusivi sul design

Un design registrato concede diritti esclusivi sull'aspetto del prodotto. Il titolare di un design registrato può, in qualsiasi momento, bloccare chiunque produca, offra, commercializzi, importi, esporti, usi o detenga per questi scopi un prodotto il cui design sia stato registrato.

Protezione per tutti gli aspetti esteriori del prodotto

La registrazione del design protegge l'aspetto complessivo del prodotto o di una parte di esso. È possibile richiedere protezione per la forma di un prodotto, per l'aspetto

bidimensionale della sua superficie, o per la combinazione delle due cose.

Lungo periodo di protezione

I disegni registrati possono essere rinnovati ogni 5 anni fino ad un totale massimo di 25 anni di protezione.

Facilità nel far rispettare i diritti

L'esistenza della registrazione può essere sufficiente per fermare chi viola un disegno, indipendentemente dal fatto che si tratti di copie vere e proprie o di modelli creati indipendentemente ma che comunque somiglino al prodotto oggetto della tutela.

Trarre profitto dal design

Un disegno registrato permette di vendere il design stesso ed i relativi diritti di proprietà industriale. La registrazione consente inoltre di avere la facoltà di dare in licenza a terzi la produzione del modello mantenendo la titolarità dei diritti di proprietà sullo stesso.

Pubblicazione differita

È possibile decidere di differire la registrazione e la pubblicazione del design. Ciò consente di avere comunque una data di deposito, ma concede più tempo per sviluppare il prodotto o eventualmente depositare domanda di brevetto prima di rivelare pubblicamente l'aspetto esteriore del prodotto.

3.4 È obbligatoria la registrazione del design?

L'aspetto del prodotto è molto importante per il consumatore di oggi che non guarda solo alla qualità e al prezzo.

Questa è la ragione principale che spinge a effettuare un deposito di design, ma è comunque opportuno sottolineare come la registrazione non sia obbligatoria.

Tuttavia, in alcuni settori commerciali, come la moda e l'HiTech, il cambiamento dei prodotti sul mercato è talmente veloce che potrebbe essere inutile registrare i modelli.

Per tutte queste situazioni è possibile ricorrere alla tutela offerta per il design non registrato.

3.5 Il design non registrato

Un disegno non registrato può essere protetto solo contro le copie identiche ma non contro le imitazioni create da chi non conosceva il disegno originale. Inoltre, la protezione del disegno non registrato dura solo tre anni dalla data in cui il design del prodotto è stato divulgato al pubblico per la prima volta.

3.6 *La protezione del design all'estero*

La registrazione del design a livello nazionale fornisce protezione solo entro i confini di quel Paese.

È tuttavia possibile estendere questa protezione ad altre nazioni, utilizzando una delle seguenti modalità:

1 **Deposito diretto nei Paesi d'interesse**

È possibile depositare direttamente una domanda di design in altri Paesi. Nella maggior parte dei Paesi il deposito è aperto anche agli stranieri che non hanno residenza nel Paese stesso. Tutta la corrispondenza sarà nella lingua nazionale di quel Paese e inoltre spesso è obbligatorio nominare un rappresentante locale.

2 **Deposito regionale**

È possibile depositare direttamente una domanda di design presso gli uffici marchi regionali: in questo modo è possibile proteggere il modello in tutti i Paesi appartenenti a quella determinata regione.

Il deposito presso l'UAMI (Ufficio per l'Armonizzazione nel Mercato Interno), ad esempio, offre protezione simultaneamente e con un'unica domanda in tutti gli Stati membri della Comunità Europea.

3 **Registrazione a livello internazionale attraverso il sistema de L'Aja**

L'accordo de L'Aja prevede un sistema centralizzato per la protezione del design. Questo sistema è gestito dall'Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale (WIPO) a Ginevra.

Con un'unica procedura è possibile depositare simultaneamente una domanda di design in uno o più Paesi aderenti all'accordo. Ciò implica una semplificazione delle procedure e una sensibile riduzione dei costi.

IL DIRITTO DI PRIORITÀ

Il diritto di priorità è un diritto soggetto a scadenza.

Il diritto di priorità consente di presentare una successiva

domanda in un altro Paese per lo stesso modello retrodatando tale domanda alla data di deposito della prima domanda. Al momento del deposito della domanda successiva, il richiedente deve “rivendicare la priorità” della prima domanda, al fine di avvalersi di tale diritto.

Il termine per poter rivendicare il diritto di priorità per un modello è di 6 mesi e tale diritto è riconosciuto a livello internazionale.

3.7 La classificazione internazionale

La classificazione di Locarno è una classificazione internazionale utilizzata ai fini della registrazione dei disegni industriali. È stata istituita da un accordo stipulato alla conferenza diplomatica svoltasi a Locarno nel 1968.

La classificazione di Locarno comprende un elenco di classi e sottoclassi con note esplicative e un elenco alfabetico dei prodotti in cui sono inseriti disegni e modelli industriali, con l’indicazione delle classi e sottoclassi a cui appartengono.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI SUL SISTEMA DI REGISTRAZIONE DI DESIGN, AD ESEMPIO I COSTI, I MODULI E LE PROCEDURE, SI PREGA DI CONTATTARE L’UFFICIO MARCHI E BREVETTI NAZIONALE O IL REFERENTE LOCALE DEL PROGETTO

La domanda di design

Sviluppare il design

Verificare attraverso la ricerca su banche dati nazionali, internazionali e comunitarie lo stato dell'arte

Valutare i risultati della ricerca

Decidere il tipo di deposito da effettuare in base ai Paesi in cui si desidera ottenere la tutela*

Deposito Nazionale italiano

Compilare la modulistica predisposta dal Ministero dello Sviluppo Economico e pagare le relative tasse di deposito

Assegnazione del numero di deposito e attivazione della procedura di registrazione

Registrazione nazionale

Ricordarsi di pagare le tasse di rinnovo ogni 5 anni per un totale massimo di 25 anni

Deposito Internazionale (sistema de L'Aja)

Scegliere i Paesi in cui si desidera effettuare il deposito (lista paesi aderenti al sistema de L'Aja)

Compilare la modulistica predisposta dall'Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale (O.M.P.I.) e pagare le relative tasse di deposito

Il processo di registrazione è attivato e la domanda inviata agli uffici nazionali dei Paesi designati

Ricordarsi di pagare le tasse di rinnovo secondo le disposizioni delle legislazioni nazionali

Deposito Comunitario

Compilare la modulistica predisposta dall'Ufficio per l'Armonizzazione del mercato interno (O.A.M.I.) e pagare le relative tasse di deposito

Assegnazione del numero di deposito e attivazione della procedura di registrazione

Registrazione comunitaria

Ricordarsi di pagare le tasse di rinnovo ogni 5 anni per un totale massimo di 25 anni

*Per depositare un design in uno dei Paesi che non hanno aderito all'Accordo de L'Aja è necessario servirsi di un rappresentante domiciliato in tale Paese e seguire la procedura nazionale del Paese stesso.

4. IL SEGRETO INDUSTRIALE

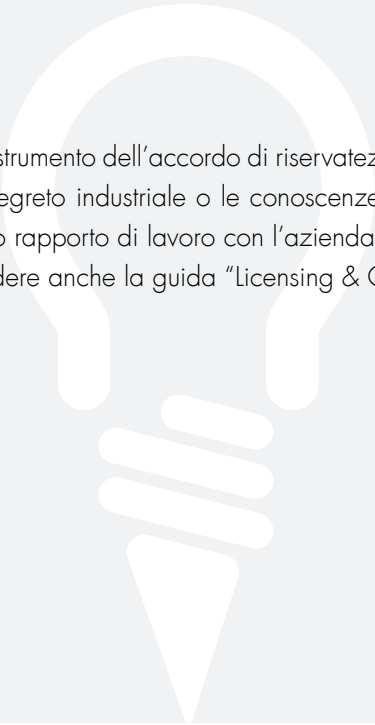
Il segreto industriale è sia una tipologia di proprietà intellettuale che una strategia di protezione. Esso può fornire una tutela efficace per alcuni tipi di dati, per il know-how, per le informazioni riservate e per altre forme di proprietà intellettuale. L'oggetto del segreto industriale può riguardare una formula, una pratica, dei processi, dei progetti, degli strumenti, modelli, o raccolte di informazioni che non sono generalmente noti, e dai quali un'azienda può ottenere un vantaggio economico rispetto ai concorrenti o sui clienti.

In alcune giurisdizioni, il segreto industriale viene anche definito come "informazione riservata" o "informazione classificata". Il segreto industriale viene considerato tale quando l'inventore o l'imprenditore prende le dovute precauzioni per mantenere riservate le informazioni importanti. Ci sono diversi motivi per decidere di mantenere segrete le informazioni, ad esempio una società potrebbe estendere il proprio vantaggio competitivo più a lungo del periodo di brevetto, cioè oltre i 20 anni, se riuscisse a mantenere segreto il nuovo processo per un periodo più lungo.

5. L'ACCORDO DI SEGRETEZZA

Lo strumento dell'accordo di riservatezza è spesso utilizzato per impedire ai dipendenti di rivelare il segreto industriale o le conoscenze sulla proprietà industriale dell'azienda durante e dopo il loro rapporto di lavoro con l'azienda stessa.

Vedere anche la guida "Licensing & Co. " .



6. COPYRIGHT

6.1 Che cosa significa “copyright”?

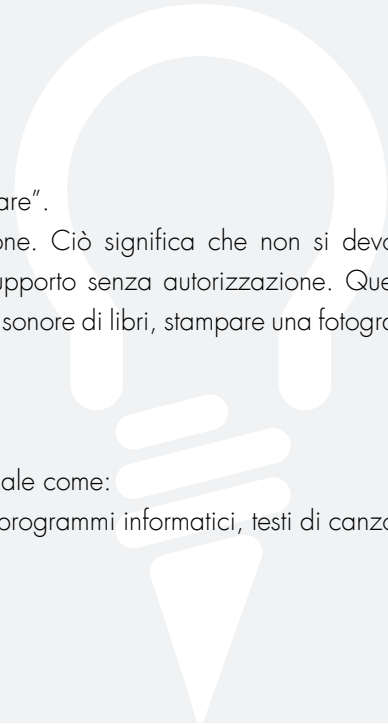
L'esatta traduzione del termine copyright è “diritto di copiare”.

Il Copyright si applica a qualsiasi mezzo di riproduzione. Ciò significa che non si devono riprodurre opere protette da diritto d'autore in nessun supporto senza autorizzazione. Questo include: pubblicare fotografie in internet, fare registrazioni sonore di libri, stampare una fotografia e così via.

Ma cosa protegge il diritto d'autore?

Il diritto d'autore protegge molte tipologie di lavoro originale come:

- opere letterarie, tra cui romanzi, manuali di istruzioni, programmi informatici, testi di canzoni, articoli di giornale e alcuni tipi di database



- opere teatrali, comprese danza e mimo
- opere musicali
- opere d'arte, come dipinti, incisioni, fotografie, sculture, collage, progetti di architettura, disegni tecnici, diagrammi, mappe e loghi
- layout o arrangiamenti tipografici utilizzati per pubblicare un lavoro, un libro, ecc..
- registrazioni audio-visive, comprese le colonne sonore e i film
- trasmissioni di un'opera

6.2 Che cosa si intende per “originale”?

Il Copyright non protegge l'idea di un'opera. È solo quando l'opera stessa è fissata, per esempio per iscritto, che il copyright la protegge in maniera automatica per il solo fatto di essere stata creata. Ciò significa che non è necessario richiedere la tutela per copyright, essa nasce con l'opera.

Inoltre il copyright non protegge le idee o le informazioni in quanto tali, ma solo l'espressione originale di queste idee o informazioni. Per essere considerata originale l'opera:

- deve essere stata creata in modo indipendente dall'autore e non essere frutto di copie del lavoro di altri;
- deve avere un grado minimo di creatività.

Se queste due condizioni non sono soddisfatte, il lavoro non può essere definito originale e non si avrà diritto di protezione da copyright.

Tuttavia, un'opera può essere protetta da diritto d'autore anche se include elementi non originali.

Ad esempio, se un autore riorganizza elementi non originali in modo originale, la nuova riorganizzazione sarà considerata originale e quindi rispetterà i requisiti richiesti per ottenere la protezione da diritto d'autore.

Il Copyright si applica ad Internet nello stesso modo con cui viene trattato ogni altro materiale pubblicato attraverso qualsiasi mezzo di comunicazione.

Ad esempio, una fotografia pubblicata in internet è protetta alla stregua di qualsiasi altra opera artistica; qualsiasi opera scritta sarà protetta come opera letteraria, e così via.

7. LA GESTIONE DEI DIRITTI DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE

7.1 La gestione della proprietà intellettuale

La gestione dei diritti di proprietà industriale (IPM) comporta una serie di operazioni tra cui: la rilevazione delle attività intellettuali della società, la classificazione di tali attività in base alla direzione strategica dell'azienda e la loro salvaguardia.

Per beneficiare appieno dei propri titoli di proprietà industriale in termini di fatturato, reputazione e quote di mercato, è essenziale gestirli in modo corretto e sistematico.

Ci sono diversi strumenti che possono aiutare un'azienda a gestire nel modo migliore i propri titoli di proprietà industriale per sfruttare al massimo le loro potenzialità ma lo scopo deve essere lo stesso: creare valore. Le forme più comuni di gestione della proprietà intellettuale sono:

- Licensing-in
- Licensing-out

- Cross-Licensing
- Vendita del titolo di proprietà intellettuale

Vedere anche la guida "Licensing & Co. ".

7.2 Qual è la differenza tra vendere e dare in licenza i titoli di proprietà intellettuale?

ASSEGNAZIONE: Vendere o trasferire i diritti di proprietà intellettuale ad un'altra persona o ad un'altra azienda. Una volta che si cedono i diritti di proprietà intellettuale, non è più possibile avere il controllo del titolo registrato; solo l'assegnatario avrà questa possibilità.

LICENZIARE: il contratto di licenza è un accordo che permette al licenziatario di utilizzare il titolo di Proprietà industriale del licenziante, alle condizioni specificate nel contratto. Il licenziante detiene ancora la proprietà intellettuale e, pertanto, mantiene il controllo su di esso. L'accordo prevede spesso che il licenziatario si obblighi a pagare delle royalty o delle tasse in cambio della facoltà di utilizzare il titolo di proprietà industriale.

La differenza tra l'assegnazione di un brevetto e la licenza di un brevetto è molto importante. L'assegnazione dei diritti di proprietà intellettuale consiste fondamentalmente nel vendere la completa proprietà dei marchi, dei brevetti, o del copyright. Con la licenza invece la proprietà dei titoli rimane in capo al titolare che di fatto li "affitta".

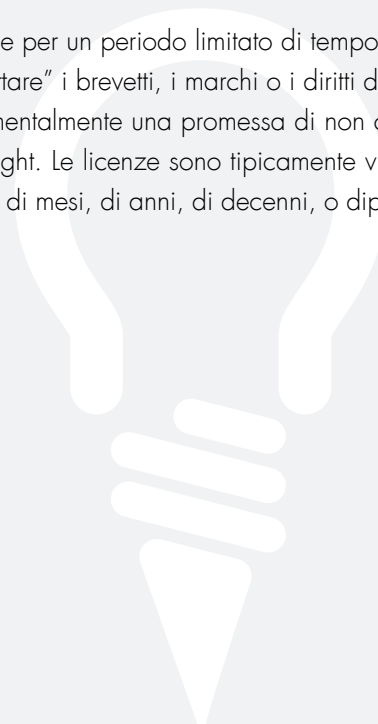
L'assegnazione di diritti di proprietà industriale può essere fatta per tutto il titolo o per una parte di esso. Le assegnazioni possono essere parte integrante di un contratto, o possono essere redatte separatamente.

Le assegnazioni possono essere fatte in qualsiasi momento, ma dopo aver ceduto i diritti non sarà più possibile rivenderne la proprietà.

In altre parole non è possibile assegnare i diritti di brevetti, marchi o diritti d'autore per un periodo limitato di tempo.

Per contro, la licenza della proprietà intellettuale consiste essenzialmente nell'“affittare” i brevetti, i marchi o i diritti d'autore.

In senso più strettamente giuridico, una licenza per proprietà industriale è fondamentalmente una promessa di non citare in giudizio il licenziatario per la violazione di tali brevetti, marchi registrati o copyright. Le licenze sono tipicamente vincolate ad un periodo di tempo. Esse possono essere stipulate per un determinato numero di mesi, di anni, di decenni, o dipendenti da un evento specifico.







Camera di Commercio
Venezia



Treviso Tecnologia

AZIENDA SPECIALE PER L'INNOVAZIONE
Camera di Commercio Treviso

Camera di Commercio Venezia

U.O. TUTELA PROPRIETÀ INDUSTRIALE ED INNOVAZIONE TECNOLOGICA Via

Banchina Molini, 8 - 30175 Marghera Venezia

Tel. 041 7861111 Fax 041 786170

e-mail brevetti@ve.camcom.it website <http://www.ve.camcom.gov.it/>

Treviso Tecnologia

AZIENDA SPECIALE PER L'INNOVAZIONE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI
TREVISO Via Roma, 4 - 31020 Lancenigo di Villorba (TV)

Tel. +39 0422 1742100 Int. 2 Fax +39 0422 608866

e-mail infotech@tvtecnologia.it website www.tvtecnologia.it



Projet cofinancé par le Fonds Européen
de Développement Régional (FEDER)
Project cofinanced by the European Regional
Development Fund (ERDF)