



# **Asset intangibili e performance economiche: un'analisi del distretto del Packaging della provincia di Bologna**

**Federico Munari  
Azzurra Meoli  
Andrea Ravaioli**  
*Università di Bologna*

*Progetto MISE Unioncamere*



- OBIETTIVI DELLO STUDIO
- GLI ASSET INTANGIBILI INDAGATI
  - Brevetti
  - Marchi
- IL CONTESTO DELLO STUDIO
  - Il Distretto del Packaging di Bologna
- IL CAMPIONE DI RIFERIMENTO
- ANALISI DEI BREVETTI DEL DISTRETTO
- ANALISI DEI MARCHI DEL DISTRETTO
- ASSET INTANGIBILI E PERFORMANCE ECONOMICHE
- CONSIDERAZIONI FINALI



# OBIETTIVI DELLO STUDIO

# Obiettivi dell'analisi

- Il rapporto si propone di effettuare una mappatura dell'utilizzo di **brevetti e marchi registrati** come strumenti di tutela dell'innovazione e della creatività all'interno del distretto del packaging della provincia di Bologna.
- Si propone inoltre di analizzare la correlazione a livello distrettuale tra utilizzo di strumenti di tutela della proprietà industriale e risultati **economico-finanziari** delle imprese.
- **L'analisi di distretto** permette di descrivere il sistema industriale del territorio in termini di generazione e sfruttamento di asset intangibili (brevetti e marchi) e di valutare la rilevanza che essi hanno per le performance delle imprese appartenenti al distretto.
- L'obiettivo è quello di favorire la comprensione di come le imprese possano **valorizzare in maniera consapevole e efficace** le proprie risorse intangibili, tenendo conto delle specificità settoriali.

# Fasi dell'analisi

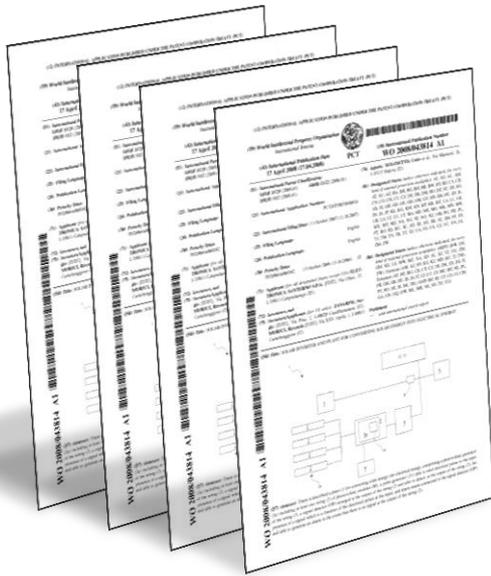
- L'obiettivo dell'analisi è quello di esaminare il distretto in cui le imprese operano, attraverso un'analisi dettagliata di contesto. A tal fine, abbiamo costruito un **database** che integra informazioni relative *agli asset intangibili* (marchi e brevetti) ed *informazioni di carattere economico* a livello di impresa.
  
- L'analisi ha seguito un approccio articolato in più fasi, replicabili per ogni settore indagato:
  1. IDENTIFICAZIONE DELLE IMPRESE
  2. RICOSTRUZIONE DEI PORTAFOGLI BREVETTI E MARCHI AZIENDALI
  3. RICOSTRUZIONE DELLE PERFORMANCE ECONOMICO-FINANZIARIE AZIENDALI
  4. ANALISI DI CORRELAZIONE BREVETTI, MARCHI E PERFORMANCE ECONOMICHE



**GLI ASSET INTANGIBILI  
CONSIDERATI:  
BREVETTI E MARCHI**

# Asset intangibili

## I brevetti per invenzione



- I brevetti rappresentano uno **strumento di tutela delle invenzioni tecnologiche**. Il titolare di un brevetto riceve un diritto di esclusiva per la propria invenzione, ovvero il diritto di proibire ad altri l'utilizzo dell'invenzione descritta nel brevetto, per tutta la durata della protezione (in genere 20 anni a partire dalla data di deposito della domanda)
- Il brevetto è un **documento tecnico-legale** contenente una descrizione dell'invenzione e delle rivendicazioni che definiscono gli aspetti dell'invenzione per i quali si richiede protezione. La protezione legale derivante dal brevetto è soggetta a limiti temporali e geografici.
- I brevetti sono uno **strumento di monitoraggio e valutazione di output inventivo** altamente diffuso e sono largamente utilizzati come indicatori di innovazione (Omland, 2011), anche se occorre considerare con attenzione i limiti di questo strumento.

# Asset intangibili

## I marchi registrati



**Trademark**



- Il marchio è un **segno che permette di distinguere i prodotti o i servizi**, realizzati o distribuiti da un'impresa da quelli delle altre aziende e fornisce, agli occhi del cliente, garanzie di qualità e affidabilità.
- Possono costituire **oggetto di registrazione come marchio** di impresa tutti i segni rappresentabili graficamente: parole, disegni, lettere, cifre, forma del prodotto o della combinazione di esso.
- I marchi registrati rappresentano un indicatore utilizzato in modo crescente per cogliere **l'orientamento al mercato delle imprese**, l'intensità delle attività di marketing e di sfruttamento commerciale di innovazioni (Munari, 2012).

# Brevetti e marchi

## Caratteristiche principali

	<b><i>BREVETTI</i></b>	<b><i>MARCHI</i></b>
<b>Oggetto</b>	Invenzioni (soluzioni a problemi tecnici)	Segni distintivi che identificano e distinguono certi prodotti/servizi
<b>Requisiti per l'ottenimento</b>	Novità; altezza inventiva; applicazione industriale	Novità; distintività; non descrittivo; non decettivo
<b>Acquisizione del diritto</b>	Attraverso una procedura di esame di un ufficio competente	Per i marchi registrati: esame di un ufficio competente. Per marchi non registrati: uso in commercio. La registrazione è opzionale, ma conferisce diversi vantaggi
<b>Diritti conferiti</b>	Diritto esclusivo di produrre, utilizzare, vendere l'invenzione	Diritto esclusivo di utilizzare e vendere il marchio
<b>Durata</b>	In genere 20 anni, sulla base di un pagamento di fee	Per marchi registrati, in genere 10 anni dal deposito, ma può essere rinnovato successivamente in via indefinita, sulla base di un pagamento di fee

# IL CONTESTO DELLO STUDIO: IL DISTRETTO DEL PACKAGING DI BOLOGNA



MACCHINE PER  
IL PACKAGING

# Il distretto del Packaging della provincia di BO

## I motivi della scelta

- Le macchine per il confezionamento e imballaggio rappresentano una delle **eccellenze più significative dell'industria italiana** (Symbola, 2013).
- La maggioranza delle aziende italiane impegnate nel settore è localizzata in Emilia-Romagna, dove si trova la **maggiore concentrazione di settore al mondo**, e per la maggior parte in provincia di Bologna, nella cosiddetta «**Packaging Valley**».
- L'innovazione tecnologica rappresenta un imperativo irrinunciabile per le imprese del distretto, per **la complessità e il crescente livello di sofisticazione tecnologica dei prodotti**.
- **L'attenzione alla protezione e valorizzazione degli asset intangibili** è storicamente molto radicata all'interno del distretto (Malipiero et al., 2011; Lipparini, 1995).

# Il distretto del Packaging della provincia di BO:

## Alcuni fatti salienti

- Il settore dei costruttori italiani di **macchina automatiche per il confezionamento e l'imballaggio** è uno dei comparti industriali italiani più vitali: il fatturato relativo all'anno 2012 è superiore ai 5,5 miliardi euro (*UCIMA, 2014*).
- Il settore è uno dei settori italiani con la **più alta propensione all'export** (oltre 80%) costituito da circa 200-250 imprese di dimensioni industriali, cui si aggiungono circa 300 unità produttive con caratteristiche artigianali. (*UCIMA, 2014*).
- Il **Distretto Industriale delle Macchine Automatiche** della provincia di **Bologna** è composto da oltre un centinaio di imprese specializzate nella progettazione e nella realizzazione di macchine per il confezionamento dei prodotti dell'industria alimentare, farmaceutica, cosmetica, chimica e del tabacco.



# DESCRIZIONE DEL CAMPIONE

# La costruzione del campione: l'approccio utilizzato

La costruzione del campione di riferimento per lo studio ha seguito due passaggi:

- 1) l'identificazione delle imprese operanti in provincia di Bologna associate a **UCIMA** (Unione Costruttori Italiani Macchine Automatiche per il Confezionamento e l'Imballaggio), l'associazione nazionale di categoria.
- 2) L'identificazione sulle **banche dati AIDA e Telemaco** delle imprese presenti sul territorio della provincia di Bologna e caratterizzate dai **codici ATECO** associati al packaging, identificati sulla base di studi e ricerche precedenti

Sulla base di questi criteri sono state identificate **187 imprese** operanti nel distretto del packaging in provincia di Bologna. Esse rappresentano il **campione finale** utilizzato nelle analisi.

# Descrizione del campione

## I codici ATECO di riferimento

I codici ATECO utilizzati per l'identificazione delle imprese sono i seguenti:

### **IMBALLAGGI**

- 17.21.0 Fabbricazione di carta e cartoni ondulati; imballaggi di carta e cartone, esclusi quelli in carta pressata
- 22.22.0 Fabbricazione di imballaggi in materie plastiche

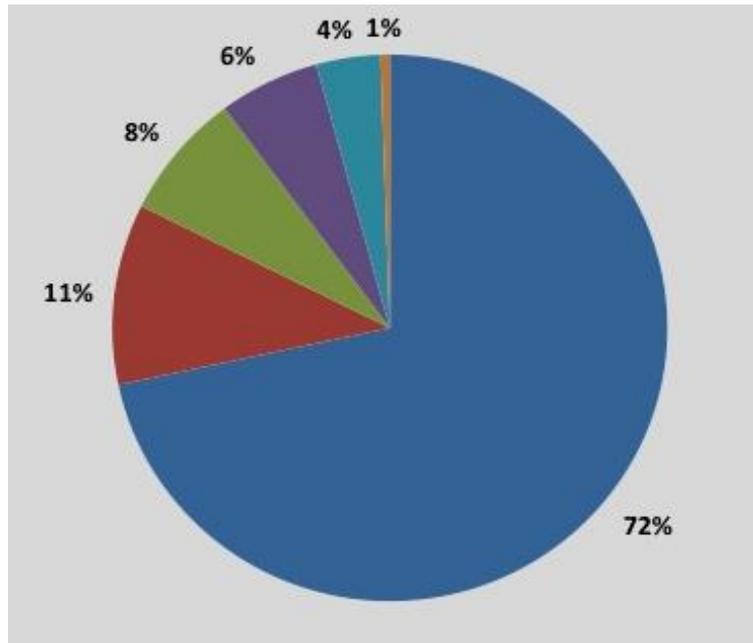
### **MACCHINE PER L'IMBALLAGGIO E IL CONFEZIONAMENTO**

- 28.29.30 Fabbricazione di macchine automatiche per la dosatura, la confezione e per l'imballaggio (incluse parti e accessori)
- 28.95.00 Fabbricazione di macchine per l'industria della carta e del cartone (incluse parti e accessori)
- 28.96.00 Fabbricazione di macchine per l'industria delle materie plastiche e della gomma (incluse parti e accessori)

# Descrizione del campione

## La distribuzione delle imprese per codice ATECO

- La maggioranza delle aziende del campione (72%) è compresa nel settore della «**Fabbricazione di macchine automatiche per la dosatura, la confezione e per l'imballaggio**», seguito dal settore della «**Fabbricazione di carta e cartoni ondulati**» (11%).



- Fabbricazione di macchine automatiche per la dosatura, la confezione e per l'imballaggio
- Fabbricazione di carta e cartoni ondulati; imballaggi di carta e cartone, esclusi quelli in carta pressata
- Fabbricazione di imballaggi in materie plastiche
- Fabbricazione di macchine per l'industria delle materie plastiche e della gomma
- Fabbricazione di macchine per l'industria della carta e del cartone
- Fabbricazione di altre macchine di impiego generale

# Descrizione del campione e fonti dei dati

## le misure di performance economica

Per le imprese del campione, si sono costruite variabili di natura economico-contabile utilizzando le seguenti fonti:

- **AIDA** (AIDA è un database che contiene bilanci, informazioni finanziarie, anagrafiche e commerciali per oltre un milione di società italiane)
- **TELEMACO/ Registro Imprese** (Il registro imprese è l'anagrafe delle imprese, vi si trovano i dati di tutte le imprese con qualsiasi forma giuridica e settore di attività economica, con sede o unità locali sul territorio nazionale, nonché gli altri soggetti previsti dalla legge)

# Metodologia

## Indicatori di Performance Economica

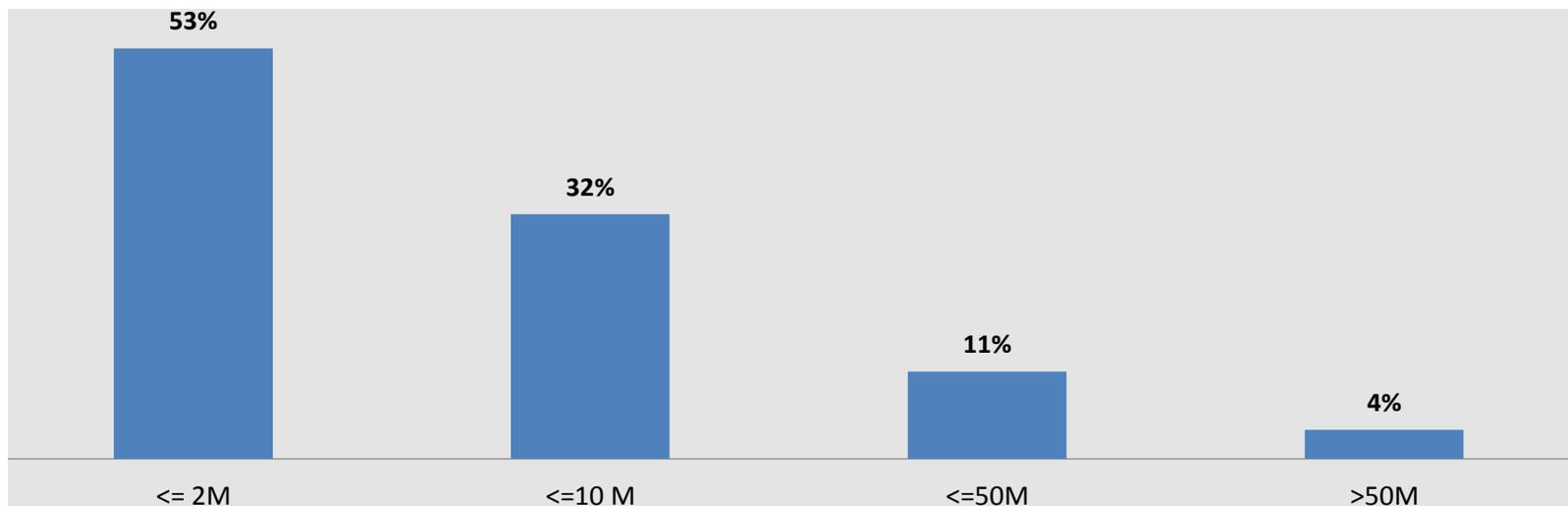
Le performance economiche delle imprese del campione sono state valutate attraverso i seguenti indici di redditività.

<b>INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA</b>		
<b>1</b>	<b>TASSO DI CRESCITA DEL FATTURATO</b>	Tasso di crescita del fatturato nel triennio 2010-2012
<b>2</b>	<b>ROE</b>	Rapporto tra Utile Netto e Fatturato (in %)
<b>3</b>	<b>EBITDA MARGIN</b>	Rapporto tra margine operativo lordo (EBITDA, Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) e Fatturato (in %)
<b>4</b>	<b>PROFIT MARGIN</b>	Rapporto tra Utile Netto e Fatturato (in %)

# Descrizione del campione

## Distribuzione delle imprese per classe dimensionale

- Le imprese del campione sono state classificate nelle diverse classi dimensionali in base al fatturato dell'ultimo anno disponibile, utilizzando la definizione europea di PMI.
- Il distretto è caratterizzato da una prevalenza **micro e piccole imprese** (53% e 32% del totale) e dalla presenza di alcuni gruppi di dimensioni maggiori, operanti storicamente come imprese guida all'interno del distretto.



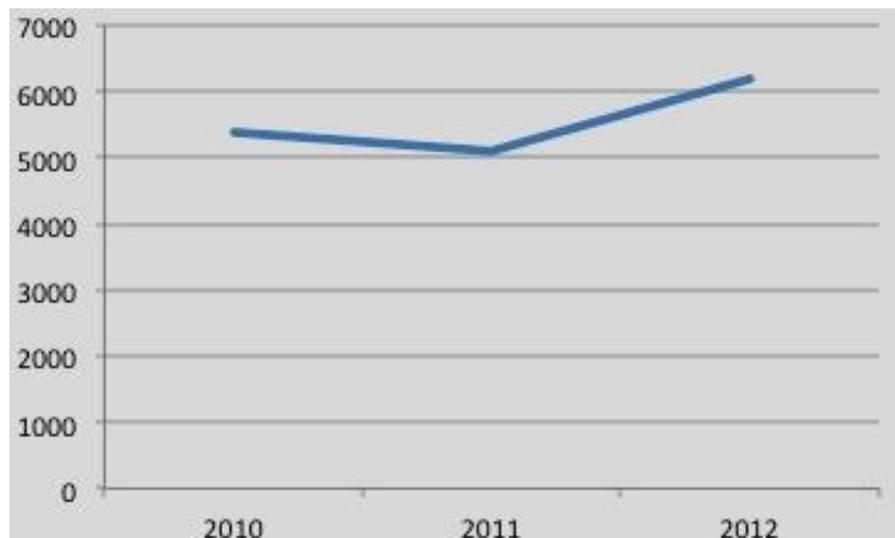
■ Aziende per classe di Fatturato (M euro)

- **Micro imprese** con fatturato  $\leq 2$  milioni di euro
- **Piccole imprese** con fatturato  $\leq 10$  milioni di euro
- **Medie imprese** con fatturato  $\leq 50$  milioni di euro
- **Grandi imprese** con fatturato superiore ai 50 milione di euro

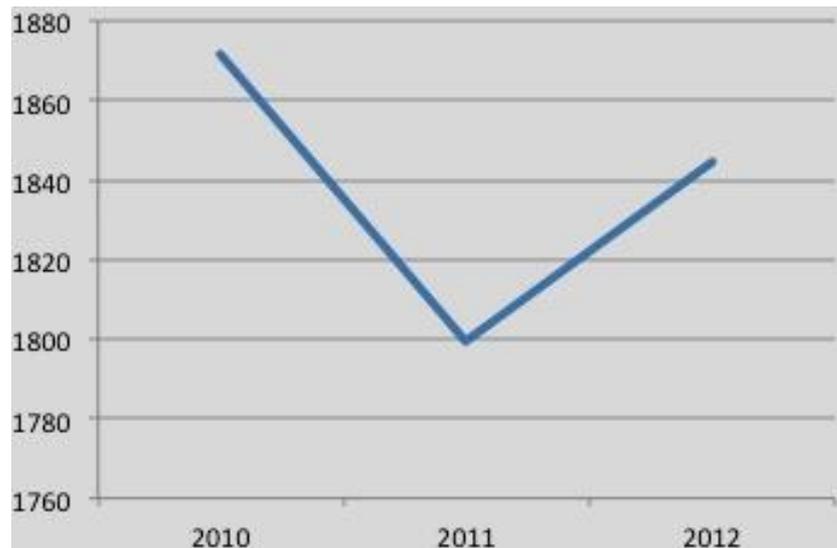
# Descrizione del campione

## Evoluzione del fatturato

- Il **fatturato medio** delle imprese appartenenti al campione è di circa **6 milioni** di euro nel 2012.
- I valori mediani si assestano su livelli inferiori ai **2 milioni** di euro. Lo scostamento tra valori medi e mediani è dovuto alla presenza di un numero limitato di imprese di grandi dimensioni all'interno del distretto.
- L'andamento medio del fatturato del campione nel periodo di riferimento ha registrato **un leggero calo nel 2011**, seguito da una **ripresa nel 2012**.



Media



Mediana

NOTA: il **fatturato medio e mediano** è stato calcolato escludendo le imprese outlier.

# Descrizione del campione

## Crescita del fatturato per classi dimensionali

- Il **tasso di crescita del fatturato** delle imprese è stato calcolato sugli ultimi 3 anni di esercizio, precisamente 2010, 2011, 2012.
- Le **micro imprese** sono quelle che presentano un **tasso di crescita negativo del fatturato**, il trend più positivo è invece per le medie e le grandi imprese.

TASSO DI CRESCITA	
<2M	-0,9%
2-10M	5,1%
10-50M	15,5%
>50M	10,0%

# Descrizione del campione

## Indicatori di redditività: EBITDA Margin e Profit Margin

- L' **EBITDA margin**, il rapporto tra EBITDA e fatturato, indica l'incidenza percentuale del margine operativo lordo del fatturato. Misura il grado di redditività operativa dell'azienda. Il **Profit margin** rappresenta il rapporto tra utile netto e fatturato.
- Nel triennio osservato si osserva in generale un **trend di miglioramento** degli indici di redditività. Le **micro e piccole imprese** tendono ad avere **valori medi inferiori di redditività**, a conferma delle maggiori difficoltà incontrate da tali imprese nel periodo considerato.

EBITDA MARGIN			
	2010	2011	2012
<2M	3,9%	7,7%	8,0%
2-10M	8,8%	8,2%	7,6%
10-50M	5,6%	4,0%	7,2%
>50M	8,2%	9,6%	11,7%

PROFIT MARGIN			
	2010	2011	2012
<2M	-5,4%	2,3%	2,4%
2-10M	2,1%	0,1%	2,5%
10-50M	2,2%	-0,4%	2,6%
>50M	-2,4%	4,3%	5,6%

# Descrizione del campione

## Evoluzione degli indici di redditività

- Il rapporto tra **utile netto e patrimonio netto** (ROE) esprime la redditività del capitale in termini di utile netto. Esso è utilizzato per mostrare l'economicità complessiva della gestione dell'esercizio considerato.
- Le micro e piccole imprese sono quelle che mostrano dei ROE più bassi, con una lieve ripresa nell'ultimo anno di esercizio. Le imprese grandi, pur mostrando un indice negativo nel 2010, evidenziano un trend positivo negli ultimi due presi in analisi.

<b>ROE</b>			
	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>&lt;2M</b>	-10,0%	-12,4%	6,9%
<b>2-10M</b>	-33,2%	-7,4%	-4,1%
<b>10-50M</b>	10,1%	10,6%	18,2%
<b>&gt;50M</b>	-25,8%	35,8%	30,2%



# **ANALISI DELLA BREVETTAZIONE NEL DISTRETTO DEL PACKAGING**

# Metodologia

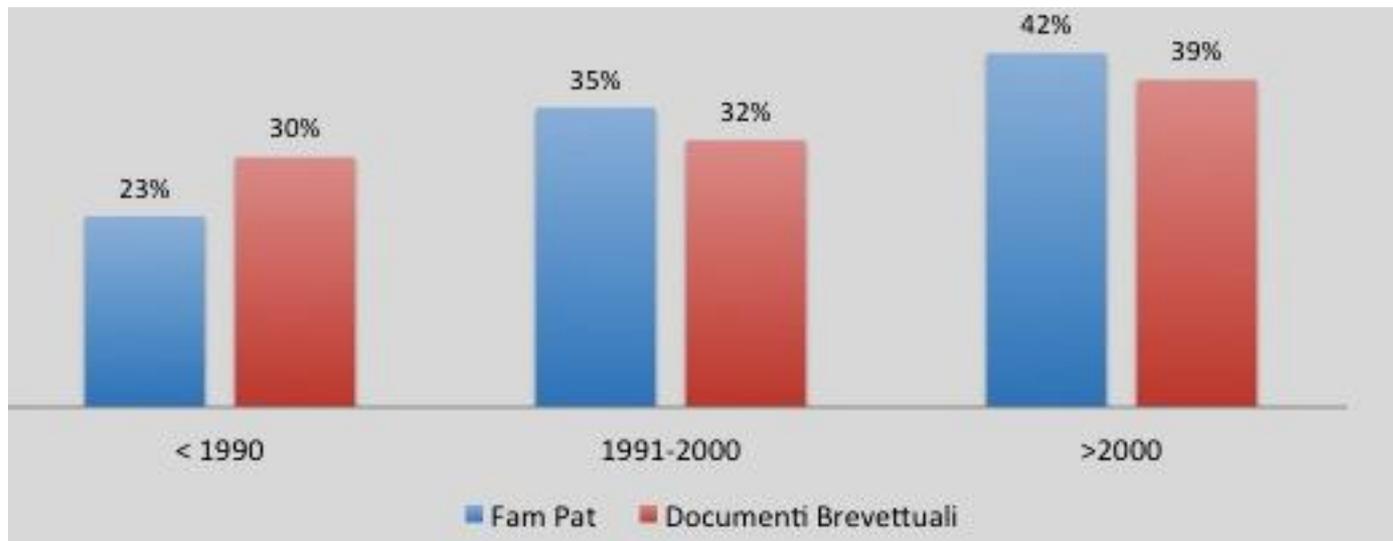
## Le fonti dei dati per gli indicatori brevettuali

- Per l'identificazione brevetti depositati dalle imprese del distretto del packaging di Bologna si è utilizzata la **banca dati Questel -Orbit**.
- La ricerca è stata effettuata inserendo la ragione sociale dell'impresa (e sue variazioni) nel **campo «Titolare» (Applicant)** del brevetto. Si sono quindi individuati i documenti brevettuali associati ad ogni impresa e le relative famiglie brevettuali.
- I lucidi successivi riportano conteggi basati sulle **domande** di brevetto
- I brevetti sono poi stati ulteriormente distinti tra **brevetti italiani** (a cui non è seguita un'estensione all'estero) e **brevetti internazionali**.
- Un'ulteriore distinzione, nelle analisi, è stata fatta rispetto all'**anno di deposito** della domanda di brevetto. Nelle analisi relative alle performance aziendali, si sono distinti brevetti depositati negli ultimi 5, 10 e 20 anni, per tenere conto del grado di obsolescenza dei brevetti stessi.

- La costruzione di misure di portafoglio brevettuale aziendale necessitano di precisi accorgimenti al fine di focalizzare l'analisi sul numero di **invenzioni**, piuttosto che sul numero di **documenti** connessi ad esse.
- Per tale motivo si è deciso di operare in termini di «**famiglie di brevetti**» (**patent family**). Una famiglia di brevetti è un insieme di brevetti ottenuti in vari paesi per proteggere una singola invenzione (una prima domanda in un paese - la priorità - è poi estesa ad altri uffici). Un brevetto della famiglia riguarda la stessa invenzione pubblicata da un comune inventore e brevettata in più di un paese.
- Si sono anche individuati i diversi documenti brevettuali riconducibili alla stessa famiglia (per misurare il cosiddetto «**family size**»)

# Evoluzione temporale della brevettazione nel distretto

- Il numero totale di **famiglie di brevetti** individuate per il campione di imprese del distretto del packaging è di **2965 famiglie di brevetti**.
- Una parte significativa di tali brevetti è posseduta da GD, seguita da Ima e Marchesini.
- Quasi la metà dei brevetti sono stati registrati **successivamente al 2000** (42%).
- Il **26%** dei brevetti individuati ha una data di primo deposito successiva al 2005, suggerendo un impegno significativo e continuativo del distretto sul fronte della brevettazione.



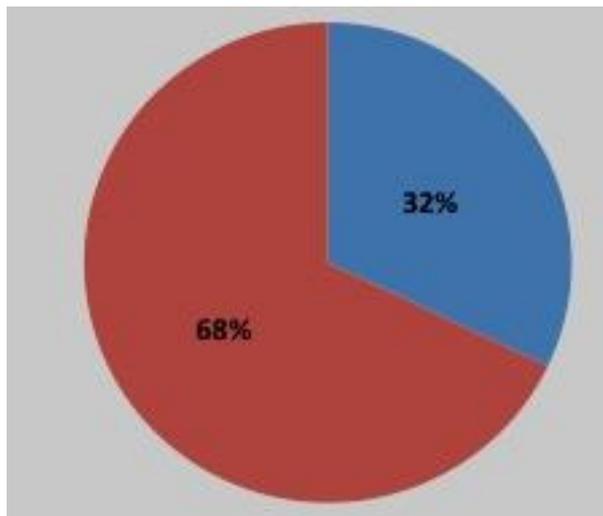
# Distribuzione dei brevetti per classi tecnologiche

- La brevettazione è concentrata prevalentemente nella **classe IPC B65B** dei macchinari, apparati e materiali per il packaging, che risulta essere l'ambito tecnologico di riferimento del distretto.
- Le altre categorie riguardano prodotti e tecnologie collaterali, come **contenitori per il confenzionamento e il trasporto di articoli e materiali (B65D) (9%)**, in particolare per il **settore farmaceutico (A61J)**.

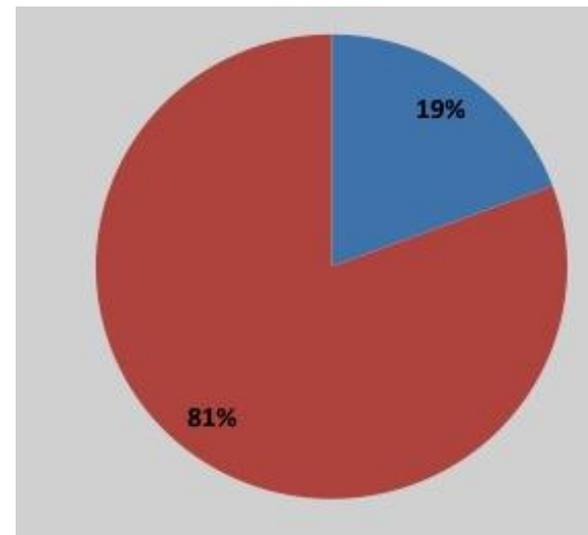
IPC Code	Categoria IPC	% Brevetti
<i>B65B</i>	MACHINES, APPARATUS OR DEVICES FOR, OR METHODS OF, PACKAGING ARTICLES OR MATERIALS	42%
<i>B65D</i>	CONTAINERS FOR STORAGE OR TRANSPORT OF ARTICLES OR MATERIALS	9%
<i>A61J</i>	CONTAINERS SPECIALLY ADAPTED FOR MEDICAL OR PHARMACEUTICAL PURPOSES	6%
<i>B65G</i>	TRANSPORT OR STORAGE DEVICES	6%
<i>B29C</i>	WORKING OF PLASTICS; WORKING OF SUBSTANCES IN A PLASTIC STATE IN GENERAL	4%
<i>B65C</i>	LABELLING OR TAGGING MACHINES, APPARATUS, OR PROCESSES	3%

# La propensione alla brevettazione nel distretto

- Tra le **187 aziende** del campione, il 32% ha depositato almeno un brevetto. Se si considerano i soli brevetti depositati su scala internazionale, la percentuale scende al 19%.
- Tali valori sono comunque più elevati dei valori rilevati da altri studi condotti nel contesto italiano (Rapporto Intesa San Paolo 2013), segnalando una **forte propensione alla brevettazione** all'interno del distretto.



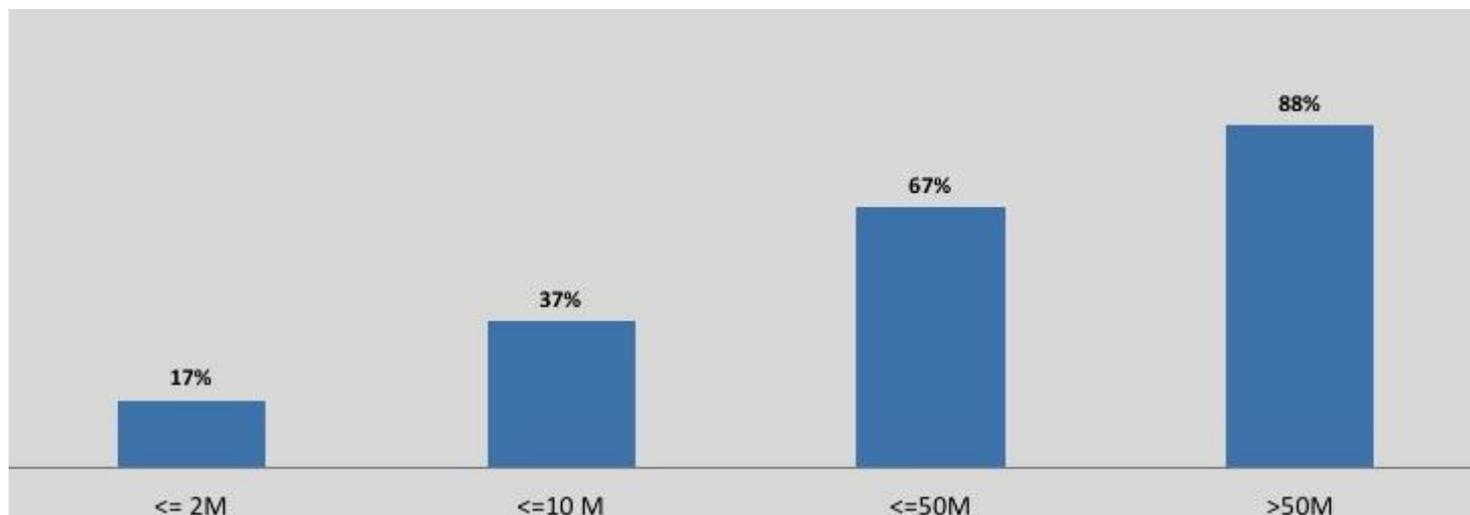
■ Aziende con almeno un Brevetto  
■ Aziende prive di Brevetto



■ Aziende con brevetto INT  
■ Aziende prive di brevetto INT

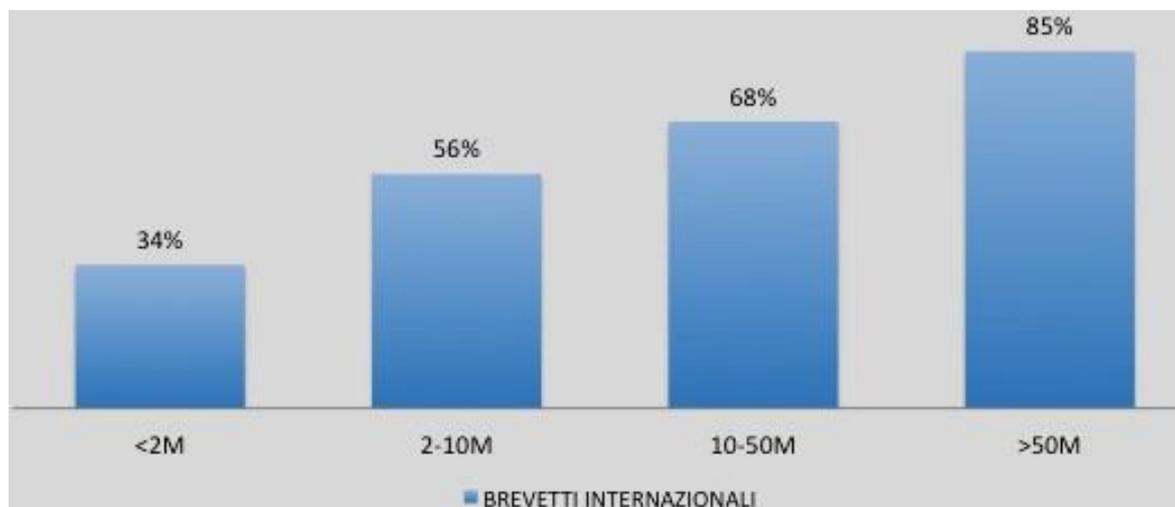
# La propensione alla brevettazione: differenze per classi di fatturato

- La propensione alla brevettazione varia in modo significativo a seconda delle **dimensioni aziendali**
- La probabilità di avere registrato un brevetto è **molto elevata tra le imprese di medie e grandi dimensioni** (67% e 88% rispettivamente). Per questo tipo di imprese, la tutela delle invenzioni tecnologiche rappresenta quindi un fattore competitivo praticamente imprescindibile nel settore.
- La propensione alla brevettazione cala considerevolmente tra le piccole (37%) e le micro imprese (17%).



# Grado di internazionalizzazione dei brevetti: differenze per dimensioni di impresa

- Il grafico riporta la percentuale di brevetti in portafoglio con un'estensione internazionale. Indica che **il grado di internazionalizzazione** dell'attività brevettuale **varia in modo importante a seconda delle dimensioni aziendali**.
- Le imprese di maggiori dimensioni hanno una **propensione quasi esclusiva** alla brevettazione su scale internazionale (85% dei brevetti sono internazionali).
- Le micro imprese viceversa evidenziano una più frequente brevettazione a livello esclusivamente italiano (solo 34% dei brevetti sono internazionali).
- Tale elemento, spiegabile anche in virtù dei costi inferiori connessi alla brevettazione su scala nazionale, segnala comunque **i limiti nella proiezione internazionale** di queste imprese.



# Analisi del portafoglio brevetti

- Il grafico successivo descrive le **dimensioni medie del portafoglio brevetti** nel distretto, misurato in termini di famiglie e di documenti brevettuali con data di priorità successiva al 2000, per le imprese dotate di brevetti
- Il valore medio del portafoglio per le imprese del distretto è di **30,45** famiglie (123 documenti). Tale valore medio è però influenzato in modo rilevante dalla presenza di grandi imprese con un portafoglio brevetti estremamente ricco, in particolare GD Spa.
- Si notano inoltre differenze marcate per classi di fatturato: il **numero medio di famiglie** di brevetti aumenta considerevolmente con il crescere della classe di fatturato, 5,4 famiglie brevettuali per micro imprese e 146,7 famiglie brevettuali per le grandi imprese.
- Risultati analoghi si hanno ragionando in termini di documenti brevettuali. Le dimensioni medie della famiglia brevettuale (family size) sono infatti decisamente maggiori per le grandi imprese (4 documenti per famiglia in media), suggerendo una **maggiore proiezione internazionale**.

# Analisi del portafoglio brevetti

- La tabella riporta il valore **medio del numero di famiglie di brevetti** e di documenti brevettuali in portafoglio per classe di fatturato.
- Per costruire il portafoglio brevetti abbiamo considerato solo i brevetti con anno di priorità successiva al 2000.
- Riporta inoltre il “Family size”, che misura l’estensione della famiglia di brevetti.

	<b>Numero Medio Famiglie Brevettuali in Portafoglio</b>	<b>Numero Medio Documenti Brevettuali in Portafoglio</b>	<b>Valore medio Family Size</b>
<b>&lt;2M</b>	5,40	10,60	1,96
<b>2-10M</b>	5,71	15,82	2,77
<b>10-50M</b>	16,20	57,10	3,52
<b>&gt;50M</b>	146,71	643,14	4,38

# Sintesi dei risultati

- Il distretto conferma una **elevata intensità di brevettazione**, a conferma del costante impegno innovativo e ad una marcata propensione all'utilizzo dei brevetti come strumento di difesa dell'innovazione.
- Le **grandi imprese giocano un ruolo prevalente** sul fronte dell'attività brevettuali, essendo dotate di portafogli di dimensioni rilevanti.
- Anche le micro e le piccole imprese sono attive sul fronte della brevettazione. Si caratterizzano però per portafogli brevettuali contenuti e soprattutto per una **limitata proiezione internazionale** degli stessi. Questo è confermato anche dalle analisi di family size.
- Il supporto nelle fasi di **valutazione del potenziale di sfruttamento commerciale** dei propri asset tecnologici su **scala internazionale** appare dunque un'area critica di attenzione per questo tipo di imprese.



# **ANALISI DELLA REGISTRAZIONE DI MARCHI NEL DISTRETTO DEL PACKAGING**

# Metodologia

## Tipi di marchi considerati

Il marchio è un **segno che permette di distinguere i prodotti o i servizi**, realizzati o distribuiti da un'impresa da quelli delle altre aziende e fornisce, agli occhi del cliente, garanzie di qualità e affidabilità.

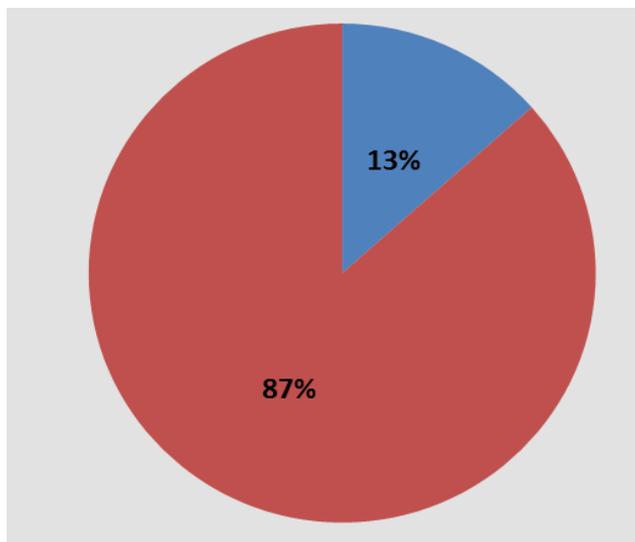
I marchi indagati nello studio sono:

- **Marchi Italiani** registrati attraverso l'UIBM con validità sul territorio italiano
- **Marchi Comunitari** con validità su tutto il territorio dell'Unione Europea
- **Marchi Internazionali** regolamentati da due normative, Accordo di Madrid e Protocollo di Madrid.

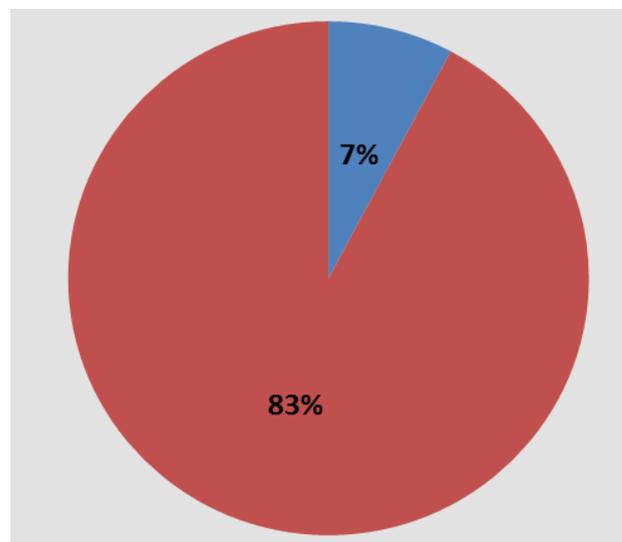
- Per l'identificazione dei marchi assegnati alle imprese del distretto del packaging di Bologna si sono utilizzate le seguenti banche dati:
  - La banca dati dell' **UIBM ( Ufficio Italiano Brevetti e Marchi)** per le registrazioni di marchi italiani.
  - La banca dati dell'**UAMI (Ufficio per l'Armonizzazione del Mercato Interno)**, contenente informazioni sui marchi comunitari.
  - La banca dati **ROMARIN** del **WIPO (World Intellectual Property Organization)**, contenente informazioni su tutti i marchi internazionali (Protocollo di Madrid e Accordo di Madrid)
  
- La ricerca è stata effettuata inserendo la ragione sociale dell'impresa (e sue variazioni) nel **campo «Titolare»** del marchio. Si sono quindi individuati i depositi di marchi associati ad ogni impresa.

# La propensione a registrare marchi nel distretto

Tra le **187 aziende** del campione, il 13% ha depositato almeno un marchio. Se si considerano i soli marchi depositati su scala internazionale, la percentuale scende al 7%.



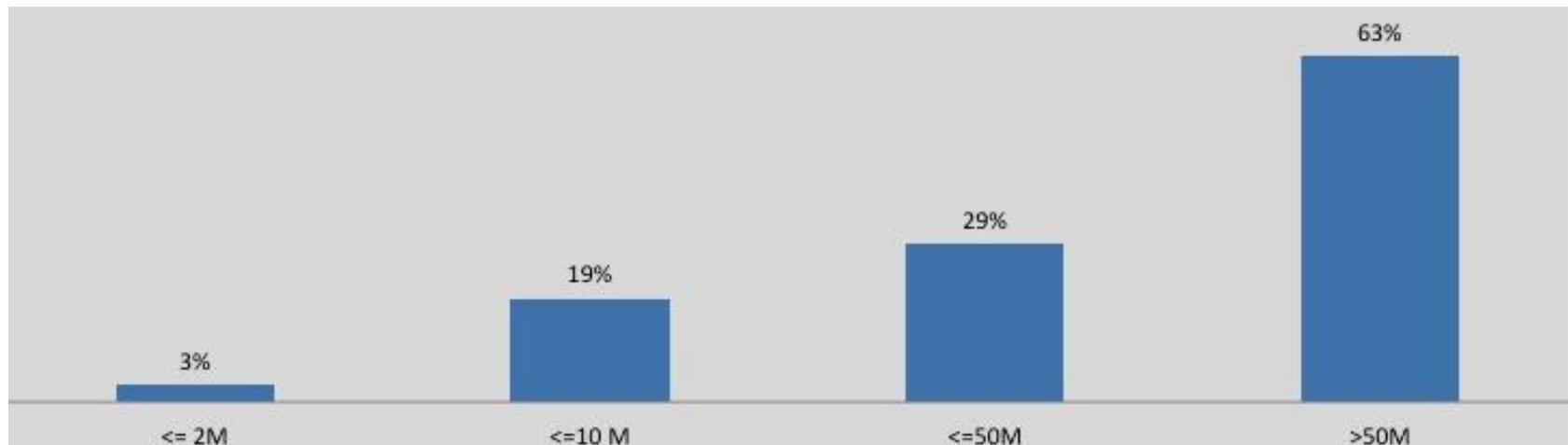
- Aziende con marchio UIBM
- Aziende prive di marchi UIBM



- Aziende con marchio INT
- Aziende prive di marchi INT

# Distribuzione delle imprese con marchi per classi di fatturato

- La figura riporta come varia la probabilità di detenere un marchio registrato tra micro, piccole, medie e grandi imprese. La propensione a registrare dei marchi varia in modo significativo a seconda delle **dimensioni aziendali**
- La probabilità di avere registrato un marchio è molto elevata tra le imprese di medie e grandi dimensioni (29% e 63% rispettivamente).
- La propensione a registrare un marchio è invece molto bassa per le micro imprese.



# Distribuzione dei marchi per classi di prodotto/servizio

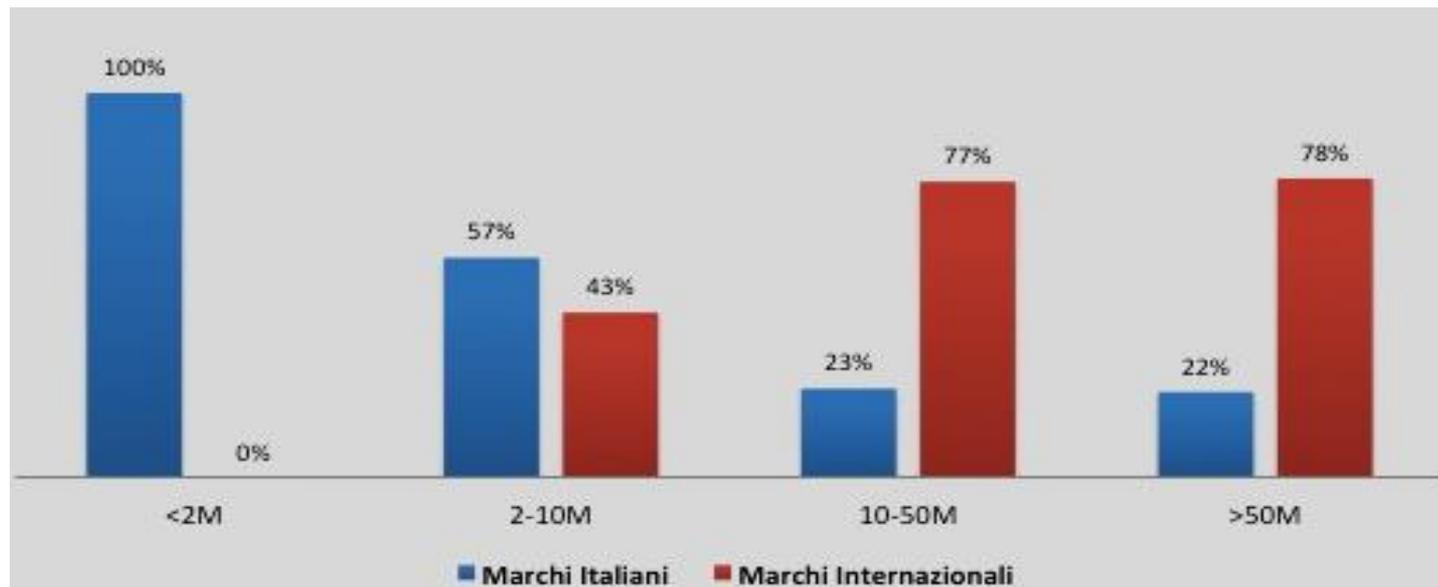
- I marchi sono classificati per categorie di prodotti/servizi definite secondo la **classificazione di Nizza**, riconosciuta a livello internazionale. È composta da 34 classi di prodotti e 11 classi di servizi, suddivise in ulteriori sotto-classi.
- I marchi registrati nel distretto del packaging rientrano nella stragrande maggioranza dei casi (75%) nella **classe di Nizza 7** che riguarda macchinari e strumenti ad essi legati.
- Le altre categorie riguardano classi di prodotto collaterali, come la **classe 17**, relativa a gomme, materie plastiche e altri prodotti per il confezionamento, e la **classe 16**, relativa a carta, cartone prodotti per l'imballaggio.

# Distribuzione dei marchi del distretto per le principali classi di prodotto/servizio

<b>Nice Classification</b>	<b>Descrizione</b>	<b>%</b>
<b>7</b>	Machines and machine tools; motors and engines (except for land vehicles); machine coupling and transmission components (except for land vehicles); agricultural implements other than hand-operated; incubators for eggs.	75%
<b>17</b>	Rubber, gutta-percha, gum, asbestos, mica and goods made from the se materials and not included in other classes; plastics in extruded form for use in manufacture; packing, stopping and insulating materials; flexible pipes, not of metal.	3%
<b>16</b>	Paper, cardboard and goods made from these materials, not included in other classes; printed matter; bookbinding material..	3%

# Grado di internazionalizzazione del portafoglio marchi nel distretto

- Il grafico riporta la percentuale di marchi registrati in portafoglio che presentano una estensione internazionale, per le imprese dotate di marchi. Suggerisce che grado di internazionalizzazione delle registrazioni di marchi varia a seconda delle **dimensioni aziendali**.
- Le imprese di maggiori dimensioni hanno la tendenza a **registrare prevalentemente i marchi su scala internazionale** (78% dei marchi sono internazionali).
- Le micro imprese viceversa evidenziano una presenza esclusiva di marchi italiani. Tale dato rappresenta un **segnale di debolezza nella possibilità di tutelare i propri prodotti/servizi su scala internazionale**.





# **ANALISI DELLA RELAZIONE TRA ASSET INTANGIBILI E PERFORMANCE ECONOMICHE**

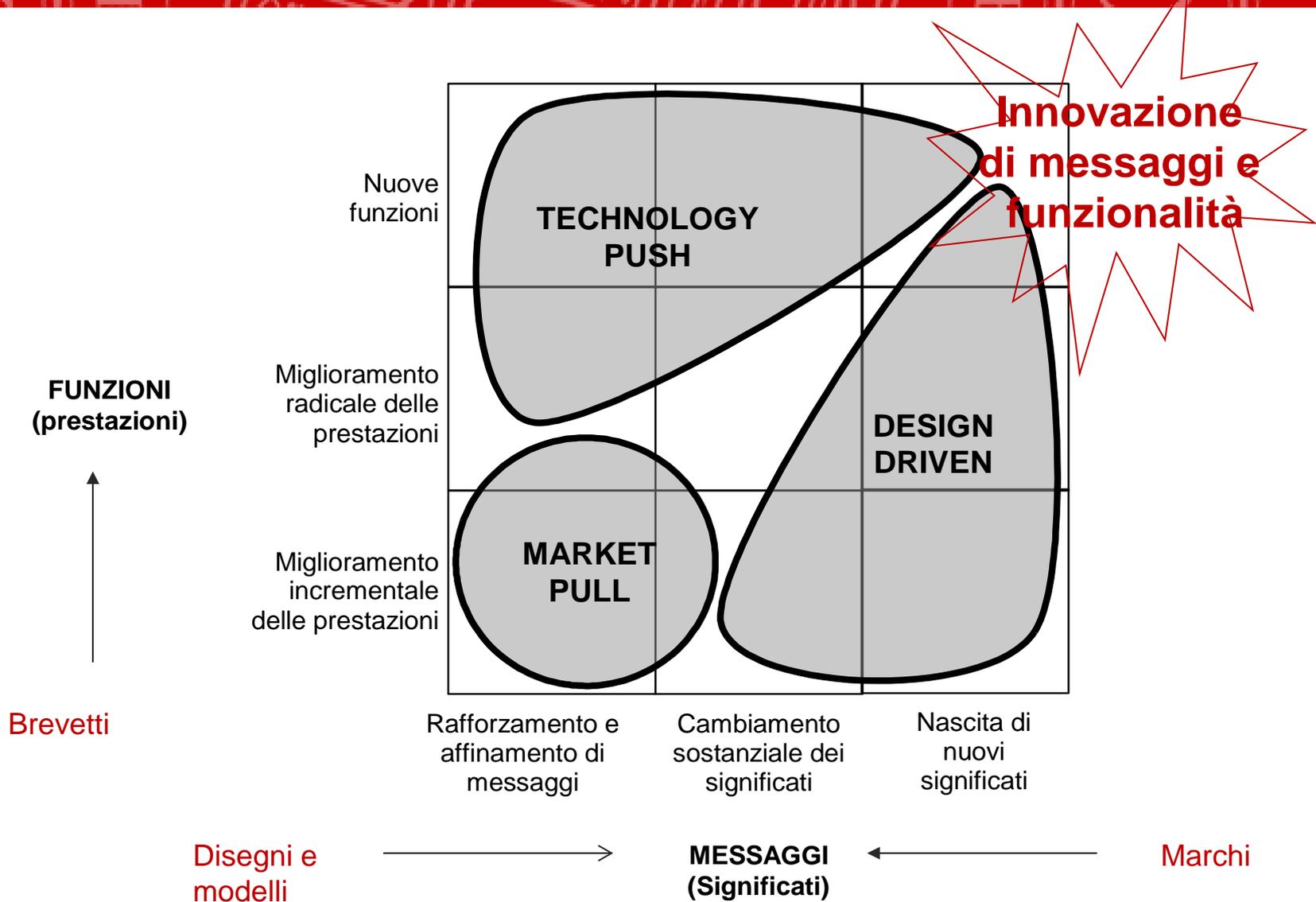
# Obiettivo delle analisi

- L'obiettivo di queste analisi è di valutare le **relazioni esistenti tra performance economiche e possesso di brevetti e marchi**. Per valutare la performance economica delle imprese sono stati valutati alcuni indici di redditività:
  - **Tasso di crescita del fatturato**
  - **EBITDA Margin**
  - **Profit Margin**
- Per tenere conto del ritardo con cui lo sfruttamento di brevetti/marchi può avere ricadute sulle performance economiche, le misure dei brevetti/marchi si riferiscono allo stock di brevetti/marchi depositati dalle imprese nel periodo 2000/2009, mentre le **performance economico/finanziarie** si riferiscono al **triennio 2010-2012**.
- Il campione di partenza per queste analisi è costituito dalle **156 imprese** del distretto per cui erano disponibili informazioni economico-finanziarie su AIDA/Telemaco. Il campione è stato poi depurato dalla presenza di outliers.

# Sfruttare le sinergie tra asset intangibili diversi

- Un secondo obiettivo delle analisi riportate di seguito è capire se esistano degli **effetti sinergici** (o effetti di **complementarietà**) nell'utilizzo congiunto di forme diverse di proprietà intellettuale.
- Diversi studi recenti riportano infatti che imprese abili di **innovare** congiuntamente sul fronte delle **tecnologie/funzionalità**, e sul fronte dei **messaggi/significati** veicolati al mercato (attraverso il design o la comunicazione) siano maggiormente in grado di costruire un vantaggio competitivo durevole (Verganti, 2005; Munari e Santoni, 2011).
- Le analisi si propongono quindi di mappare l'**utilizzo congiunto di asset intangibili** tra le imprese del distretto del packaging (brevetti + marchi registrati), e capire la sua relazione con le variabili di performance.

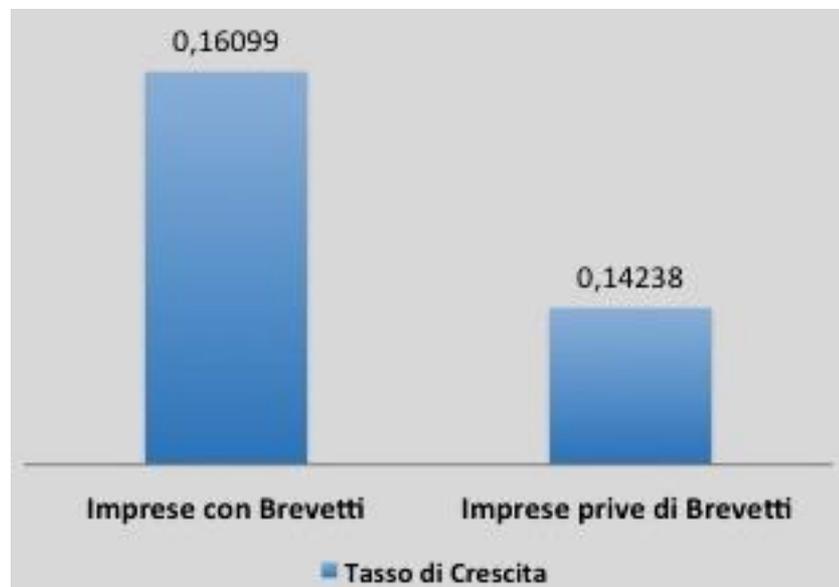
# Innovazione di funzioni e di significati: verso l'innovazione simbolica



# Comparazione tassi di crescita fatturato

## Imprese con e senza brevetti/marchi

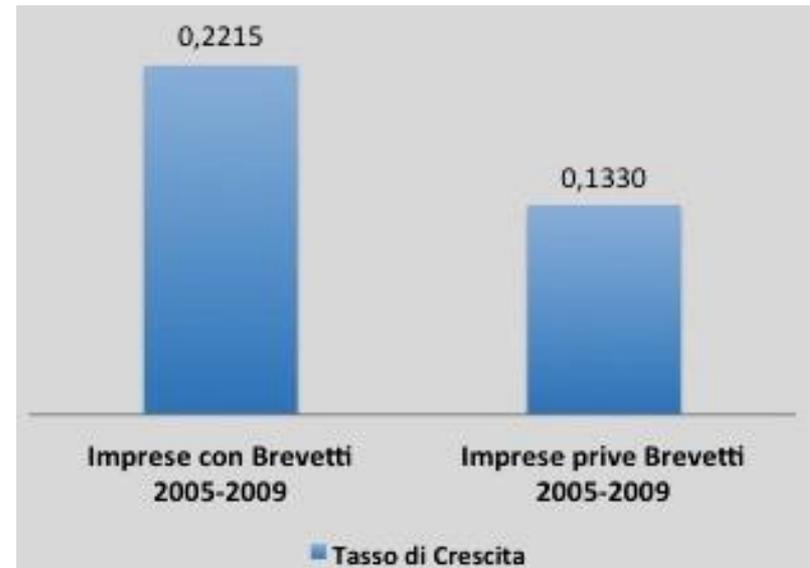
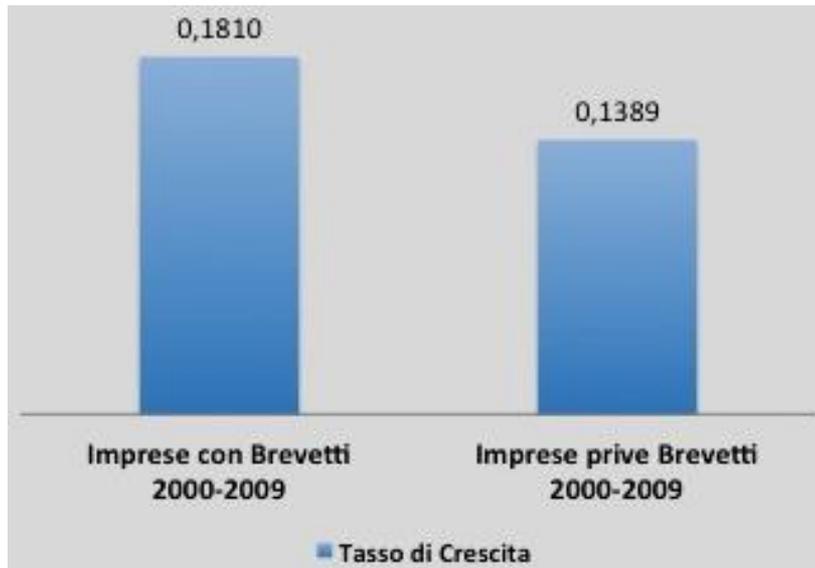
- Le figure sottostanti riportano una **comparazione** tra il campione di imprese **con brevetti** (marchi) e il campione di imprese **senza brevetti** (marchi)..
- Si nota come il tasso di crescita del fatturato nel triennio considerato sia **leggermente maggiore per il campione di imprese brevettanti**.
- La differenza nel tasso di crescita **è più marcata tra imprese dotate di marchi** (25%) registrati e imprese senza (13%)



# Comparazione tassi di crescita del fatturato

## Imprese con e senza brevetti

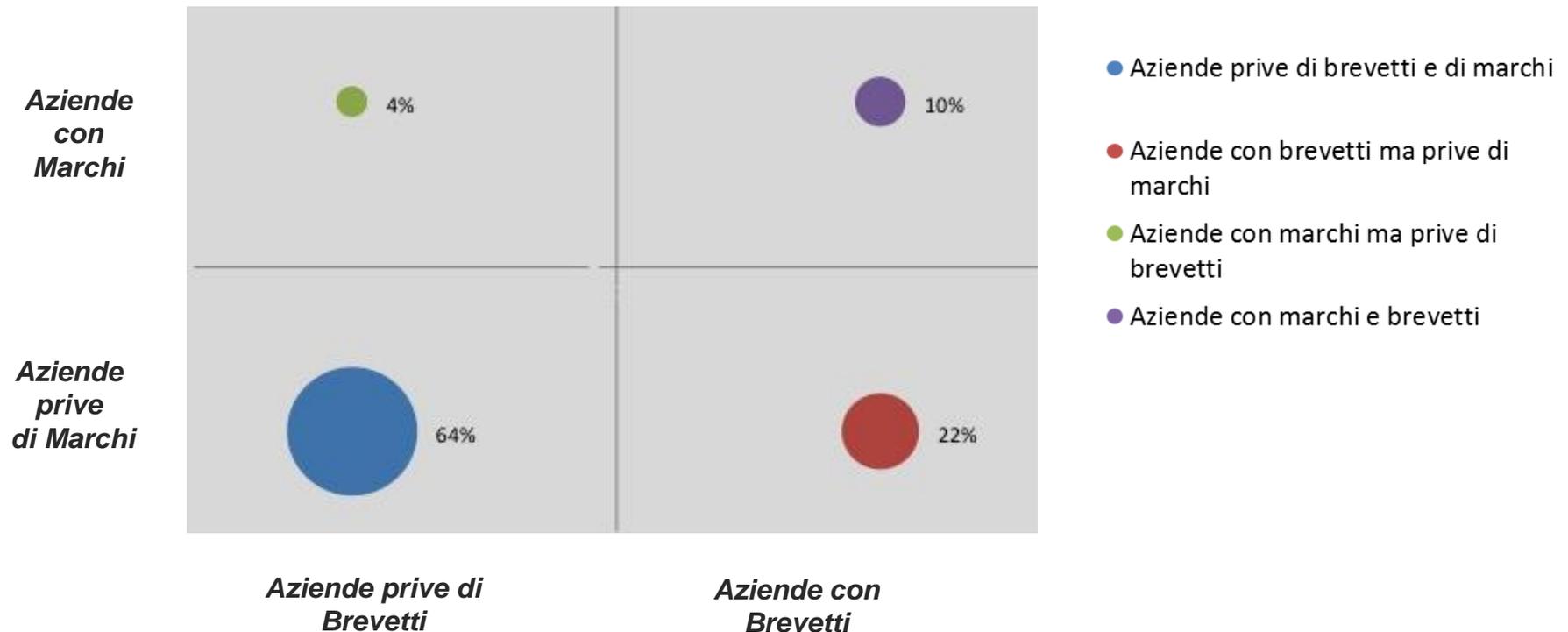
- Nei grafici sottostanti si effettua la comparazione considerando solo lo stock di **brevetti depositati nel periodo 2000-2009**, o nel periodo **2005-2009**, e il tasso di crescita del fatturato nel triennio successivo.
- Si nota come le differenze nei tassi di crescita tra i gruppi di imprese con e senza brevetti siano più marcate se si considerano brevetti depositati più recentemente. Le imprese con **brevetti registrati più recentemente** hanno un tasso di crescita del fatturato più alto. La correlazione appare quindi più significativa se si guarda **all'impegno inventivo più recente delle imprese**.



# L'uso congiunto di brevetti e marchi registrati

## Distribuzione delle imprese del distretto

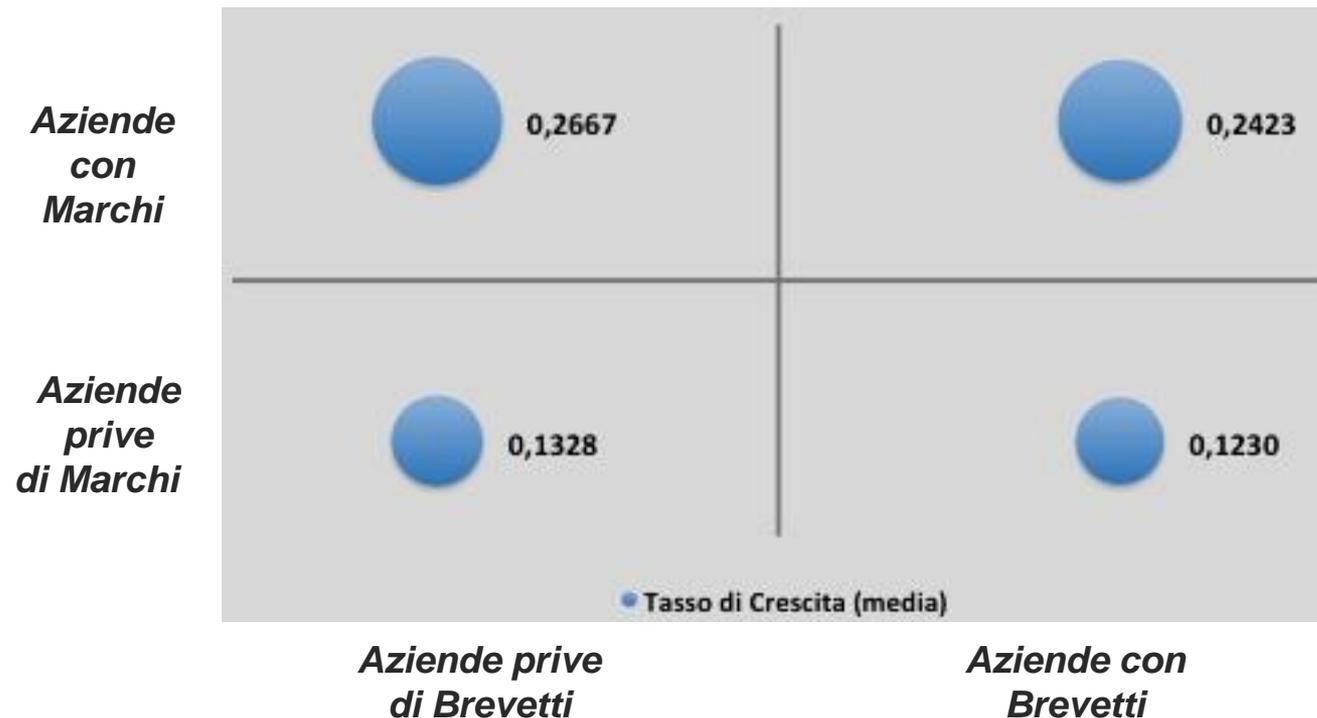
- Le imprese del distretto che possiedono sia marchi che brevetti, posizionate nel quadrante in alto a destra, sono il 10% del campione studiato. Tali imprese dimostrano un'attitudine sistematica all'utilizzo di strumenti di tutela della proprietà industriale.
- All'altro estremo, le aziende prive di sia di marchi sia di brevetti rappresentano il 64% del campione totale



# Analisi tasso di crescita del fatturato

## Tasso di crescita delle imprese con Brevetti e Marchi

- La matrice mette in illustra il tasso di crescita medio del fatturato nel triennio 2010-12 nei diversi gruppi di imprese, a seconda della **strategia utilizzata per la tutela della proprietà industriale**.
- Nel quadrante in alto a destra si evidenzia come le **imprese che utilizzano congiuntamente marchi e brevetti** abbiano un tasso di crescita più elevato rispetto a quelle posizionate nei quadranti in basso, e leggermente inferiore a quelle che hanno solo marchi.



# Sintesi dei risultati

- Le analisi illustrano come le imprese del distretto del packaging con **brevetti (marchi)** abbiano un tasso di crescita più elevato del fatturato nel periodo considerato rispetto a quelle prive di brevetti (marchi), anche se questo emerge soprattutto se si considerano brevetti recenti.
- Suggestiscono inoltre l'esistenza di **effetti sinergici** nell'utilizzo congiunto di brevetti e marchi.
- Tali risultati evidenziano una **correlazione** tra utilizzo dei titoli di proprietà industriale e performance economiche, che non deve però essere interpretata in termini di causazione.
- Suggestiscono comunque l'importanza di **innovare sia sul fronte delle funzionalità tecnologiche sia sul fronte dei messaggi e dei simboli** veicolati al mercato.



# CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

# Sintesi dei risultati e implicazioni

- Dalle analisi emerge una **marcata propensione alla tutela dell'innovazione e della creatività attraverso brevetti e marchi** all'interno del distretto del packaging, se confrontato ad altri distretti e al contesto più generale dell'Italia.
  - Il 30% delle aziende possiede almeno un brevetto
  - Il 13% circa delle aziende possiede almeno un marchio
- **La propensione è particolarmente intensa sul lato della brevettazione**, meno sul lato della registrazione di marchi. Esistono quindi ulteriori spazi per la difesa dei segni distintivi e dei simboli commerciali all'interno del distretto.
- I nostri risultati confermano la capacità storica del distretto di «**sapere fare**», misurata anche attraverso il deposito di brevetti. Il «**fare sapere**», misurato anche attraverso la tutela di nuovi simboli e segni distintivi, rappresenta invece un ambito da rafforzare, una sfida comune a diversi settori del Made in Italy.
- Mentre le imprese di medie e grandi dimensioni del distretto dimostrano una forte capacità di difesa dei propri asset intangibili, attraverso l'utilizzo di marchi e brevetti, **le micro e le piccole imprese evidenziano segnali di maggiore ritardo.**

# Sintesi dei risultati e implicazioni

- **Il ritardo delle micro e piccole imprese** è particolarmente profondo se si guarda ai **depositi su scala internazionale**. Per questo tipo di imprese il focus della protezione rimane ancora in buona parte limitato al contesto italiano.
- La sfida di **accrescere consapevolezza e competenza** sull'importanza di generare, difendere e valorizzare gli asset intangibili appare quindi particolarmente pronunciata per le micro e le piccole imprese.
- Dalle analisi emerge la **correlazione tra portafoglio IP e performance**, nel caso dei brevetti questa si evidenzia **solo considerando i depositi più recenti**: in particolare le imprese che possiedono brevetti o marchi presentano dei tassi di crescita più elevati rispetto alle imprese prive di strumenti di tutela degli asset intangibili. L'evidenza empirica non supporta però la superiorità della strategia di combinare diverse forme di IPRs rispetto ad avere solo marchi registrati.

# Sintesi dei risultati e implicazioni

- La creazione di un ritorno economico dal possesso di titoli di proprietà industriale richiede la **capacità di allineare il portafoglio alle strategie aziendali** e di dotarsi di **risorse e competenze adeguate** sul lato della valorizzazione/sfruttamento.
- ✓ Richiede inoltre la capacità di individuare la modalità di valorizzazione più adeguata per le esigenze aziendali, tra:
  - **valorizzazione interna** (rafforzare un vantaggio di differenziazione o di leadership di costo; utilizzare come azione deterrente/barriera legali rispetto ad imitazioni; avvantaggiarsi di un effetto reputazionale),
  - **valorizzazione esterna** (attivazione di accordi di licenza o cessione)
  - **leva per accesso ai finanziamenti esterni** (credito bancario, fondi di VC, incentivi pubblici)

# Sintesi dei risultati e implicazioni

- I servizi predisposti dai **progetti MISE Unioncamere** rappresentano una forma di supporto per aiutare le imprese, in particolare le micro e le piccole imprese, a comprendere meglio le modalità di valorizzazione del proprio portafoglio tecnologico e di asset intangibili.
- Viste la ricca dotazione di marchi e brevetti da parte delle imprese operanti nel distretto del packaging, tali servizi possono risultare un utile supporto per favorire lo sfruttamento degli asset intangibili in una logica di **accesso al credito e di sviluppo di impresa**.
- Possono inoltre aiutare le imprese a comprendere meglio il **valore degli asset** in portafoglio, per ottimizzarne l'efficacia e ridurre i costi di gestione.