

## Consultazione pubblica

Linee di intervento strategiche sulla proprietà industriale per il triennio 2021-2023

*Contributo per la riflessione*

*Maggio 2021*

## Sommario

Premessa.....	3
1. Migliorare il sistema di protezione della proprietà industriale (PI).....	5
1.2 Consentire l'utilizzo di procedure rapide, efficaci e a costi contenuti .....	5
1.6 Promuovere la cultura della PI .....	5
2. Incentivare l'uso della PI, in particolare da parte delle PMI.....	7
2.1 Garantire il sostegno finanziario agli strumenti per la valorizzazione dei titoli di PI	7
2.5 Rafforzare le reti territoriali di assistenza alle imprese.....	16
4. Garantire un rispetto più rigoroso della proprietà industriale.....	21
4.5 Supportare le imprese nella lotta alla contraffazione.....	21
5. Rafforzare il ruolo dell'Italia a livello internazionale.....	23



## Premessa

La diffusione dei diritti di proprietà industriale costituisce, da sempre, una linea progettuale importante per il sistema camerale - costantemente incoraggiata - per favorire la competitività del sistema imprenditoriale. Il **ruolo della proprietà industriale (PI)** è inteso, infatti, sia come **complesso di regole e diritti** sia come insieme di strumenti per rappresentare e tutelare, nei diversi mercati, il valore economico che le imprese creano e, dunque, anche come **strumento strategico di sviluppo tecnologico**. Ruolo, quest'ultimo, sempre più determinato dalla transizione verso l'economia della conoscenza e dalla crescente integrazione dei mercati a livello internazionale.

In virtù della capacità e del compito di svolgere funzioni a favore del mondo economico, all'attività istituzionale, di natura prioritariamente amministrativa, **gli enti camerali hanno nel tempo affiancato azioni di promozione e diffusione della cultura della PI**, attraverso importanti iniziative per trasferire alle imprese le conoscenze necessarie a sviluppare un'adeguata strategia di tutela e valorizzazione dei titoli di PI e di salvaguardia dei fenomeni di contraffazione. La globalizzazione dei mercati ha profondamente modificato lo scenario macroeconomico, forte è la consapevolezza che la differenza in termini di competitività sul mercato è data, oggi, dal patrimonio di idee di cui ogni piccola e media impresa è proprietaria, insieme alla sua capacità di proteggerlo.

Strutture di servizio e **interlocutore affidabile delle imprese**, le Camere di commercio per la loro conoscenza del territorio, per la vicinanza al sistema imprenditoriale, per l'essere parte attiva del sistema economico locale sono chiamate a **leggere i fabbisogni degli operatori economici** e a rendere, di conseguenza, un servizio coerente con le esigenze che questi rappresentano. E, quotidianamente, si misurano con l'esigenza di qualificare ed affinare le competenze proprie e le skill gestionali delle risorse umane che in esse operano, soprattutto al fine di anticipare i fabbisogni delle imprese, incrementare le competenze di progettazione di servizi nuovi (in termini di contenuti e di modalità di erogazione), potenziare la capacità di interazione e di efficace interlocuzione con le altre Amministrazioni, con le Università, con il sistema scolastico locale.

L'innovazione è una sfida che richiede di avere **supporti di prossimità**. Proprio per questo le Camere di commercio sono impegnate sui diversi fronti per aiutare le imprese in una visione unica e integrata dell'innovazione: la diffusione degli strumenti della proprietà industriale, la promozione della cultura digitale, la certificazione dei centri di trasferimento tecnologico; l'individuazione dei Manager dell'innovazione. L'innovazione è una anche **sfida unitaria** che va affrontata tenendo insieme tutti gli aspetti che formano la catena del valore. Dalla formazione alle tecnologie, dall'organizzazione alla finanza.

In coerenza con il ruolo istituzionale e le specifiche competenze del sistema camerale in materia di PI, il presente documento intende fornire un **contributo alla riflessione** in atto - sollecitata



anche dal Piano d'azione della Commissione UE - per la definizione di una strategia pluriennale di promozione e valorizzazione della proprietà industriale.

La previsione, anche all'interno del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), di azioni orientate in tale direzione, nonché l'impegno del Mise e dell'UIBM per il rafforzamento del sistema della PI - per il quale si esprime sin d'ora vivo apprezzamento - restituiscono valore e prospettive al ruolo della PI, volano di innovazione e risorsa fondamentale per la competitività.

Nel rispetto delle indicazioni del Mise-UIBM fornite in occasione della presentazione (29 aprile 2021) delle *"Linee di intervento strategiche sulle proprietà industriale 2021-2023"* ai referenti delle associazioni di categoria e a Unioncamere, nonché in successivi incontri (Tavolo Imprese, 12 maggio; Webinar per il sistema camerale, 20 maggio), il presente contributo offre - come richiesto - riflessioni e proposte con riferimento ad alcuni dei macro-obiettivi (le cd. sfide delineate dalla Commissione europea) e relative linee di intervento in cui si articola il documento preliminare per la consultazione pubblica messo a punto dal Mise-UIBM.

Le considerazioni sviluppate derivano dall'esperienza maturata da Unioncamere su tale tematica nonché, con riferimento a specifiche linee, dalle indicazioni pervenute da alcuni UBM delle Camere di commercio e centri PATLIB e PIP che Unioncamere ha coinvolto preliminarmente alla predisposizione del presente documento.

## 1. Migliorare il sistema di protezione della proprietà industriale (PI)

### 1.2 Consentire l'utilizzo di procedure rapide, efficaci e a costi contenuti

Gli spunti di miglioramento pervenuti dal territorio indicano l'opportunità di una modifica della piattaforma di deposito dei titoli di PI secondo queste direttrici:

- a) **superare l'utilizzo della firma digitale nel procedimento di deposito on line** (sul modello della piattaforma EUIPO per i marchi UE) aprendo una riflessione sull'utilizzo di modalità alternative quali, ad esempio, lo SPID;
- b) **prevedere il pagamento on line anche dell'imposta di bollo** in aggiunta a quanto già avviene per i diritti di segreteria;
- d) favorire una maggiore **digitalizzazione del procedimento di deposito** per un completo trasferimento su supporto telematico delle procedure amministrative.

### 1.6 Promuovere la cultura della PI

Le più recenti conclusioni del Consiglio dell'Unione europea nel settore dell'istruzione e della formazione (2020) evidenziano che un sistema di innovazione europeo che risulti competitivo e sostenibile a livello internazionale dipende da sistemi di istruzione e formazione inclusivi e di elevata qualità. Pur fortemente improntate a dare risposta alle emergenze dettate dalla pandemia di Covid-19, che ha avuto un forte impatto ed esercitato pressioni senza precedenti sui sistemi di istruzione e formazione in tutto il mondo e in tutta l'Unione, esse riconoscono le **potenzialità dell'istruzione e della formazione quale motore per una ripresa effettiva** e la necessità di investimenti nel settore dell'istruzione e della formazione, in particolare in relazione alla formazione digitale.

Investire nell'istruzione significa anche scommettere su contenuti nuovi e diversi che orientino l'azione educativa dei giovani verso tematiche di attualità per la crescita del benessere economico e sociale della collettività, per il raggiungimento – come auspicato - di una visione rinnovata dell'educazione entro il 2025 (spazio europeo dell'istruzione). **Creatività, innovazione, imprenditorialità, protezione dei diritti di proprietà industriale e intellettuale** (e loro uso etico) costituiscono, in tale scenario, tematiche su cui insistere fortemente.

In tale direzione sta molto investendo il sistema camerale - soprattutto a partire dalla legge di riforma – che è attualmente in prima linea in considerazione del crescente ruolo assunto, negli ultimi anni, in tema di orientamento formativo e lavorativo dei giovani e incontro domanda-offerta di formazione e di lavoro.

Attività info-formative sulla tematica proprietà industriale – in stretto raccordo con il Ministero dell'Istruzione – dovrebbero essere inserite nell'offerta di tutti gli indirizzi di studio della scuola secondaria di secondo grado, negli ITS (istituti tecnici superiori) e nelle lauree professionalizzanti



organizzate con la metodologia dell'alternanza scuola-lavoro così da contemperare i momenti formativi, attuati mediante lo studio teorico d'aula, e i momenti applicativi, attuati mediante esperienze assistite negli ambienti di lavoro e imprenditoriali (tirocini, stage, ecc.).

Le imprese disponibili ad accogliere gli studenti potrebbero essere individuate tra quelle in possesso di un titolo di privativa industriale o, ad esempio, che hanno partecipato ai bandi del Ministero dello Sviluppo Economico, dal 2012 ad oggi, per la promozione della cultura della PI.

Il **sistema camerale** – in stretta collaborazione con le associazioni di categoria e gli ordini professionali – potrebbe essere **determinante per avvicinare il mondo dell'impresa e della formazione** e assicurare il collegamento tra i vari canali formativi e le esigenze delle imprese nonché agevolare la transizione, soprattutto delle PMI del manifatturiero e del metalmeccanico, verso Industria 4.0.

Senza dubbio i soggetti complessivamente coinvolti (studenti - diplomati, apprendisti e laureati - docenti e tutor aziendali), potrebbero assicurare la diffusione in un'estesa platea di utenti del valore e della centralità dell'innovazione.

Inoltre, molto apprezzabile è la previsione nelle linee strategiche dell'inserimento - in stretto raccordo con il MUR – della tematica della proprietà industriale nei dottorati di ricerca, soprattutto – si suggerisce - nei **"dottorati industriali"** e nei **"dottorati innovativi con caratterizzazione industriale"** con l'obiettivo di favorire l'inserimento dei dottori di ricerca nelle aziende e contribuire alla competitività e all'internazionalizzazione dell'industria italiana, rafforzando gli strumenti per reclutare i talenti generati nel Paese e collocandoli nel posto giusto per portare avanti progetti di innovazione e incentivare la nascita di start up innovative e spin – off.

Il sistema camerale, nell'ecosistema dell'innovazione, può contribuire a identificare e progettare percorsi di dottorati sempre più coerenti con le reali esigenze delle imprese e, rispetto all'attuale coinvolgimento di imprese grandi e medie, lavorare per incrementare la partecipazione delle piccole imprese, potenziale ancora fortemente inespresso.

Sempre nei percorsi di studio a livello post-universitario oltre ai dottorati, interessante e da perseguire è il ricorso allo strumento dei **master multidisciplinari** ma anche **academy school** territoriali a forte impronta digitale al cui interno, nelle attività di *up skilling* e *re-skilling*, ci siano focus per l'acquisizione di competenze in proprietà industriale.

Anche in tale direzione, Unioncamere e il Sistema delle Camere di commercio costituisce un pronto riferimento.

Si segnala, infine, che tutta la rete territoriale (UBM camerali e PATLIB/PIP) ha rimarcato l'attenzione per il mondo dell'istruzione e l'esigenza di incrementare le iniziative di sensibilizzazione nelle scuole per favorire i valori della creatività e dell'imprenditorialità.

## 2. Incentivare l'uso della PI, in particolare da parte delle PMI

### 2.1 Garantire il sostegno finanziario agli strumenti per la valorizzazione dei titoli di PI

Da un decennio, Unioncamere gestisce per conto del Mise-UIBM alcune misure agevolative per la valorizzazione dei titoli di proprietà industriale, in particolare quelle relative a Marchi+ e Disegni+ che, nate con carattere sperimentale, sono attualmente divenute misure a regime nella programmazione delle iniziative del Ministero per la valorizzazione dei titoli di PI.

La significativa esperienza maturata nella loro gestione induce ad un **giudizio estremamente positivo** in termini di efficacia di tali misure di sostegno, non soltanto per il supporto di natura finanziaria riconosciuto all'impresa ma, altresì, per la loro **capacità di porsi quali utili e adeguati strumenti per la diffusione della cultura della PI** e di avvicinamento delle imprese a tale tematica. Ciò è confermato dai giudizi delle imprese che hanno usufruito delle agevolazioni, che spesso hanno fornito anche indicazioni preziose per l'impostazione di azioni di miglioramento.

Di seguito, a beneficio della riflessione comune, i principali risultati prodotti dai Bandi e taluni spunti di proposizione per un ulteriore incremento della loro efficacia.

---

#### LA MISURA MARCHI+

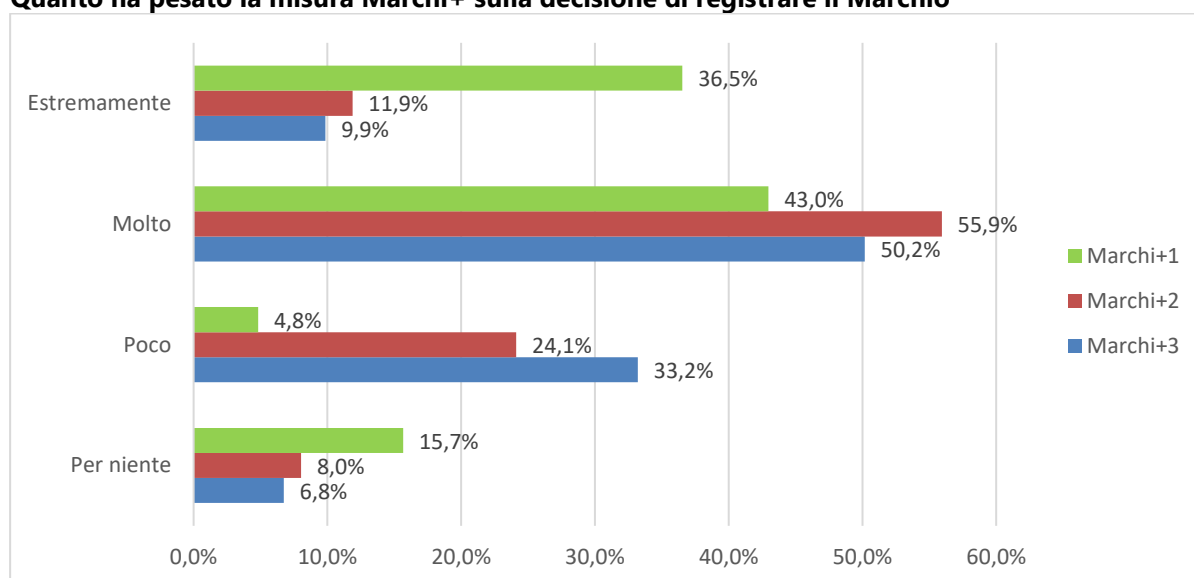
1. I bandi Marchi+, operativi dal 2012 per tre edizioni (Marchi+1, Marchi+2, Marchi+3), con l'obiettivo di supportare le PMI nella tutela dei marchi all'estero, hanno agevolato complessivamente **7.354 domande** (a fronte di 9.266 domande pervenute ed istruite), presentate da 6.161 imprese (i dati sono aggiornati al 30 aprile 2021), per oltre 21 milioni di euro concessi alle imprese.
2. L'iniziativa ha raccolto adesioni dalla totalità delle regioni sia pur con **differenze sostanziali tra aree geografiche**. Il territorio che ha maggiormente beneficiato delle agevolazioni è il **Nord-est** (con 2.765 domande) con il 38% delle domande complessive dei tre bandi, a seguire il **Nord-Ovest** con il 30% delle domande e il **Centro** con il 20%. Più distaccato il **Sud** con il 12%. Queste percentuali hanno una **tendenza simile in tutte e tre le edizioni del progetto**. Le regioni che hanno registrato il maggior numero di domande sono la **Lombardia** (1.598) e il **Veneto** (1.367) che da sole rappresentano il 40% delle richieste d'intervento avanzate.
3. L'**industria** è il settore economico che ha presentato il maggior numero di domande agevolate, attestandosi sul 49% del totale, confermando la stessa tendenza nelle diverse edizioni del bando. Lo stesso andamento è stato seguito dai servizi (26%) e commercio (25%).
4. Il settore dell'industria conta 3.573 domande agevolate. Tra queste, il segmento più rappresentativo è l'**industria alimentare e delle bevande** con 684 domande, a seguire, con



650 domande, è presente l'insieme delle aziende impegnate nel settore **tessile**, nella confezione di abbigliamento e nella fabbricazione e lavorazione di pellami e simili; la **fabbricazione di macchinari e apparecchiature** (438) e la fabbricazione di computer e **apparecchiature elettroniche**, queste ultime nel totale ottengono 306 domande agevolate.

5. Il settore dei **servizi**, con un totale di 1.947 domande agevolate si colloca al secondo posto. Il dato prevalente comprende la fornitura di servizi specifici nel campo delle **tecnologie informatiche**, produzione di software e delle attività di informazione ed elaborazione dei dati e di hosting con un totale di 561 domande.
6. Nel settore del commercio le domande di agevolazioni ammontano a 1.834. La maggior parte delle richieste proviene dalle attività inerenti al **commercio all'ingrosso** (1.186), a seguire il commercio al dettaglio (648).
7. Le imprese agevolate sono state testimoni privilegiati delle esigenze e problematiche delle PMI in tema di Proprietà Industriale. Le indagini di customer satisfaction effettuate confermano un **impatto considerevole sulle strategie di impresa**. Infatti, in media, oltre i due terzi delle imprese che hanno partecipato alle indagini dichiarano che le agevolazioni concesse hanno pesato molto se non addirittura estremamente sulla decisione di registrazione del marchio.

#### Quanto ha pesato la misura Marchi+ sulla decisione di registrare il Marchio



Fonte: elaborazioni Unioncamere – Si.Camera su dati "Rilevazione esigenze PMI agevolate dal Bando Marchi+1, Marchi+2 e Marchi+3"

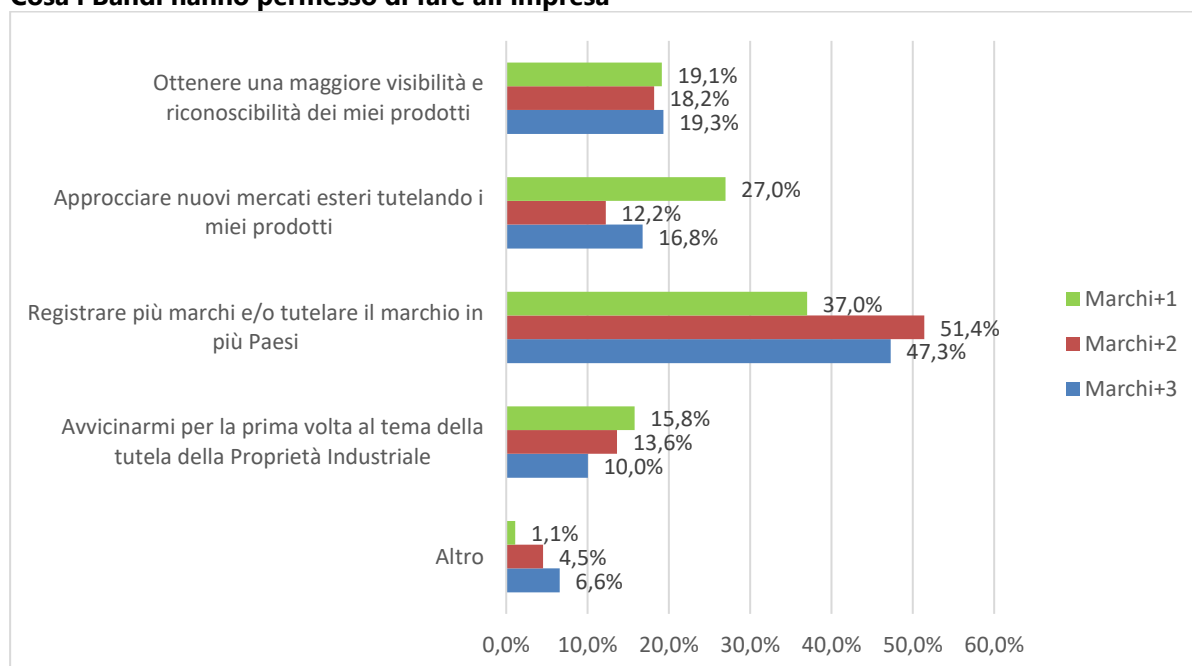
8. **Molteplici le azioni intraprese dalle PMI grazie alle agevolazioni concesse.** In Marchi+1 il 37% delle imprese interpellate ha dichiarato che l'aver partecipato al Bando ha consentito la registrazione di più marchi e/o la tutela di uno stesso marchio in più Paesi, vale a dire che **in assenza delle agevolazioni le imprese avrebbero sicuramente registrato un numero minore di marchi e/o avrebbero tutelato il marchio in un numero minore di Paesi**. Il Bando, dunque, ha raggiunto uno degli obiettivi prioritari che era appunto quello di



rafforzare/potenziare il ricorso alla tutela della PI da parte delle PMI. In Marchi+2 si osserva un incremento del dato che porta il 51,4% delle imprese interpellate a dichiarare che la partecipazione ha permesso loro la registrazione di più marchi e/o la tutela di uno stesso marchio in più Paesi; anche in Marchi+3, quasi la metà (47,3%) delle imprese agevolate ha apprezzato il ruolo chiave avuto dal Bando, di **valorizzare e sostenere la capacità innovativa e competitiva delle PMI**.

9. In Marchi+1 l'**approccio a nuovi mercati esteri** è stato particolarmente significativo per le imprese (27%) a testimonianza del fatto che il Bando ha permesso alle PMI di aprirsi maggiormente all'internazionalizzazione, difendendo posizioni di competitività e, al tempo stesso, attuando strategie di contrasto alla contraffazione dei propri prodotti. Nelle due edizioni successive, questa percentuale pur se diminuita, si è attestata comunque su valori interessanti rispettivamente pari al 12,2% (Marchi+2) e al 16,8% (Marchi+3).
10. Tra le altre azioni incentivate dai Bandi merita di essere segnalata la **possibilità per le imprese di avvicinarsi per la prima volta al tema della PI** (in media oltre il 13%).

#### Cosa i Bandi hanno permesso di fare all'impresa



Fonte: elaborazioni Unioncamere – Si.Camera su dati "Rilevazione esigenze PMI agevolate dal Bando Marchi+, Marchi+2 e Marchi+3"

11. Il dato positivo della crescita delle domande di deposito provenienti dall'Italia è rilevato dall'EU IPO anche analizzando l'andamento cumulato dei depositi annuali. Nel 2020 (anno dell'ultima riapertura dei termini per il Bando Marchi+3) sono state depositate 5.884 domande in più presso EU IPO da parte di imprese italiane rispetto alle 8.118 domande del 2012 (avvio della prima iniziativa del Bando Marchi+1) con un incremento pari al **72,5%**. Che le dinamiche degli incentivi Marchi+ abbiano una **stretta correlazione con i depositi a livello comunitario appare evidente se si collegano le diverse aperture del bando Marchi+** (in particolare nel mese di febbraio 2016 e nel mese di marzo 2018) **con le variazioni percentuali annuali delle domande di deposito presentate all'EU IPO**. Se con il

primo bando, non ancora molto conosciuto, le dinamiche di crescita sono state piuttosto discontinue e graduali, il forte incremento nel numero dei depositi lo si collega sicuramente con il bando Marchi+2. Nel 2016, infatti, sono i 5 mesi di vigenza del bando (da febbraio a giugno) quelli in cui si registrano i numeri dei depositi più elevati dell'intera annualità. Infatti, è il 2016 l'anno che segna il balzo in avanti più forte, passando da circa 10.000 domande annue a 11.821. In proposito occorre segnalare le **forti aspettative legate al rifinanziamento della misura** da parte delle imprese, e del mondo professionale, che, dopo la chiusura del bando Marchi+2, hanno continuato costantemente, a chiedere lo stanziamento di nuove risorse.

E nel 2018, anno di riapertura del Bando Marchi+3, la conferma. Dopo un **rallentamento** dei depositi nel 2017 (-3,9%), **coinciso verosimilmente con l'assenza di**

**strumenti agevolativi**, nel 2018, si è registrato un nuovo importante incremento nel numero delle domande (14%), con un volume di depositi di circa 13.000 domande. Tale dato pressoché costante nel 2019 è tornato a crescere nel 2020 con oltre 14.000 domande depositate. Queste dinamiche appaiono ancor più chiare se si osserva l'andamento mensile dei depositi (presso EUIPO) nelle annualità interessate dall'operatività dei bandi.

La dinamica si ripete, in maniera piuttosto simile, anche per le successive aperture del bando Marchi+3 che ha alimentato molte aspettative. In questo caso - anche in considerazione della tempistica ravvicinata tra pubblicazione in Gazzetta dell'Avviso, nel dicembre 2017, ed avvio del bando nel febbraio 2018 - la misura ha prodotto un **effetto incentivante** sin da subito a dimostrazione che molte delle PMI avevano già approntato la documentazione necessaria per la partecipazione.

Così pure i dati dei depositi dell'annualità, 2019, sia nei mesi di vigenza del bando, sia negli ultimi mesi prossimi alla seconda, attesa, riapertura evidenziano un chiaro legame con la gestione delle misure agevolative.

A comprovare ulteriormente la bontà dell'iniziativa si può verificare anche come l'attività di deposito sia stata costante nel corso del 2020 e non si siano registrati picchi in quanto le imprese ragionevolmente - informate prima delle possibili tempistiche di riapertura dei termini del bando - si siano gradualmente preparate.

Questo elemento acquisisce particolare significatività nell'ottica di suggerire una programmazione pluriennale delle misure così da consentire alle imprese altrettanta programmazione dei propri investimenti.

**EUTMs Received by Year**

	IT
1996	2,235
1997	2,075
1998	2,423
1999	3,269
2000	4,264
2001	3,639
2002	3,787
2003	4,905
2004	4,951
2005	5,132
2006	6,257
2007	7,213
2008	7,242
2009	7,332
2010	7,971
2011	8,106
2012	8,118
2013	8,768
2014	9,278
2015	10,006
2016	11,821
2017	11,374
2018	12,984
2019	13,027
2020	14,002
2021	5,085
Σ	185,264

Fonte: EUIPO

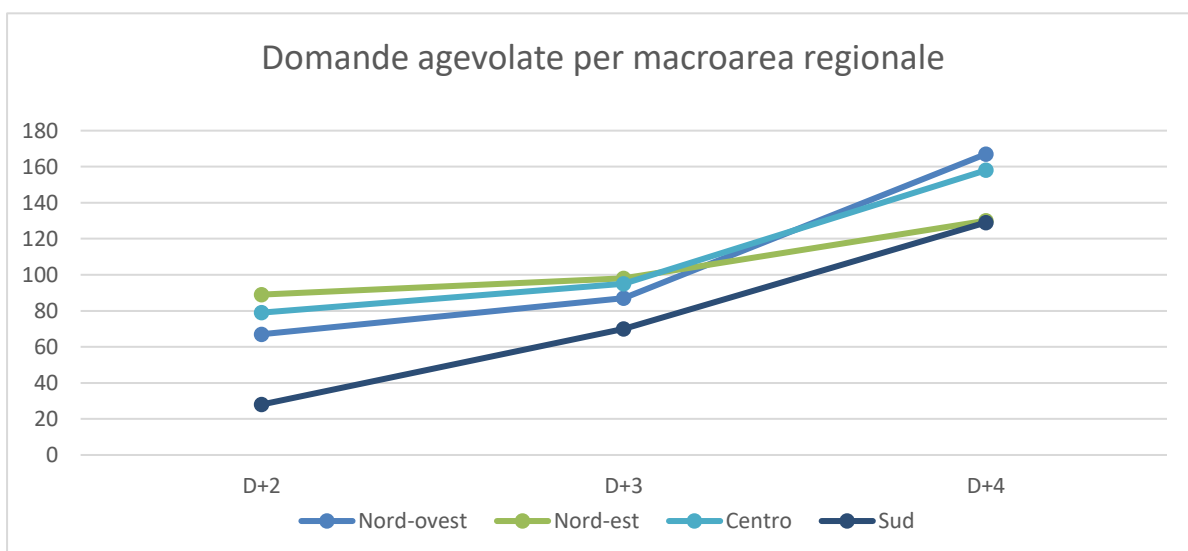
Variazione % delle domande di deposito rispetto all'anno precedente	
2001/2000	-
2002/2001	14,66%
2003/2002	4,07%
2004/2003	29,52%
2005/2004	0,94%
2006/2005	3,66%
2007/2006	21,92%
2008/2007	0,40%
2009/2008	1,24%
2010/2009	8,72%
2011/2010	1,69%
2012/2011	0,15%
2013/2012	8,01%
2014/2013	5,82%
2015/2014	7,85%
2016/2015	18,14%
2017/2016	-3,78%
2018/2017	14,16%
2019/2018	0,33%
2020/2019	7,48%

Fonte: EUIPO



## LA MISURA DISEGNI+

1. I Bandi Disegni+, operativi dal 2014 per tre edizioni (Disegni+2, Disegni+3, Disegni+4), con l'obiettivo di supportare le PMI nella valorizzazione di disegni/modelli attraverso la loro industrializzazione e/o commercializzazione, hanno agevolato complessivamente 1.198 domande (a fronte di 1.970 domande pervenute ed istruite), presentate da 1.035 imprese (i dati sono aggiornati al 30 aprile 2021), per circa 44 milioni di euro concessi alle imprese.
2. Fatta eccezione per la Valle d'Aosta la totalità delle regioni ha presentato almeno una domanda. I territori che hanno maggiormente beneficiato delle agevolazioni sono il **Centro** (con 334 domande) a seguire il **Nord-Ovest** (321), il **Nord-Est** (318) e il **Sud** con le Isole che complessivamente hanno ricevuto agevolazioni per 225 domande. L'andamento tra la prima e le edizioni successive premia invece una maggiore crescita del Nord-Ovest con un calo del Nord-Est.



Fonte: elaborazione Unioncamere - Si.Camera su base dati Bando Disegni+2, Disegni+3 e Disegni+4

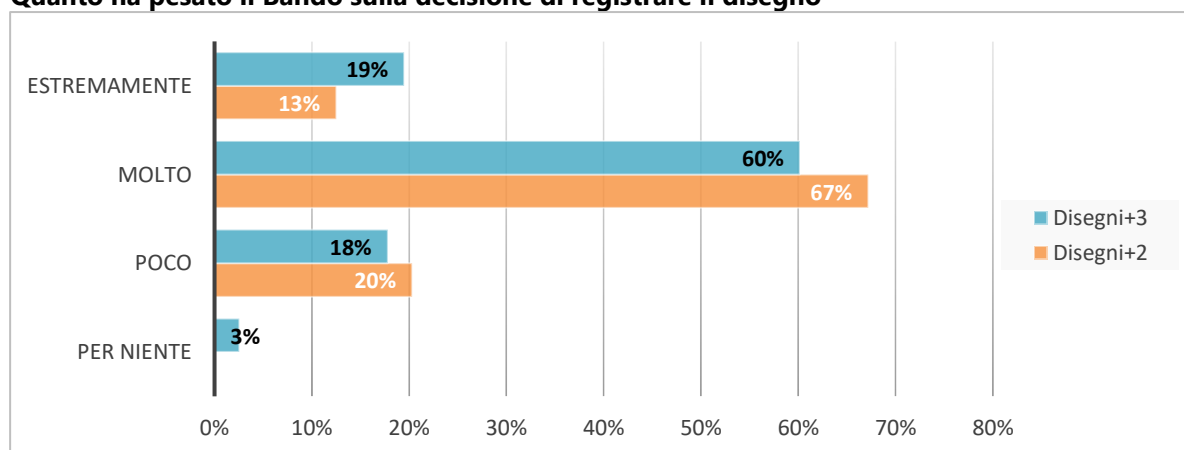
La regione che ha ricevuto il maggior numero di agevolazioni è la **Lombardia** con 274 domande, attestandosi come principale traino per la macroarea Nord-Ovest, la regione guida per il Nord-Est è il **Veneto** con 185, mentre **Toscana** e **Puglia** sono in testa per il Centro e il Sud con rispettivamente 108 e 92 domande.

3. L'**industria** è il settore prevalente per domande agevolate, raccogliendo il 66% del totale; la percentuale subisce un calo di circa 10 punti percentuali tra la prima edizione del bando e il totale finale. Il settore che cresce con maggiore costanza è quello dei **servizi**, che conta il 21% delle domande. Differente è il caso del settore del **commercio** che dopo un calo dal 16% al 9% tra prima e seconda edizione del bando ha presentato il 14% delle domande del Bando Disegni+4, rappresentando così il 13% del totale delle domande agevolate.
4. Con 793 agevolazioni concesse l'industria si è quindi confermato settore trainante del progetto; le aziende impegnate nella **fabbricazione di macchinari e parti meccaniche**

(100) sono le più rappresentate del comparto manifatturiero. A seguire, la fabbricazione di prodotti in metallo con funzione statica fissa (93), la **fabbricazione di mobili** (82), le aziende impiegate nella lavorazione della gomma e della plastica (74), le aziende produttrici di apparecchiature elettriche (74), ed infine le aziende produttrici di computer, periferiche informatiche e prodotti elettronici (70). Con 42 domande agevolate, la fabbricazione di calzature e parti in cuoio è l'attività più presente nel comparto del tessile e dell'abbigliamento.

5. Il settore dei servizi raccoglie il 21% del totale delle domande. In questo ambito le attività prevalenti sono quelle relative alla **produzione di software e alla consulenza informatica** (48), **la ricerca scientifica e lo sviluppo nel campo delle scienze naturali e delle biotecnologie** (45), le attività legate agli studi di design (43) e infine gli studi professionali di architettura e ingegneria (39).
6. Più distante dai primi due settori è il commercio, composto prevalentemente dal **commercio all'ingrosso** con 121 domande, distribuito in modo uniforme su tutto il territorio nazionale.
7. L'80% delle imprese beneficiarie che hanno partecipato alle indagini di customer satisfaction con riferimento al Bando Disegni+2 e Disegni+3 (il bando Disegni+4 è ancora in corso di svolgimento) dichiara che **le agevolazioni concesse hanno pesato molto se non addirittura estremamente sulla decisione di registrazione del disegno**. Per Disegni+2 non c'è alcuna impresa che non le ha ritenute fondamentali ai fini della definizione della propria strategia di tutela della Proprietà Industriale. E nonostante che il 67% per Disegni+2 e il 64% per Disegni+3 delle imprese, prima della partecipazione ai due Bandi, possedesse già altri titoli di Proprietà Industriale oltre al disegno e modello oggetto del progetto di valorizzazione, cioè fosse già sensibile al tema della proprietà industriale.

#### Quanto ha pesato il Bando sulla decisione di registrare il disegno

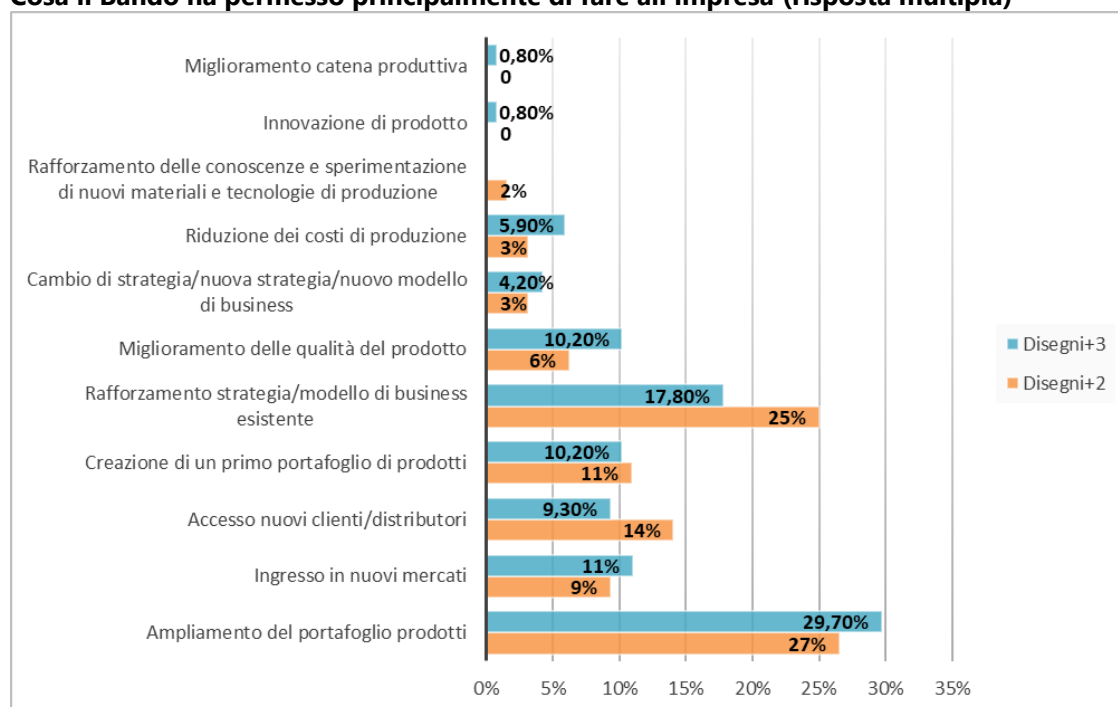


Fonte: elaborazioni Unioncamere – Si.Camera su dati "Rilevazione esigenze PMI agevolate da Disegni+2 e Disegni+3"

8. Molteplici le azioni che sono state intraprese dalle PMI grazie alle agevolazioni concesse. La principale, per il 27% e 29,7% delle imprese agevolate, è stato l'**ampliamento del portafoglio prodotti**, raggiungendo uno degli obiettivi prioritari del Bando che era appunto quello di valorizzare il design ideato attraverso l'industrializzazione. A seguire, per il

25% e il 17,8% il **rafforzamento strategia/modello di business esistente**, poi per il 14% di Disegni+2 l'**accesso nuovi clienti/distributori**, sicuramente grazie agli incentivi di consulenza per la strategia del mercato mentre per il 10,2% delle imprese Disegni+3 ha invece prevalentemente permesso la **creazione di un primo portafoglio di prodotti**.

#### Cosa il Bando ha permesso principalmente di fare all'impresa (risposta multipla)



Fonte: elaborazioni Unioncamere – Si.Camera su dati "Rilevazione esigenze PMI agevolate da Disegni+2 e Disegni+3"

9. Anche nel caso di Disegni, l'analisi della data di deposito può fare supporre un **ruolo altamente incentivante del Bando** nel ricorso alla tutela della Proprietà Industriale. I disegni comunitari depositati da titolari italiani a partire dal 2014, anno in cui è stato varato il Bando Disegni+2, hanno avuto un continuativo incremento fino al primo quadrimestre dell'anno 2016, in cui sono state presentate le domande a valere su Disegni+3. Dopo una frenata nell'incremento dei depositi nel 2017 (-18,74%), presumibilmente coincisa anche con l'assenza di strumenti agevolativi, nel 2018 si è tornato a registrare un incremento nel numero delle domande (7,50%), con un volume di depositi di circa 10.350 domande, dato che si è mantenuto anche nel 2019 con 10.358 domande, andando a diminuire nel 2020 con 9.291 domande depositate.

#### RCDs Received by Year

	IT
2003	5,737
2004	8,216
2005	10,286
2006	10,394
2007	10,843
2008	10,436
2009	10,248
2010	10,272
2011	10,067
2012	9,054
2013	8,738
2014	9,185
2015	9,976
2016	11,849
2017	9,628
2018	10,350
2019	10,358
2020	9,291
2021	2,898
Σ	177,826

Fonte: EUIPO

Variazione % delle domande di deposito rispetto all'anno precedente	
2004/2003	43,21%
2005/2004	25,19%
2006/2005	1,05%
2007/2006	4,32%
2008/2007	-3,75%
2009/2008	-1,80%
2010/2009	0,23%
2011/2010	-2,00%
2012/2011	-10,06%
2013/2012	-3,49%
2014/2013	5,12%
2015/2014	8,61%
2016/2015	18,78%
2017/2016	-18,74%
2018/2017	7,50%
2019/2018	0,08%
2020/2019	-10,30%

Fonte: EUIPO



Tali dinamiche appaiono chiare se si osserva l'andamento mensile dei depositi (presso EUIPO) nelle annualità interessate dall'operatività dei bandi. Con i primi due bandi le dinamiche di crescita sono state particolarmente evidenti nei mesi precedenti l'apertura. Per il Bando Disegni+4 si è registrato un picco nel mese di febbraio 2020, mese nel quale, prima dell'esplosione della pandemia, era stata prevista e comunicata l'apertura del bando, poi rinviata per ben due volte.

### **Proposte e suggerimenti**

I risultati della distribuzione settoriale e territoriale dei bandi, le evidenze dell'azione di customer satisfaction, l'analisi della relazione tra vigenza dei bandi e incremento del numero dei depositi presso EUIPO suggeriscono modifiche e nuove piste di lavoro per gli incentivi, da modulare in ragione delle caratteristiche proprie dei titoli di PI. In particolare, può essere presa in considerazione la previsione di:

- ✓ Istituire – compatibilmente con le esigenze del Mise-UIBM - un meccanismo di **programmazione pluriennale** (almeno biennale) delle aperture dei bandi in modo che le aziende possano definire per tempo le proprie strategie di innovazione e programmare i relativi investimenti, anche evitando sovrapposizioni con altre misure nazionali/regionali/europee e, anzi, integrandone contenuti e strumenti.
- ✓ Accompagnare la pubblicazione dei Bandi con la realizzazione di **moduli formativi online** sull'utilizzo dei titoli di PI e, in particolare, sui **criteri di iscrizione in bilancio degli asset immateriali** (sinergia con linea 2.3).
- ✓ Prevedere l'accesso a taluni servizi specialistici (in termini di upgrade) per le imprese che hanno già usufruito di agevolazioni a valere su bandi precedenti (**continuità del portafoglio dei titoli di PI**).
- ✓ Prevedere maggiorazioni negli importi massimi dell'agevolazione per le imprese che operano nei **territori in cui minore è stata la risposta ai bandi** (es. Sud e Isole).
- ✓ Prevedere premialità per le PMI che investono in **processi e prodotti basati sull'utilizzo ICT**.
- ✓ Prevedere premialità per le imprese appartenenti ai **settori della green economy** (imprese che adottino comportamenti, utilizzino e sperimentino nuovi processi e materiali ecosostenibili).
- ✓ Sperimentare misure di agevolazione per **ambiti tematici**, coerenti con il tessuto produttivo dei territori.
- ✓ Delineare agevolazioni specifiche per le **reti di impresa**, anche al fine di dotarle di competenze qualificate in materia di PI.
- ✓ Potenziare l'utilizzo della rete dei **PATLIB/PIP** come **punti di prima assistenza e orientamento** per l'accesso alle agevolazioni (sinergia con linea 2.5).



- ✓ Sensibilizzare ulteriormente le imprese sull'iter amministrativo per la concessione degli incentivi e, parallelamente, adoperarsi per rendere **uniformi e semplificate le modalità di accesso** alle agevolazioni previste per le diverse misure agevolative.

Infine, l'esperienza maturata dall'Unioncamere nella gestione delle misure di sostegno alle PMI suggerisce la necessità della creazione di un **sistema di monitoraggio** che valorizzi il patrimonio di dati relativo alle PMI che hanno avuto accesso ai servizi di sostegno e tutela di marchi e disegni con l'obiettivo di **valutarne l'impatto diretto sulle stesse realtà aziendali beneficiarie**.

L'attivazione di un efficace sistema di monitoraggio dovrà partire dalla **sistematizzazione** dell'insieme delle preziose informazioni disponibili (relative ai diversi bandi gestiti), per arrivare alla creazione di un unico e strutturato **database delle imprese agevolate** prevedendo **l'estensione ad altre informazioni statistiche relative agli archivi e ai microdati disponibili dalla statistica ufficiale e dal Registro delle Imprese**.

La strutturazione di un sistema di monitoraggio esteso e puntuale consentirà di valutare se, e in che misura, i soggetti che hanno usufruito del sostegno relativo ai bandi hanno aumentato la propria propensione a realizzare investimenti in R&D e attività complementari. Sarà possibile, inoltre, valutare se i soggetti beneficiari di agevolazione ne abbiano ricevuto un qualche vantaggio economico o un qualche vantaggio competitivo sui mercati internazionali, indotto dalle misure di sostegno prese in esame (a tal fine, potranno essere analizzati sia gli indicatori sintetici di bilancio sia le dinamiche dei fatturati e dell'occupazione),

Il costante monitoraggio dei dati sarà in grado, inoltre, di fornire utili suggerimenti per la promozione di politiche e interventi fondati su elementi concreti e analisi oggettive del capitale informativo di cui si dispone (**evidence-based policy**) oltre che per migliorare e implementare le iniziative già in atto.

Unioncamere è in grado di supportare il Mise-UIBM in tale attività, garantendo in tempi ristretti – se di interesse e individuando le opportune fonti di finanziamento - la progettazione esecutiva del sistema descritto.



## 2.5 Rafforzare le reti territoriali di assistenza alle imprese

Uno dei principali presidi territoriali sui temi della Proprietà industriale è costituito, da tempo, dalla rete delle Camere di commercio presso cui sono presenti gli **Uffici Brevetti e Marchi (UBM) camerale** a cui la normativa nazionale affida la funzione di ricevere le domande di deposito dei titoli di privativa brevettuale in affiancamento al canale del deposito telematico. L'intento, evidente, è di assicurare – nell'ambito dei servizi offerti dalla Pubblica Amministrazione - un servizio "fisico" e di stretta prossimità orientato prioritariamente alle imprese di piccole e media dimensione. Questa stessa rete si interseca con il più vasto network, a vocazione europeo, dei PATLIB e PIP, veri e propri centri erogatori di servizi informativi e di accompagnamento alle imprese promossi, dapprima, dall'Europa Patent Office e sostenuti dall'UIBM. Dei 42 centri che compongono la rete italiana dei PATLIB e PIP, ben 38 sono collocati presso gli enti camerale.

### **Potenzialità e obiettivi**

Due i punti di forza che ne fanno un canale privilegiato di "accesso" alle imprese: essere una rete "pubblica" e una rete di "vicinanza", chiaramente riconoscibile, che, maggiormente per alcune realtà, ha consentito di incidere sul tessuto economico locale divenendo centro propulsore e fattivo di cultura brevettuale per il distretto economico territoriale. Tale rete con il suo patrimonio di risorse e di know-how, limitatamente allo specifico ambito tematico della PI, può contribuire a dare attuazione alle imperdibili opportunità di ammodernamento e sviluppo del sistema economico ed amministrativo che il PNRR offre.

Obiettivo è **accrescere il numero delle imprese** che ai centri fanno riferimento per diffondere la cultura brevettuale e rendere **servizi sempre più qualificati, efficaci e accessibili facilmente agevolando modalità di fruizione a distanza**. Su tale aspetto proprio il distanziamento sociale, resosi necessario a causa della pandemia, ha imposto modalità lavorative innovative - basate sulle potenzialità offerte dalla tecnologia - che hanno messo in luce il forte ritardo accumulato nel tempo e consentito, al tempo stesso, anche di sperimentare **nuovi modelli organizzativi e di servizio** che favoriscano il consolidamento e lo sviluppo di **competenze digitali** ancora poco diffuse tanto nella P.A. quanto nel sistema produttivo. Occasione, dunque, di crescita e apertura ulteriore alle imprese ma anche di **modernizzazione della rete** stessa e di efficientamento verso standard di servizio più elevati e più in linea con quelli europei.

### **Proposte di intervento e rafforzamento organizzativo**

Per il raggiungimento degli obiettivi su richiamati, si delinea un insieme di priorità di intervento che potranno essere attuate in maniera più incisiva operando sui centri PATLIB e PIP, strutture di maggiore specializzazione e con un più forte orientamento a fornire servizi avanzati alle imprese, piuttosto che sugli UBM camerale cui pure dovrà essere indirizzata una costante e qualificata offerta formativa e di aggiornamento.





Tali priorità si inquadrano in un percorso avviato da qualche tempo da Unioncamere in collaborazione con l'UIBM in cui gli assi portanti sono stati l'aggiornamento continuo del capitale umano, con attenzione particolare alle procedure di deposito ed alla normativa, ed il confronto tra enti camerali e UIBM al fine di sostenere un processo di standardizzazione dell'operato amministrativo degli enti camerali sessi. Le priorità:

- ❖ **Agire** sul tessuto industriale, e in particolar modo sulle PMI, con **azioni di ingaggio** che puntino anche sull'utilizzo di canali info-formativi innovativi rivolti alle imprese costantemente aperti, utilizzando media, meno convenzionali, ma più appellino soprattutto per i giovani imprenditori - da coinvolgere, necessariamente, se si vuole attivare un rapido e duraturo processo di crescita culturale rispetto alla PI - e puntando su **social, community aperte e interconnesse, learning community, community of practice**. Strumenti che garantiscono maggiore flessibilità nella fruibilità dei servizi offerti nel tempo e nello spazio riducendo i tempi di "avvicinamento" alla Pubblica Amministrazione.
- ❖ **Riqualificare** con un programma incisivo di aggiornamento e formazione continua il **capitale umano** presente nella rete intervenendo prioritariamente nel trasferimento di conoscenze e competenze più avanzate del vasto ambito della PI (ricerca brevettuale, valutazione economica dei titoli di privativa, trasferimento tecnologico, ecc.) ma assicurando anche, alle risorse che operano nei centri, un aggiornamento puntuale, continuo e tempestivo su tutti gli avanzamenti che interesseranno la riforma del settore nonché sulla consistente offerta di servizi, iniziative, agevolazioni, programmi che "complessivamente" sono, e saranno, gestiti a favore delle imprese da operatori istituzionali e non (UIBM, EPO, EUIPO, Università, Ordine dei consulenti in PI, Associazione Italiana Documentalisti Brevettuali, Uffici di trasferimento Tecnologico universitari, sistema bancario, ecc.), anche al fine di facilitare accordi di scambio e collaborazione per promuovere iniziative a carattere culturale sui temi della brevettazione.
- ❖ Per una ancora più efficace azione di qualificazione della rete è auspicabile, altresì, **l'inserimento, presso i centri, di nuove e giovani risorse, con skill avanzate di specializzazione in materia di PI e digitalizzazione** quali gli IP Manager formati nell'ambito della collaborazione UIBM-sistema universitario che possano divenire il volano attraverso il quale portare in azienda i temi della PI e, anche utilizzando strumenti di diagnosi già sperimentati e disponibili, individuare aree di intervento/miglioramento su cui delineare percorsi di crescita e sviluppo. Interventi mirati sull'azienda consentiranno di orientare le PMI anche verso specifiche iniziative pubbliche non necessariamente gestite dai centri.

L'impiego degli IP manager nei centri – una risorsa a supporto di più centri in una logica interterritoriale - potrebbe essere inquadrato come parte sperimentale del percorso di specializzazione post-universitaria, o come prima esperienza di collaborazione specialistica limitando, in tal modo, l'impatto dell'eventuale costo sui centri stessi.

E' evidente che **il tema delle risorse umane resta centrale** per imprimere una modernizzazione dei centri e attivare processi di maggiore coinvolgimento del sistema imprenditoriale per la diffusione della cultura brevettuale. La condivisione di sapere, di

know-how ed anche di iniziative e servizi, diviene in questo momento l'elemento fondamentale per attivare strategie di crescita e riequilibrare le attività sui territori. Quello che si prospetta, dunque, oltre a un centro aperto a ricevere richiesta da parte dell'impresa, è un **centro brevettuale che si muove verso l'impresa in modalità digitale** mediante l'utilizzo di spazi virtuali, dove le informazioni – condivise - vengono veicolate attraverso forum, social media e community, superando il "distretto territoriale" di riferimento lavorando in una logica di rete.

- ❖ Giova ricordare, peraltro, che gli enti camerali sono gestori di ulteriori iniziative di promozione rivolte alle imprese, piuttosto che di importanti azioni sui temi della digitalizzazione (rete dei Punti Impresa Digitale) o che vertono su aree complementari a quelle della PI (come, ad esempio, il tema dell'internazionalizzazione) rispetto alle quali sarebbe possibile e auspicabile attivare **azioni di cross fertilization** integrando ambiti di operatività, affiancando alla presenza di punti fissi all'interno delle Camere di commercio l'utilizzo di spazi virtuali facendo massa critica rispetto all'universo delle imprese con cui l'ente entra in contatto.

### **Alcuni spunti propositivi provenienti dalla rete PATLIB/PIP<sup>1</sup>**

Per valorizzare la rete camerale e dei PATLIB e PIP per rilanciarne il ruolo sia come *focal point* della cultura della PI sia come erogatore di servizi avanzati - in una logica di evoluzione verso standard più elevati - è auspicabile anche sperimentare, o mettere a regime, nuove linee di attività che prevedano l'attivazione di gruppi di lavoro misti con risorse provenienti da diversi centri/UBM o che prevedano, ove opportuno, anche il coinvolgimento di altri soggetti istituzionali. Di riflesso, l'accesso a nuovi servizi sarebbe garantito a imprese dell'intero territorio nazionale.

Parallelamente si propone di lavorare anche sull'ampliamento di linee di servizio esistenti. Le possibili linee di lavoro potranno trovare attuazione individuando opportune fonti di finanziamento, almeno per le fasi di sperimentazione.

### **A livello sperimentale:**

**Potenziamento delle competenze in materia di analisi statistica dei dati brevettuali per realizzazione di studi analitici su trend tecnologici – Mantenimento di un servizio di pubblicazione periodica di analisi e studi coordinato dal Mise-UIBM**

**Scopo:** promuovere l'utilizzo dei dati brevettuali a supporto del processo di R&D di progetti che mirino all'individuazione di soluzioni innovative avvalendosi del know-hw dei centri di competenza già esistenti (Rete PATLIB – altre Reti istituzionali)

---

<sup>1</sup> Nella presente sezione si tiene conto di alcuni specifici spunti operativi proposti dal PATLIB t2i - trasferimento tecnologico e innovazione.

**Step di attuazione:**

- I. formazione avanzata su tecniche di analisi brevettuale di operatori già esperti in materia di ricerca documentale brevettuale
- II. Creazione di un gruppo di lavoro dedicato, identificazione macro-aree di interesse e primo test
- III. Calendarizzazione delle pubblicazioni periodiche e attribuzione delle macro-aree a singoli gruppi di lavoro

La linea si pone in coerenza con la *Sfida n. 2 Incentivare l'uso della PI.*

**Potenziamento delle competenze in materia di valutazione economica dei titoli di proprietà intellettuale specifica nei casi di contrattazione/proposta di soluzioni/progetti titolati o non titolati**

**Scopo:** contribuire agli aspetti di gestione economica dei titoli di proprietà intellettuale; contribuire al processo di valutazione degli asset immateriali avvalendosi del supporto di centri di competenza già esistenti (Rete PatLib – altre Reti istituzionali). Creazione di centri di competenza in materia di valutazione dei titoli di proprietà intellettuale in caso di contratti di cessione – licenza.

**Step di attuazione:**

- I. formazione avanzata in materia di valutazione dei titoli di proprietà intellettuale o dei potenziali titoli di proprietà intellettuale o identificazione di professionalità atte al supporto dei centri di ricerca in materia di valutazione dei titoli di proprietà intellettuale. Identificazione di un target selezionato di imprese su cui realizzare un audit atto a identificare i titoli di proprietà intellettuale esistenti o i potenziali titoli di proprietà intellettuale.
- II. realizzazione delle attività di audit
- III. realizzazione di attività di valutazione in almeno due scenari differenti (cessione dei diritti patrimoniali – licenza – valutazione del danno).
- IV. Termine sperimentazione: studio di fattibilità per la realizzazione strutturale di un centro di competenza in materia di valutazione economica dei titoli di proprietà intellettuale
- V. Analisi della sostenibilità di un servizio di supporto alla valutazione degli asset immateriali

La linea si pone in coerenza con la *Sfida n. 1 Migliorare il sistema di protezione della Proprietà Industriale* e con la *Sfida n. 2 Incentivare l'uso della PI.*

**Per l'ampliamento dei servizi esistenti:****SERVIZIO IP/Avvio di impresa**

**Scopo:** supportare l'avvio di impresa, indipendentemente dalla natura giuridica, anticipando possibili ostacoli allo sviluppo del business aziendale, razionalizzando conseguentemente gli investimenti in termini di R&D o registrazione di titoli di proprietà industriale.

Il servizio può essere svolto dai Centri PatLib/PIP/UBM esistenti in collaborazione con il servizio Nuova Impresa. Agli interessati, prima di costituire l'impresa, è data la possibilità di:

- Verificare eventuali conflitti con titoli di proprietà intellettuale esistenti per ciò che riguarda la scelta della denominazione sociale
- Verificare eventuali conflitti con marchi registrati per ciò che riguarda la scelta del marchio di servizio / prodotto in ambito nazionale italiano
- Verificare eventuali conflitti con titoli di proprietà intellettuale esistenti per ciò che riguarda il prodotto / servizio che intendono proporre al mercato.

La linea si pone in coerenza con la *Sfida n. 1 Incentivare l'uso della PI* e con la *Sfida n. 4 Garantire un rispetto più rigoroso della proprietà industriale.*



## SERVIZIO IP/Assistenza tecnico-giuridica

**Scopo:** rafforzare il ruolo del soggetto istituzionale o preposto all'erogazione del servizio ampliando il campo di assistenza e gli ambiti di valorizzazione.

Si tratta di costruire una rete di nuove competenze, ove non presenti le competenze all'interno della struttura, che possano presidiare aspetti di contrattazione, accordi commerciali, fiscalità attraverso l'erogazione di un servizio coordinato da un unico soggetto.

La linea si pone in coerenza con la *Sfida n. 2 Incentivare l'uso della PI* e con la *Sfida n. 4 Garantire un rispetto più rigoroso della proprietà industriale*.

## 4. Garantire un rispetto più rigoroso della proprietà industriale

### 4.5 Supportare le imprese nella lotta alla contraffazione

Con l'obiettivo di ampliare e rafforzare sul territorio la presenza di presidi dedicati alla prevenzione e al contrasto della contraffazione, l'UIBM con Unioncamere già dal 2018-2019 promuove la costituzione di Comitati provinciali sulla contraffazione presso le Camere di commercio.

Obiettivo è consolidare le reti locali impegnate nelle attività di contrasto al fenomeno del commercio delle merci contraffatte in un sistema sinergico e organizzato che faccia della lotta alla contraffazione e all'abusivismo la mission principale delle proprie attività sul territorio coinvolgendo, con la regia delle Camere di Commercio locali, tutti gli attori territoriali interessati.

I Comitati, inoltre, possono costituire veicoli di promozione delle politiche nazionali anticontraffazione sui territori e, allo stesso tempo, una importante fonte di dati sul fenomeno che le amministrazioni centrali potranno utilizzare per effettuare attività di monitoraggio e valutazione del fenomeno.

Più in generale, per la capillarità della presenza sul territorio e per la capacità di portare a sintesi interessi pubblici e privati indirizzandoli ad obiettivi comuni, il contributo delle Camere di commercio nell'ambito delle politiche per la lotta alla contraffazione potrebbe essere ulteriormente rafforzato se indirizzato, ad esempio, verso i seguenti ambiti di azione:

- promuovere e coordinare attività strutturali di **in-formazione** rivolta alle **micro, piccole e medie imprese**, finalizzata ad acquisire una competenza evoluta in politiche di prevenzione e tutela da violazioni della PI e da comportamenti sleali, in Italia e all'estero, anche con utilizzo consapevole di tecnologie adeguate. Il ruolo delle Camere di Commercio, anche attraverso la propria **rete internazionale rappresentata della CCIE**, è fondamentale per raggiungere le PMI italiane e straniere, e per individuare preliminarmente specificità settoriali e territoriali sulla base delle quali disegnare un'attività formativa e informativa mirata. Di estrema utilità, inoltre, potrebbe essere un percorso unitario di formazione dedicato alla tutela della PI on line, anche in collaborazione con le principali piattaforme di e-commerce, in relazione agli strumenti operativi di tutela messi a disposizione dalle piattaforme stesse a vantaggio dei titolari dei diritti di PI e dei consumatori;
- potenziare il tema della tutela della PI e della contraffazione in tutti i suoi aspetti - a monte e a valle dell'intera filiera - nell'ambito delle eventuali attività rivolte alle **scuole**, anche **parallelamente ad iniziative di valorizzazione delle eccellenze locali**;
- nell'ambito degli **Uffici studi delle Camere**, favorire attività, iniziative, studi e materiale di approfondimento – anche integrata fra realtà limitrofe - sui temi della tutela della PI e delle sue violazioni, che possono rappresentare (come i Comitati) una fonte – e un veicolo - di dati sul fenomeno anche per le amministrazioni centrali;

- sostenere le **autorità locali di enforcement**, per l'acquisizione e il reciproco scambio di dati e informazioni di possibile interesse. Sarebbe particolarmente utile affiancare ai controlli effettuati dai gruppi ispettivi interforze ulteriori verifiche integrate di tipo amministrativo, per colpire le "aziende di carta". In questa direzione, una **proposta Unioncamere di modifica della normativa di settore** è stata condivisa nel Piano Strategico Nazionale 2017-2018 del CNAC (oggi CNALCIS), per rendere il Registro delle imprese lo strumento principale con cui approfondire i mutamenti delle ragioni sociali delle imprese (con la cancellazione e la re-iscrizione) che, dopo aver prodotto o distribuito prodotti contraffatti, spariscono per ritornare in attività con una diversa ragione sociale;
- sempre in una prospettiva di cooperazione per la legalità e tutela della concorrenza leale, **alcune Camere di commercio possono mettere a disposizione**, attraverso accordi con le forze dell'ordine e con l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, **strutture e laboratori** propri o delle rispettive Aziende speciali, **per favorire verifiche di contraffazione, analisi di "tossicità" dei prodotti, e valutazioni** sugli effetti relativi alla salute e all'ambiente, connessi al consumo e allo smaltimento illecito di tali prodotti.

## 5. Rafforzare il ruolo dell'Italia a livello internazionale

Con riferimento al presente ultimo macro-obiettivo, due considerazioni finali:

- Unioncamere sostiene la **candidatura di Milano** ad ospitare la sede centrale del Tribunale Unificato dei Brevetti (TUB). Nella prima settimana del novembre scorso l'Unioncamere ha fornito alla Camera di commercio le statistiche provinciali sulle domande di brevetto europeo pubblicate dall'EPO nel 2008–2019 (e sui depositi di marchi dell'Unione europea e di disegni comunitari all'EU IPO), prima di fornirli a tutte le Camere e Unioni Regionali in via straordinaria, proprio perché la Camera di commercio di Milano stava preparando il proprio documento in vista della prima riunione del Comitato promotore del TUB.
- Il Piano di rilancio della PI deve essere in grado di cogliere anche la **sfida della programmazione 2021-2027**. In tale ambito, il ruolo e l'importanza della PI si pone in maniera trasversale rispetto ai cinque Obiettivi di Policy su cui saranno concentrati gli investimenti; l'auspicata ripresa verde, digitale e resiliente dell'economia impone, sin d'ora, una sottolineatura di attenzione sul valore strategico della PI nei documenti di programmazione nazionale e, soprattutto, risvolti di operatività nei programmi operativi regionali.