

» **di Ferruccio Postiglione,**
head of patent department italian and european patent attorney
Gregorj spa – Milano info@gregorj.it

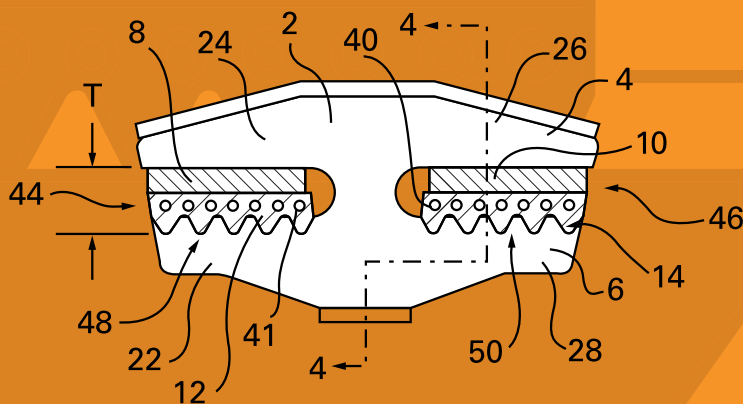
Valorizzare la propria innovazione

Ecco i primi passi da compiere prima di lanciare un nuovo prodotto e in vista di un concreto sfruttamento industriale e commerciale dell'innovazione.

Consideriamo un caso tipico. Dalla Ricerca e Sviluppo o, più semplicemente, dalla Progettazione della nostra azienda prende forza e consistenza un'idea a partire dalla quale è possibile produrre e lanciare un prodotto del tutto nuovo, o solo perfezionato rispetto ai precedenti, ma che comunque appare d'interesse per una immediata o non lontana commercializzazione. Un'analoga attrattiva può verificarsi per un processo di produzione che risulta più «performante» di quelli fin'ora adottati. Come procedere per non vanificare sforzi personali e cospicui investimenti aziendali?

Oltre a una valutazione relativa alla proteggibilità del marchio corrispondente al nome del prodotto, è fondamentale porsi due domande che devono necessariamente trovare risposta prima della commercializzazione. La prima domanda è certamente la seguente: posso brevettare il mio nuovo prodotto o processo? È oramai pacifico che lo strumento "brevetto" ha un ruolo importante per la valorizzazione economica dei risultati tecnologici di un'impresa, perché l'esclusiva ventennale che conferisce permette di sfruttare un vantaggio competitivo che spesso viene definito,

WO03/06721 1a



WO03/067121 1b

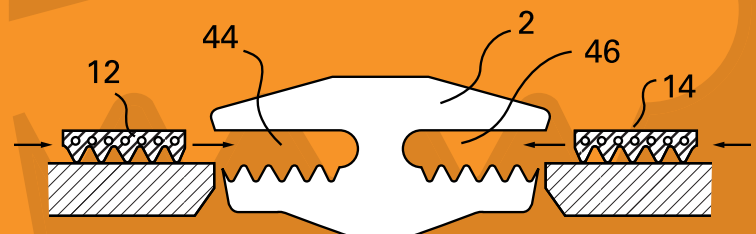


Fig. 1a, 1b, 1c - Cinghia CVT.