

La ripresa passa anche dai brevetti

Il mantra degli esperti della crisi suona così: per uscire dalle secche bisogna puntare sull'innovazione. Ormai, il refrain è ripetuto così spesso che, come il fiabesco «al lupo!», non ci si presta più attenzione. Questo atteggiamento di indifferenza è però un grave errore di sottovalutazione. Qualche esempio concreto deve far riflettere.

Recentemente Microsoft ha acquistato da Aol per l'importo di oltre 1 miliardo di dollari un pacchetto di 800 brevetti. La cifra - oltre 1 milione al pezzo - ha ampiamente superato le stime degli analisti, che avevano prospettato una valutazione di complessivi 300-650 milioni. Sempre nel settore delle tecnologie per il web e per il mobile, cifre da capogiro sono state pagate per altre operazioni analoghe. In generale, si stima che per la compravendita di brevetti le industrie americane abbiano speso un importo compreso tra 12 e 15 miliardi di dollari nell'ultimo biennio.

Ma non è tutto. Questi pacchetti di brevetti sono sempre più spesso oggetto di contese nelle aule giudiziarie di tutto il mondo, anche in quelle italiane, in cui si è conclusa da poco la fase cautelare di uno dei vari confronti tra Apple e Samsung. Anche qui i brevetti sono stati, indirettamente, valorizzati, posto che alle accuse di contraffazione conseguono richieste di risarcimenti se non miliardari, quantomeno milionari. Basti dire che nel 2011 Nokia e Apple hanno definito transattivamente una controversia iniziata nel 2009 con cifre (la corresponsione di una tantum per il pregresso e di royalties per il futuro) che, seppur non rese note, sono state certamente ingenti. Tanto che la transazione ha avuto un «impatto positivo» sui conti del secondo trimestre 2011 della stessa Nokia.

Il fatto poi di essere titolari di brevetti può costituire un elemento che incide sul valore di mercato di un'azienda, al di là dei vincoli - in parte peraltro intelligentemente superabili grazie a mirate costruzioni contrattuali - che attualmente limitano la valorizzazione di questi asset nel bilancio.

Ma allora, se è vero che brevettare paga, che cosa devono fare le imprese per non perdere il treno? Cominciamo col dire che le aziende italiane che troppo spesso non l'hanno fatto o l'hanno fatto solo marginalmente devono iniziare a considerare che la brevettazione delle loro tecnologie è un investimento: non l'ennesima tagliola burocratica, bensì un mezzo per far soldi. Specie in tempi di crisi e di spending review, le imprese non commettano poi l'errore di pensare che tra i costi da tagliare vi siano quelli destinati alla ricerca e al conseguente deposito dei brevetti. Non brevettare oggi può precludere un consistente ritorno economico domani.

Semmai, la situazione economica deve indurre a valutare con maggior attenzione altri fattori, a partire da che cosa brevettare. Se, infatti, per accedere alla tutela brevettuale non è necessaria un'innovazione di portata straordinaria (per la legge è sufficiente che si tratti di una tecnologia «non ovvia» per il «tecnico medio» del ramo), nondimeno è opportuno selezionare quali prodotti o procedimenti valga la pena di proteggere con questo strumento in relazione, soprattutto, alle probabili possibilità di successo commerciale.

Altrettanta attenzione va prestata al dove brevettare: il brevetto si fonda sulla territorialità e pertanto vanno selezionati gli Stati in cui richiedere la protezione. Il costo maggiore di un brevetto dipende solitamente dalle tasse di deposito e di rinnovo annuale, che in certi Paesi possono essere particolarmente elevate. Tra l'altro, come noto, non esiste ancora un brevetto unico che consenta di ottenere un solo certificato valido per tutta l'Unione Europea: tutelarsi a pioggia in tutti gli Stati europei può essere molto costoso. Ma, alla fine, brevettare paga. È un bersaglio che, specie in tempi di crisi, non può essere mancato. (riproduzione riservata)

Marco Mergati