

# Questionario sul Patrimonio Intellettuale

13/10/2004

---

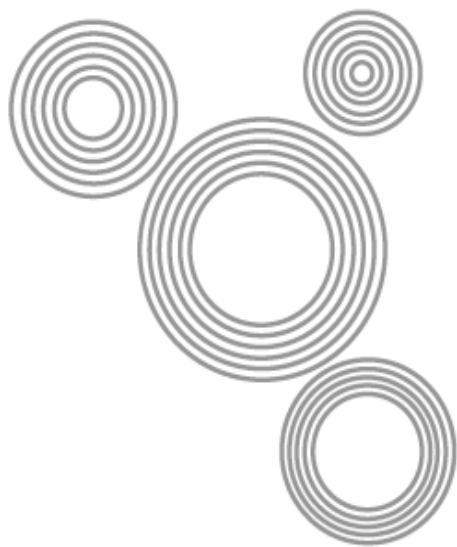
## Abstract

Ricchezza e crescita nell'economia odierna sono guidate primariamente dai beni intangibili. Nella moderna "economia della conoscenza" oltre l'80% del valore di un'azienda risiede nei suoi intangibili. Una gestione efficace del patrimonio intellettuale dell'azienda terrà lontane le minacce del mercato e genererà valore e guadagno aggiunto per essa.

---

© Intellectual Assets Centre 2007

*Ricchezza e crescita nell'economia moderna sono guidate primariamente dai beni intangibili. Nella moderna "economia della conoscenza" oltre l'80% del valore di un'azienda risiede nei suoi intangibili. Una gestione efficace del patrimonio intellettuale dell'azienda terrà lontane le minacce del mercato e genererà valore e guadagno aggiunto per essa.*



© 2007 **Scottish Intellectual Asset Management Ltd.**

Suite 6/6 Skypark

8 Elliot Place

Glasgow G3 8EP

T: 0141 243 4920

F: 0141 229 1498

W: [www.ia-centre.org.uk](http://www.ia-centre.org.uk)

**IL PRESENTE DOCUMENTO È STRETTAMENTE  
PRIVATO E RISERVATO**

*Prima di essere letto o divulgato, è necessaria  
l'autorizzazione da parte dello Scottish Intellectual  
Asset Management Ltd.*

Autore: Gavin McCutcheon

E: [gavin.mccutcheon@ia-centre.org.uk](mailto:gavin.mccutcheon@ia-centre.org.uk)

T: 0141 243 4920

Versione: v3.0.0 Data di revisione: 13/10/2004

Tradotto da: Daniela Castrataro

E: [daniela.castrataro@ia-centre.org.uk](mailto:daniela.castrataro@ia-centre.org.uk)

T: 0141 243 4920

Data: Novembre 2007

# QUESTIONARIO SUL PATRIMONIO INTELLETTUALE

Perché avete bisogno di conoscere il patrimonio intellettuale?

Nonostante il recente ciclo di eventi ad “espansione e frenata”, è largamente riconosciuto che la ricchezza e la crescita nell’economia moderna siano trascinate in primo luogo dal patrimonio intellettuale. Infatti, nella moderna economia della conoscenza oltre l’80% del valore di un’azienda risiede nella sua capacità di valorizzare gli intangibili, che non possono più essere ignorati.

Poiché il valore di mercato di un’azienda può essere un significativo multiplo del suo “valore contabile” (si pensi ad esempio al Manchester United, alla Microsoft, a McDonalds e alla Virgin), i manager devono imparare a sviluppare, gestire e sfruttare i propri beni intangibili. La gestione efficace dei beni intangibili della vostra azienda significherà anche una maggiore capacità di tenere lontane le minacce del mercato e di generare valore e profitto ulteriori per l’azienda.

---

Cos’è il patrimonio intellettuale?

Il valore di mercato di qualsiasi azienda comprende sia il capitale fisico (quello tipicamente illustrato nel bilancio), sia i beni intangibili (noti anche come ‘capitale intellettuale’). Questi beni intangibili comprendono, prima di tutto, le varie abilità e l’esperienza del personale all’interno dell’azienda, difficili da registrare (il ‘capitale umano’), sia la proprietà aziendale intangibile ma valutabile, registrata o registrabile (nota anche come proprietà intellettuale o PI).

Diversamente dal capitale umano, la PI è posseduta dall’azienda e include elementi come brevetti, marchi di fabbrica, design, marche, database, know-how, reputazione, ricerca, piani aziendali, contratti strategici, elenchi di fornitori e clienti, ecc.

## QUAL È LO SCOPO DEL QUESTIONARIO?

Il questionario è stato progettato per permettervi di effettuare una stima iniziale del patrimonio intellettuale presente nella vostra azienda. La sua compilazione non richiede alcuna conoscenza specialistica, ma apporterà un beneficio maggiore se effettuato insieme ad un consulente speciale per il patrimonio intellettuale. Ogni sezione ha un proprio scopo:

La **sezione 1** vi assisterà nella **ricerca del patrimonio intellettuale chiave della vostra azienda**; pertanto vi aiuterà ad *identificare le aree di potenziale incremento futuro del profitto*.

La **sezione 2** è volta ad esaminare le **vostre correnti attività di gestione del patrimonio intellettuale** e in questo modo dovrebbe aiutarvi ad *identificare eventuali lacune in esse*.

La **sezione 3** si compone delle vostre opinioni riguardo **quali tipi di patrimonio intellettuale sono più importanti per la vostra azienda** e aiutarvi così ad *identificare le aree in cui credete debba essere diretto uno sforzo di gestione*.

## INFORMAZIONI GENERALI

**Nome dell'azienda:** \_\_\_\_\_

**Indirizzo:** \_\_\_\_\_

**Numero di telefono:** \_\_\_\_\_

**Nome e titolo della persona che compila il questionario:** \_\_\_\_\_

**E-mail:** \_\_\_\_\_

# SEZIONE 1

La **sezione 1** vi assisterà nella **ricerca del patrimonio intellettuale chiave della vostra azienda**; pertanto vi aiuterà ad *identificare le aree di potenziale incremento futuro del profitto*. Questa sezione è divisa in tre parti, A, B e C, relative rispettivamente ad attività correnti, attività passate e piani futuri.

---

## Parte A - Attività correnti

### D.1

Elencate le maggiori attività generatrici di reddito della vostra azienda (prodotti o servizi). Elencate tutte quelle che ritenete rilevanti.

<b>A</b>	
<b>B</b>	
<b>C</b>	
<b>D</b>	
<b>E</b>	

### D.2

Per ogni prodotto/servizio elencato nella d.1, descrivete i vantaggi/le caratteristiche che in passato hanno convinto i clienti ad acquistare dalla vostra azienda piuttosto che dai vostri concorrenti.

<b>A</b>	
<b>B</b>	
<b>C</b>	
<b>D</b>	
<b>E</b>	

**D.3**

Per ogni prodotto/servizio elencato nella dom.1, descrivete in che modo l'azienda al momento li protegge dall'essere copiati o persi.

<b>A</b>	
<b>B</b>	
<b>C</b>	
<b>D</b>	
<b>E</b>	

---

**Parte B - Attività passate****D.4**

Il vostro mix aziendale potrebbe essere cambiato negli anni. Se è così, elencate i diversi generatori di profitto chiave del vostro passato.

<b>A</b>	
<b>B</b>	
<b>C</b>	
<b>D</b>	
<b>E</b>	

**D.5**

Per ogni "vecchio" prodotto/servizio elencato nella dom. 4, descrivete i vantaggi/le caratteristiche che hanno convinto i clienti ad acquistare dalla vostra azienda piuttosto che dai vostri concorrenti.

<b>A</b>	
<b>B</b>	
<b>C</b>	
<b>D</b>	
<b>E</b>	

**D.6**

Per ogni prodotto servizio elencato nella dom. 4, descrivete come l'azienda li ha protetti dall'essere copiati o persi.

<b>A</b>	
<b>B</b>	
<b>C</b>	
<b>D</b>	
<b>E</b>	

---

**Parte C - Attività future****D.7**

Il vostro mix aziendale potrebbe essere in procinto di cambiare. Se è così, elencate le nuove aree chiave di generazione di profitto, che saranno con ogni probabilità evidenti in un prossimo futuro.

<b>A</b>	
<b>B</b>	
<b>C</b>	
<b>D</b>	
<b>E</b>	

**D.8**

Per ogni "sperato" prodotto/servizio elencato nella dom. 7, descrivete i vantaggi/le caratteristiche che sperate persuaderanno i clienti ad acquistare dalla vostra azienda piuttosto che dai vostri concorrenti.

<b>A</b>	
<b>B</b>	
<b>C</b>	
<b>D</b>	
<b>E</b>	

**D.9**

Per ogni prodotto/servizio elencato nella dom. 7, descrivete come l'azienda intende proteggerli dall'essere copiati o persi

<b>A</b>	
<b>B</b>	
<b>C</b>	
<b>D</b>	
<b>E</b>	

## SEZIONE 2

La **sezione 2** è volta ad esaminare le **vostre correnti attività di gestione del patrimonio intellettuale** e in questo modo dovrebbe aiutarvi ad *identificare eventuali lacune in esse*.

Le seguenti affermazioni sono relative alle vostre convinzioni riguardo ciò che voi pensate della vostra azienda. Per ogni affermazione, evidenziate il grado in cui ritenete che la vostra azienda si comporti nel modo descritto.

### **Suggerimento per completare la sezione 2**

**Selezionate il numero 1** se siete fortemente d'accordo sul fatto che la vostra organizzazione dimostri quella caratteristica nella maggiorparte dei casi.

**Selezionate il numero 5** se credete che non la dimostri affatto. Potete anche selezionare il 3 se ritenete che non ci sia una forte presa di posizione in quel senso. Notate che non esiste una risposta corretta o sbagliata, la risposta è quella che meglio dimostra la vostra percezione dell'azienda.

Domanda	Di solito	Moderatamente	Affatto		
1. Proteggete legalmente le innovazioni e le nuove idee di prodotti/servizi e ottenete/registrate copyright, brevetti e marchi in linea con la strategia della vostra azienda.	1	2	3	4	5
2. Avete un budget stanziato per la salvaguardia della vostra proprietà intellettuale (ad es., tariffe legali, costi di brevetto, ecc.).	1	2	3	4	5
3. La vostra strategia di marca è protetta da un consistente impiego/applicazione dei valori di marca e dall'uso di un'appropriata ricerca di autorizzazioni, richieste di registrazione di marchi, design registrati.	1	2	3	4	5
4. Registrate, gestite e valutate tutta l'attività dei clienti.	1	2	3	4	5
5. Vi assicurate che tutti i fornitori dell'azienda abbiano appropriati contratti in luogo che identificano ogni tematica riguardante il possesso di proprietà intellettuale.	1	2	3	4	5
6. La conoscenza che avete dei vostri mercati e clienti target e dei dati relativi alla concorrenza è in qualche modo formalizzata, per esempio in database o piani di marketing.	1	2	3	4	5
7. Documentate e ricercate orientamento professionale per tutti i contratti all'interno dell'azienda (locazioni, vendite, acquisti, impiego, assicurazioni, ecc.).	1	2	3	4	5
8. Ricercate e sviluppate attivamente accordi di licenza, joint venture o partnership di alleanza strategica al fine di ridurre i costi dell'acquisto di innovazione e conoscenza.	1	2	3	4	5

Domanda	Di solito	Moderatamente	Affatto		
<b>9.</b> Ricercate e sviluppate attivamente accordi di licenza, joint venture o partnership di alleanza strategica al fine di estrapolare valore dal patrimonio intellettuale insito nella vostra innovazione e conoscenza.	1	2	3	4	5
<b>10.</b> La vostra azienda formalizza regolarmente le conoscenze del personale, per proteggere l'azienda in caso di abbandono.	1	2	3	4	5
<b>11.</b> La vostra azienda sviluppa proattivamente e mantiene forti reti nei rilevanti settori aziendali, accademici, comunitari e/o tecnologici.	1	2	3	4	5
<b>12.</b> La vostra azienda ha sviluppato e registrato sistemi di IT interni, programmi di ricerca, know-how o procedure tecniche, al fine di garantire vantaggi tecnologici sui propri concorrenti.	1	2	3	4	5
<b>13.</b> La vostra azienda ha registrato e sa come riprodurre modifiche organizzative chiave quali integrazione di acquisizioni, sviluppo di strategie, programmi di modifiche organizzative, trasferimento ecc.	1	2	3	4	5
<b>14.</b> La vostra azienda possiede una forza lavoro fedele alla propria visione aziendale e altamente competente se paragonata a quella della concorrenza.	1	2	3	4	5
<b>15.</b> Il team di senior management ha una vasta esperienza ed è fortemente visto come "esperto" all'interno della vostra industria.	1	2	3	4	5

## SEZIONE 3

La **sezione 3** si compone delle vostre opinioni riguardo **quali tipi di patrimonio intellettuale sono più importanti per la vostra azienda** e aiutarvi così ad *identificare le aree in cui credete debba essere diretto uno sforzo di gestione*.

Per questa sezione potrebbe esservi utile riflettere sui punti seguenti, mentre valutate i tipi di patrimonio intellettuale rilevanti per la vostra azienda:

- quali beni/caratteristiche permettono all'azienda di essere efficace?
- quali beni/caratteristiche aggiungono la maggiorparte del valore per i vostri clienti?
- quali beni/caratteristiche sono considerate più importanti dai vostri impiegati/clienti interni?
- quali beni/caratteristiche della vostra azienda sono uniche?
- quali beni/caratteristiche sono distintivi della vostra azienda?
- quali beni/caratteristiche danno alla vostra azienda un vantaggio di mercato?

Questa sezione è divisa in due parti, A e B.

---

### Parte A

Per la parte A, tenete ben in mente i vantaggi/le caratteristiche identificate nella Sezione 1 quando leggerete le descrizioni dei diversi tipi di patrimonio intellettuale fornite sotto. Alcune potrebbero esservi familiari, altre meno. Vorremmo che identificaste il grado in cui ritenete che ognuno dei tipi elencati sia importante per la vostra azienda, particolarmente quali sono quelli che stanno accrescendo il valore della vostra azienda.

Nella parte A distribuite un totale di 100 punti fra i sette gruppi, secondo quanto ognuno di essi sia rilevante per la vostra azienda. Più una caratteristica è importante per la vostra azienda, più punti dovrete attribuirle. **Assicuratevi che i punti distribuiti raggiungano il totale di 100.**

### **Suggerimenti per la compilazione della Sezione 3 Parte A**

*Per prima cosa, scegliete dalla lista riportata la caratteristica più importante relativa alla vostra azienda e attribuitele il punteggio appropriato, basato sull'intensità delle vostre convinzioni. Quindi scegliete la meno importante e attribuitele il punteggio più appropriato. Infine distribuite i punti restanti tra le 5 caratteristiche rimanenti. Se uno qualsiasi dei beni intangibili descritti in un gruppo non è significativo o vi è del tutto sconosciuto, considerate comunque gli altri presenti in quello stesso gruppo.*

Caratteristica	Punteggio
<b>1. Basata sulla proprietà intellettuale</b> (es. copyright, marchi di fabbrica, brevetti, design registrati, diritti di design, diritti per la tutela delle varietà vegetali)	
<b>2. Basata su clienti e fornitori</b> (es. liste di clienti, azioni di mercato, reti di rivenditori, reti di fornitori, contratti di servizio, repeat business [fidelizzazione], know-how di mercato)	
<b>3. Basata sui contratti</b> (es. accordi di licenza, accordi di consulenza, alleanze strategiche e accordi di joint venture, clausole di non concorrenza, contratti di impiego)	
<b>4. Basata su fattori rivolti all'esterno</b> (es. clienti che rafforzano l'immagine, utenti di rafforzamento, riconoscimenti formali, identità di marca)	
<b>5. Basata sull'organizzazione aziendale</b> (es. acquisizione/riorganizzazione di piani/esperienze, visione e strategia organizzativa, localizzazione geografica; affiliazioni universitarie e accademiche, reti aziendali, piani aziendali, piani di formazione, metodi gestionali)	
<b>6. Basata sul prodotto</b> (es. software/programmi/manuali del computer, licenze di software, know-how e show-how tecnico, strutture di database proprietarie, disegni ingegneristici, metodi/tecnologia di sviluppo del prodotto, procedure/processi di fabbricazione, capacità tecniche, manuali e file tecnici, know-how non brevettato, capacità e abilità di innovazione)	
<b>7. Basata sulla forza lavoro (capitale umano)</b> (es. leadership nella ricerca, capacità creativa, esperienza di management, leadership aziendale, organizzazione <i>field service</i> , forza lavoro addestrata, expertise e credibilità del management)	
<b>Il totale deve corrispondere a:</b>	<b>100</b>

---

## Parte B

Per la parte B, fingete di dover catturare l'interesse di un investitore nella vostra azienda o di un potenziale acquirente. Quali sono i "pezzi forti", le caratteristiche della vostra **azienda** (pertanto non necessariamente **prodotti** o **servizi**) che con maggiori probabilità interesserebbero l'investitore o l'acquirente?

<b>A</b>	
<b>B</b>	
<b>C</b>	

Grazie per aver dedicato il vostro tempo alla compilazione del questionario.

Il questionario completo vi aiuterà, insieme al vostro consulente speciale, ad identificare il vostro patrimonio intellettuale, le vostre opinioni personali sulla presenza di questo nella vostra azienda e le aree in cui avete bisogno di concentrare il vostro sforzo gestionale.

Il team dell'Intellectual Assets Centre sarà felice di aiutarvi in ogni necessità. Potete contattarci presso:

**Intellectual Assets Centre**

**Address:** Suite 6/6, Skypark, 8 Elliot Place, Glasgow G3 8EP

**Tel:** 0141 243 4920

**Fax:** 0141 229 1498

**Web:** [www.ia-centre.org.uk](http://www.ia-centre.org.uk)

**Email:** [info@ia-centre.org.uk](mailto:info@ia-centre.org.uk)