Intellectual Assets Centre®
realising Scotland's potential

Lessico del Patrimonio Intellettuale

La guida tangibile agli intangibili

V1.0.0

© Intellectual Assets Centre 2005

Indice

Introduzione.....1
Usare il Lessico.....1

I Termini
Bene Intellettuale.....2
Capitale Intellettuale.....3
Proprietà Intellettuale.....4
Gestione del Patrimonio Intellettuale.....5
Asset/Bene.....6
Copyright.....7
Goodwill/Avviamento.....8
Beni Intangibili.....9
Licenza e Licensing.....10
Brevetto.....11
Diritti di Design.....13
Trademark/Marchio di fabbrica.....13

Introduzione

Questo Lessico contiene un insieme di termini che possono essere utilizzati per facilitare la comprensione, la promozione e la consapevolezza del patrimonio intellettuale, nonché la gestione di esso.

Usare il Lessico

Considerate quest'opuscolo come un insieme di definizioni di termini o denominazioni usati nel campo della gestione del patrimonio intellettuale; in altre parole, è una sorta di glossario, qualcosa in cui immergersi di tanto in tanto, secondo i propri bisogni.

Ogni singola definizione dovrebbe potersi reggere autonomamente, senza il bisogno di riferimenti incrociati ad altre definizioni. Per esempio, per capire il significato di "goodwill" l'utente non dovrebbe essere obbligato a far riferimento alla definizione di "beni intangibili".

La gestione del patrimonio intellettuale è un tema estremamente vasto e il Lessico dovrebbe essere visto come niente più che un supporto volto ad accrescere le attività e a supportare la crescita di un'organizzazione attraverso un'efficace gestione del patrimonio intellettuale.

Per informazioni più dettagliate sulla gestione del patrimonio intellettuale, visitate il sito www.ia-centre.org.uk.

© Intellectual Assets Centre 2005

Termine	**Bene Intellettuale**
Definizione	Un'unità di conoscenza che possiede del valore di mercato.
Spiegazione all'utente	Se un cliente è disposto a pagare per le vostre conoscenze o la vostra esperienza, allora state sfruttando commercialmente il patrimonio intellettuale all'interno della vostra organizzazione. Sapere come fare qualcosa non rappresenta in sé per sé un bene intellettuale. Quella conoscenza diventa una risorsa vera e propria solo quando presenta qualche forma di valore commerciale o domanda di mercato. Per esempio, le conoscenze all'interno della vostra organizzazione potrebbero aiutarvi a sviluppare migliori procedure per i servizi post-vendita, il che aiuterebbe a trattenere un numero maggiore di clienti e a migliorare i profitti. O ancora, un cliente potrebbe essere disposto a pagare una vostra consulenza su come migliorare il proprio business o i propri prodotti. Entrambi sono esempi di come potreste sfruttare il patrimonio intellettuale all'interno della vostra organizzazione.
Spiegazione al consulente	Se un cliente è disposto a pagare per le conoscenze o l'esperienza possedute da un'organizzazione, allora questa sta sfruttando commercialmente il patrimonio intellettuale al suo interno. Sapere come fare qualcosa non rappresenta in sé per sé un bene intellettuale. Quella conoscenza diventa una risorsa vera e propria solo quando presenta qualche forma di valore commerciale o domanda di mercato. Per esempio, le conoscenze all'interno della vostra organizzazione potrebbero aiutare a sviluppare migliori procedure per i servizi post-vendita, il che aiuterebbe a trattenere un numero maggiore di clienti e a migliorare i profitti. O ancora, un cliente potrebbe essere disposto a pagare una consulenza di un'impresa su come migliorare il proprio business o i propri prodotti. Entrambi sono esempi di come le organizzazioni potrebbero sfruttare il patrimonio intellettuale al proprio interno.
In due parole	Conoscenze di valore.

© Intellectual Assets Centre 2005

Termine	**Capitale Intellettuale**
Definizione	Il valore combinato di sistemi di persone e sistemi organizzativi.
Spiegazione all'utente	Il capitale intellettuale è il valore combinato di persone e sistemi (es. tecnologia, processi e procedure aziendali, etc.) all'interno della vostra organizzazione. Perdere membri chiave del personale potrebbe implicare un forte impatto finanziario sulla vostra organizzazione, in particolar modo se essi lasciano il lavoro per la concorrenza. Gestire il capitale intellettuale garantirà che le conoscenze fondamentali siano trattenute e conservate all'interno della vostra organizzazione. Separare conoscenze e persone riduce il rischio di perdita, anche nel caso in cui elementi chiave del personale lascino l'azienda. Sistemi organizzativi poveri ridurranno o distruggeranno il valore del patrimonio detenuto dal vostro personale. Buoni sistemi organizzativi invece ne amplificheranno il valore, in quanto le conoscenze e le capacità del personale potranno essere conservate all'interno della vostra organizzazione e utilizzate su base continua.
Spiegazione al consulente	Il capitale intellettuale è il valore combinato di persone e sistemi (es. tecnologia, processi e procedure aziendali, etc.) all'interno di un'organizzazione. Perdere membri chiave del personale potrebbe implicare un forte impatto finanziario su un'organizzazione, in particolar modo se essi lasciano il lavoro per la concorrenza. Gestire il capitale intellettuale garantirà che le conoscenze fondamentali siano trattenute e conservate all'interno di un'organizzazione. Separare conoscenze e persone riduce il rischio di perdita, anche nel caso in cui elementi chiave del personale lascino l'azienda. Sistemi organizzativi poveri ridurranno o distruggeranno il valore del patrimonio detenuto dal personale di un'organizzazione. Buoni sistemi organizzativi invece ne amplificheranno il valore, in quanto le conoscenze e le capacità del personale potranno essere conservate all'interno dell'organizzazione e utilizzate su base continua.
In due parole	Il valore di persone e processi.

© Intellectual Assets Centre 2005

Termine

Proprietà intellettuale

Definizione

La capacità di controllare creatività e innovazione.

Spiegazione all'utente

La proprietà intellettuale (spesso nota come PI) è il diritto che avete di controllare la vostra creatività e le vostre innovazioni. In veste di detentori di proprietà intellettuale, potete controllarla ed essere retribuiti per un suo uso fatto da altri. Esempi di proprietà intellettuale includono "brevetti", "marchi di fabbrica", "diritti di design" e "copyright". Potreste possedere i diritti su un'idea, ma se essa non ha merito pratico o valore di mercato, non può essere classificata come una vera e propria risorsa. Se al contrario la vostra idea può essere sviluppata in un prodotto o servizio che un cliente potrebbe desiderare, la vostra proprietà intellettuale acquisisce valore commerciale e rappresenta pertanto un bene intellettuale (v.).

Spiegazione al consulente

La proprietà intellettuale (spesso nota come PI) è il diritto di un'organizzazione di controllare la propria creatività e le proprie innovazioni. In veste di detentrice di proprietà intellettuale, un'organizzazione può controllarla ed essere retribuita per un suo uso fatto da altri. Esempi di proprietà intellettuale includono "brevetti", "marchi di fabbrica", "diritti di design" e "copyright". Un'organizzazione potrebbe possedere i diritti su un'idea, ma se essa non ha merito pratico o valore di mercato, non può essere classificata come una vera e propria risorsa. Se al contrario l'idea può essere sviluppata in un prodotto o servizio che un cliente potrebbe desiderare, la proprietà intellettuale dell'organizzazione acquisisce valore commerciale e rappresenta pertanto un bene intellettuale (v.).

In due parole

Controllo di creatività e innovazione.

© Intellectual Assets Centre 2005

Termine	**Gestione del patrimonio intellettuale**
Definizione	La capacità di gestire e sfruttare preziose unità di conoscenza.
Spiegazione all'utente	Gestione del patrimonio intellettuale è l'espressione usata per descrivere il processo dell'identificazione e della gestione delle conoscenze e del pieno sfuttamento di esse a fini commerciali. Se avete l'opportunità di utilizzare le vostre conoscenze a fini commerciali, dovete assicurarvi che tali conoscenze siano inizialmente identificate, rese disponibili al personale competente e quindi conservate per garantire l'integrità dell'informazione esistente e l'identificazione di nuove conoscenze. La gestione del patrimonio intellettuale include anche la protezione dei beni intellettuali. Si vedano le voci relative a "brevetti", "marchi di fabbrica", "diritti di design" e "copyright" per maggiori informazioni sulla protezione del vostro patrimonio intellettuale.
Spiegazione al consulente	Gestione del patrimonio intellettuale è l'espressione usata per descrivere il processo dell'identificazione e della gestione delle conoscenze e del pieno sfuttamento di esse a fini commerciali. Se un'organizzazione ha l'opportunità di utilizzare le proprie conoscenze a fini commerciali, deve assicurarsi che tali conoscenze siano inizialmente identificate, rese disponibili al personale competente e quindi conservate per garantire l'integrità dell'informazione esistente e l'identificazione di nuove conoscenze. La gestione del patrimonio intellettuale include anche la protezione dei beni intellettuali. Si vedano le voci relative a "brevetti", "marchi di fabbrica", "diritti di design" e "copyright" per maggiori informazioni sulla protezione del vostro patrimonio intellettuale.
In due parole	Sfuttare il valore delle conoscenze.

© Intellectual Assets Centre 2005

Termine	**Asset/Bene**
Definizione	Un'unità che può essere convertita in denaro o utilizzata per aggiungere valore ad un'organizzazione.
Spiegazione all'utente	Il valore della vostra organizzazione è composto da diversi tipi di risorse, come il denaro, le azioni e i beni strumentali. Alcune risorse sono tangibili in quanto esistono fisicamente e hanno un valore prontamente definibile. Altre invece sono intangibili in quanto non esistono fisicamente, né hanno un valore prontamente definibile. Un esempio di intangibile è la "goodwill" (o "avviamento") associata alla vostra organizzazione, che potrebbe rappresentare il valore finanziario della base di clienti fedeli che la vostra organizzazione si è costruita in un certo arco di tempo. Si vedano anche le voci relative a "beni intangibili" e "goodwill/avviamento".
Spiegazione al consulente	Il valore di un'organizzazione è composto da diversi tipi di risorse, come il denaro, le azioni e i beni strumentali. Alcune risorse sono tangibili in quanto esistono fisicamente e hanno un valore prontamente definibile. Altre invece sono intangibili in quanto non esistono fisicamente, né hanno un valore prontamente definibile. Un esempio di intangibile è la "goodwill" (o "avviamento") associata ad un'organizzazione, che potrebbe rappresentare il valore finanziario della base di clienti fedeli che un'organizzazione si è costruita in un certo arco di tempo. Si vedano anche le voci relative a "beni intangibili" e "goodwill/avviamento".
In due parole	Un'unità di valore.

© Intellectual Assets Centre 2005

Termine	**Copyright**
Definizione	Impedire agli altri di copiare un lavoro, a spese del suo creatore.
Spiegazione all'utente	Quando create un qualcosa di originale, come ad esempio un manuale di formazione su un nuovo programma software, il copyright impedisce ad altri di copiare quel lavoro e presentarlo come proprio o usarlo a fini commerciali, senza il vostro esplicito permesso. Se scoprite che qualcuno sta usando del materiale che avete originariamente creato e su cui possedete dei diritti, potete in genere pretendere di venire accreditati come fonte originale, arrestare la violazione e/o esigere un compenso monetario sia per la perdita di affari, sia per danno commerciale, a seconda della serietà della violazione del copyright. Il copyright emerge in modo automatico semplicemente pubblicando del materiale, per esempio in un report o sul sito web di un'organizzazione.
Spiegazione al consulente	Se un'organizzazione crea un qualcosa di originale, come un manuale di formazione su un nuovo programma software, il copyright impedisce ad altri di copiare quel lavoro e presentarlo come proprio, o usarlo a fini commerciali, senza l'esplicito permesso dell'autore. Se un'organizzazione scopre che qualcuno sta usando del materiale che ha originariamente creato e su cui possiede dei diritti, può in genere pretendere di essere accreditata come fonte originale, arrestare la violazione e/o esigere un compenso monetario sia per la perdita di affari, sia per danno commerciale, a seconda della serietà della violazione del copyright. Il copyright emerge in modo automatico semplicemente pubblicando il materiale, per esempio in un report o sul sito web di un'azienda.
In due parole	Proteggere il valore.

© Intellectual Assets Centre 2005

Termine	**Goodwill/Avviamento**
Definizione	Il valore dato dalla differenza positiva tra valore complessivo di un'organizzazione e quello dei singoli beni che la compongono.
Spiegazione all'utente	La vostra organizzazione è valutata dalla combinazione del valore del suo libro contabile (la somma di tutti i beni presente sul bilancio meno tutte le passività) più il valore di "avviamento", che rappresenta il premio aggiuntivo che un acquirente o un investitore sarebbe disposto a pagare per la vostra organizzazione. Esempi di "goodwill/avviamento" comprendono il livello della reputazione della vostra organizzazione nel proprio settore di mercato, la qualità della base di clienti esistente (in termini di profilo di clienti) e la loro propensione ad acquistare, la consistenza delle vendite e i canali di distribuzione.
Spiegazione al consulente	Un'organizzazione è valutata dalla combinazione del valore del suo libro contabile (la somma di tutti i beni presente sul bilancio meno tutte le passività) più il valore di "avviamento", che rappresenta il premio aggiuntivo che un acquirente o un investitore sarebbe disposto a pagare per un'organizzazione. Esempi di "goodwill" comprendono il livello della reputazione di un'organizzazione nel proprio settore di mercato, la qualità della base di clienti esistente (in termini di profilo di clienti) e la loro propensione ad acquistare, la consistenza delle vendite e i canali di distribuzione.
In due parole	Valore nascosto.

© Intellectual Assets Centre 2005

Termine	**Beni intangibili**
Definizione	Beni che non possono essere toccati fisicamente o valutati facilmente.
Spiegazione all'utente	La vostra organizzazione potrebbe possedere un certo numero di beni intangibili che contribuiscono in modo significativo al valore totale del business. Esempi di beni intangibili che potreste possedere includono la marca, accordi di esclusività con i fornitori, marchi registrati, brevetti o goodwill. Potrebbe risultare difficile determinare il valore di simili beni intangibili, in quanto essi non possono essere misurati facilmente. Ad ogni modo, i beni intangibili aggiungono valore ad un'organizzazione e possono in fin dei conti rappresentare un'unità molto significativa sul bilancio totale. Si vedano anche le voci relative a "asset/bene", "patrimonio/bene intellettuale" e "goodwill/avviamento".
Spiegazione al consulente	Un'organizzazione potrebbe possedere un certo numero di beni intangibili che contribuiscono in modo significativo al valore totale di essa. Esempi di beni intangibili che potrebbe possedere includono la marca, accordi di esclusività con i fornitori, marchi registrati, brevetti o goodwill. Potrebbe risultare difficile determinare il valore di tali beni intangibili, in quanto essi non possono essere misurati facilmente. Ad ogni modo, i beni intangibili aggiungono valore ad un'organizzazione e possono in fin dei conti rappresentare un'unità molto significativa sul bilancio totale. Si vedano anche "asset/bene", "bene intellettuale" e "goodwill/avviamento".
In due parole	Beni che si possono vendere, ma che non si possono toccare.

© Intellectual Assets Centre 2005

Termine	**Licenze e licensing**
Definizione	Accordi per poter utilizzare un bene sotto specifiche condizioni.
Spiegazione all'utente	Un'azienda di software vi permetterà di utilizzare i propri programmi sotto specifiche condizioni, ma potrebbe limitare il vostro diritto a modificare il software originale o a venderlo ad una terza parte. Questa è una forma di licensing. Una licenza stabilisce i termini e le condizioni sotto i quali il patrimonio intellettuale può essere usato o distribuito. I licenziatari effettuano un pagamento singolo o regolare al proprietario dell'asset, in primo luogo come compenso per l'uso del bene in questione. I pagamenti per la licenza permettono inoltre al proprietario di continuare a investire nello sviluppo del bene, in modo tale che entrambe le parti traggano profitto dal suo uso.
Spiegazione al consulente	Un'azienda di software permetterà ad altre organizzazioni di far uso dei propri programmi sotto specifiche condizioni, ma potrebbe limitare il diritto a modificare il software originale o a venderlo ad una terza parte. Questa è una forma di licensing. Una licenza imposta i termini e le condizioni sotto le quali il patrimonio intellettuale può essere usato o distribuito. I licenziatari effettuano un pagamento singolo o regolare al proprietario dell'asset, in primo luogo come compenso per l'uso del bene in questione. I pagamenti per la licenza permettono inoltre al proprietario di continuare a investire nello sviluppo del bene, in modo tale che entrambe le parti traggano profitto dal suo uso.
In due parole	Condizioni d'uso.

© Intellectual Assets Centre 2005

Termine

Brevetto

Definizione

Un monopolio ufficiale assegnato al propretario di un'invenzione, che impedisce agli altri di copiare, utilizzare e vendere quell'invenzione entro un territorio specifico.

Spiegazione all'utente

Se scoprite un nuovo processo o prodotto, potreste richiedere la concessione di un brevetto per proteggere, e sfruttare commercialmente, l'investimento della vostra organizzazione nello sviluppo di tale invenzione. In generale, i brevetti sono concessi per creazioni piuttosto che per scoperte e per richiederne uno con successo dovrete andare oltre la tecnologia o la metodologia già note. Un brevetto è pertanto proprietà di un licenziatario e costituisce un diritto territoriale: un brevetto italiano vi concederà diritti solo in Italia e i diritti di impedire ad altri di importare simili prodotti brevettati in territorio italiano. Se volete godere della stessa protezione anche all'estero, dovrete richiedere i brevetti in ogni singolo Paese. Le invenzioni brevettabili devono essere tenute segrete prima di essere registrate per la protezione con brevetto.

Spiegazione al consulente

Se un'organizzazione scopre un nuovo processo o prodotto, potrebbe richiedere la concessione di un brevetto per proteggere, e sfruttare commercialmente, il suo investimento nello sviluppo di tale invenzione. In generale, i brevetti sono concessi per creazioni piuttosto che per scoperte e per richiederne uno con successo, l'impresa in questione deve andare oltre la tecnologia o la metodologia già note. Un brevetto è pertanto proprietà di un licenziatario e costituisce un diritto territoriale: un brevetto italiano concederà diritti solo in Italia e i diritti di impedire ad altri di importare simili prodotti brevettati in territorio italiano. Se l'organizzazione vuole godere della stessa protezione anche all'estero, dovrà richiedere i brevetti in ogni singolo Paese. Le invenzioni brevettabili devono essere tenute segrete prima di essere registrate per la protezione con brevetto.

In due parole

Monopolizzare il valore di un pensiero originale.

© Intellectual Assets Centre 2005

Termine	**Diritti di design**
Definizione	Protezione di design e sviluppo di un prodotto dal plagio.
Spiegazione all'utente	In fase di sviluppo di un nuovo design per un prodotto, potreste registrarne forma o aspetto al fine di ottenere diritti di proprietà e protezione. Ciò impedirebbe alla concorrenza di copiare i design che avete prodotto e di ottenere così un ingiusto vantaggio sul mercato. La registrazione del design dei prodotti garantisce diritti simili a un brevetto, ma si riferisce alla forma/aspetto più che alla funzione/effetto tecnico. Alcune diverse protezioni di design emergono automaticamente (per design più comuni) e altri potrebbero essere coperti da copyright. Se credete di poter trarre profitto dal design di un nuovo prodotto, dovreste richiederne la registrazione prima che il design venga reso pubblico. Si vedano anche le voci relative a "copyright" e "brevetto".
Spiegazione al consulente	In fase di sviluppo di un nuovo design per un prodotto, un'impresa potrebbe registrarne forma o aspetto al fine di ottenere diritti di proprietà e protezione. Ciò impedirebbe alla concorrenza di copiare i design che l'impresa ha prodotto e di ottenere così un ingiusto vantaggio sul mercato. La registrazione del design dei prodotti garantisce diritti simili a un brevetto ma si riferisce alla forma/aspetto più che alla funzione/effetto tecnico. Alcuni diverse protezioni di design emergono automaticamente (per design più comuni) e altri potrebbero essere coperti da copyright. Se un'impresa crede di poter trarre profitto dal design di un nuovo prodotto, dovrebbe richiederne la registrazione prima che il design venga reso pubblico. Si vedano anche le voci relative a "copyright" e "brevetto".
In due parole	Proteggere i vostri design.

© Intellectual Assets Centre 2005

Termine	**Trademark/Marchio di fabbrica**
Definizione	Un marchio che informa gli utenti sull'origine di beni o servizi.
Spiegazione all'utente	Un marchio di fabbrica può consistere di parole, immagini, logo, forme, suoni, colori o odori. Viene usato per differenziare un prodotto o servizio dalla propria concorrenza: per esempio, nel campo dei software per computer, c'è in genere poca confusione su quali software siano sviluppati dalla Microsoft. Un marchio di fabbrica può essere richiesto anche come "non registrato" sfruttando le leggi del "*passing off*". Tuttavia registrare un trademark offre una protezione molto più forte e garantisce che i concorrenti non usino la vostra identità distinta dal marchio per ottenere un vantaggio commerciale a favore dei loro prodotti o servizi.
Spiegazione al consulente	Un marchio di fabbrica può consistere di parole, immagini, logo, forme, suoni, colori o odori. È usato per differenziare un prodotto o servizio dalla propria concorrenza: per esempio, nel campo dei software per computer, c'è in genere poca confusione su quali software sviluppi la Microsoft. Un marchio di fabbrica può essere richiesto anche come "non registrato" sfruttando le leggi del "*passing off*". Tuttavia registrare un trademark offre ad un'impresa una protezione molto più forte e garantisce che le imprese concorrenti non usino l'identità distinta dal marchio per ottenere un vantaggio commerciale a favore dei loro prodotti o servizi.
In due parole	Contrassegno d'origine.

© Intellectual Assets Centre 2005

Intellectual Assets Centre®
realising Scotland's potential

SCOTTISH EXECUTIVE

PROJECT PART-FINANCED BY THE EUROPEAN UNION

Europe and Scotland
Making it **work together**