



LUGLIO 2025

IL TEAM INTERPATENT CRESCE ANCORA!

Siamo felici di annunciare che il nostro team si amplia ulteriormente. Si uniscono a noi, infatti, il Dott. Gian Antonio Pancot e la Dott.ssa Marilena Garis.

Il **Dott. Pancot** porta con sé una solida esperienza ultra quarantennale nel settore della proprietà intellettuale, ove ha iniziato ad operare nel luglio del 1978. Dal 1980 al 1993 ha ricoperto l'incarico di Amministratore Delegato di uno dei maggiori studi professionali italiani operanti nel settore, di cui era altresì socio. Chiamato successivamente a Roma, ha svolto la propria opera all'interno di un altro primario studio di consulenza fino alla fine del 2006, allorquando è entrato a far parte in veste di Amministratore Delegato di un gruppo leader mondiale operante nel settore della Ricerca & Sviluppo (R&S), nell'assistenza e gestione della proprietà intellettuale e, in particolare, nella valorizzazione economica dei diritti derivanti dai brevetti. Dal 2017 al 2020 è stato altresì Presidente e Amministratore Delegato di un altro studio professionale italiano operante anch'esso nel settore della proprietà intellettuale. Successivamente ha svolto incarichi nello stesso ambito, collaborando con altri studi professionali.

È da poco entrato a far parte del team di

Interpatent con l'obiettivo di apportarvi non solo le competenze specifiche proprie della proprietà intellettuale, ma anche la sua vasta esperienza maturata operando a contatto con le maggiori aziende titolari di brevetti e marchi a livello internazionale, garantendo così un importante contributo al miglioramento delle attività e dei servizi forniti dallo studio.

Iscritto all'Ordine Italiano dei Consulenti in Proprietà Industriale (Brevetti/Marchi), è inoltre mandatario abilitato all'esercizio della professione presso l'Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale (EUIPO). Dal 2020 ricopre la carica di Vice Presidente di LES Italia ed è altresì socio di numerose altre associazioni operanti nel settore della proprietà intellettuale, quali AIPPI, FICPI, AICIPI, LIGUE ed altre. Ha curato pubblicazioni, lezioni e conferenze in materia di proprietà industriale e intellettuale.

La **Dott.ssa Garis** arricchirà la nostra squadra grazie alla sua consolidata esperienza in materia di proprietà industriale, di cui si occupa sin dal 2001, operando all'interno di primari studi nazionali.

Laureata in legge ad indirizzo transnazionale presso l'Università degli studi di Torino (2001), ha

conseguito un master in giurista d'impresa (2018). Ha collaborato alla cattedra di diritto industriale (corso di laurea in economia e commercio) e diritto della proprietà intellettuale (corso di laurea in scienze della comunicazione) presso l'Università di Torino in qualità di cultore della materia. Iscritta all'Ordine Italiano dei Consulenti in Proprietà Industriale (sezione Marchi e Design), è inoltre mandatario accreditato presso l'EUIPO (Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale).

Rappresenta e fornisce consulenza strategica in materia di proprietà industriale a clienti italiani ed esteri, coordina attività di tutela di portafogli marchi a livello mondiale, opposizioni ed azioni di cancellazione, negoziazione di contratti. Ha instaurato solide relazioni professionali con legali e consulenti in proprietà industriale a livello internazionale. È membro del Comitato Esecutivo e Delegato Internazionale di LES Italia dal 2020 nonché membro di AIPPI (gruppo italiano). Ha curato numerose pubblicazioni, lezioni e conferenze in materia di proprietà industriale e intellettuale, tra l'altro, per Il Diritto Industriale, SPRINT, Italia Oggi, Managing Intellectual Property, World Trademark Review, LES International, Il Sole 24 Ore.

Per potervi presentare al meglio, abbiamo sottoposto loro alcune domande.

Gian Antonio Pancot



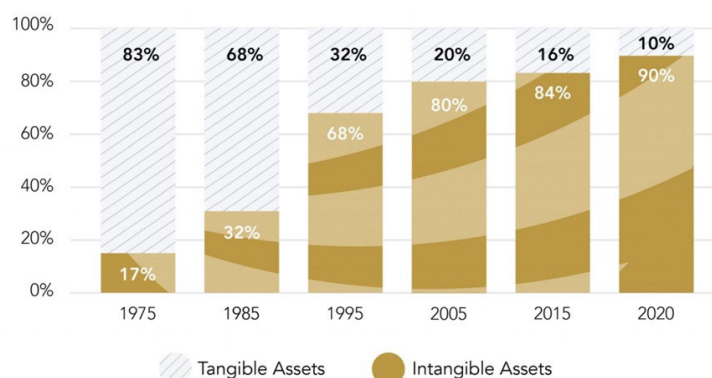
Quali sono gli errori più comuni che le aziende commettono nella gestione della Proprietà Intellettuale?

Ritengo che, ancorché negli ultimi anni siano stati

compiuti considerevoli sforzi a tutti i livelli, solo ora le aziende più accorte iniziano a prendere piena coscienza della valenza e dell'importanza della Proprietà Intellettuale (PI). Non penso si debba concentrare l'attenzione su errori (o presunti tali), quanto sulla limitata consapevolezza di ciò che i brevetti, i marchi, i modelli, i nomi a dominio, fino ai segreti commerciali, ai diritti d'autore ed altri beni immateriali (ricinducibili al "capitale intellettuale" che è parte sostanziale dei c.d. "intangible assets") rappresentano in termini di valore per un'azienda - grande, medio-piccola e/o artigianale - sia essa manifatturiera, che di servizi.

Molte sono le considerazioni che si possono svolgere al riguardo, ma sinteticamente basti pensare che l'americana Ocean Tomo (che è parte di JS Held e fornisce pareri e consulenza di esperti incentrati su questioni relative alla proprietà intellettuale e ad altri beni immateriali) ha appurato che, se negli anni 70 gli "intangible assets" rappresentavano circa il 20% del valore di una azienda, oggi tale proporzione risulta rovesciata: il marchio, il portafoglio brevetti, i modelli, ma anche la reputazione del management, il "saper fare" dei propri dipendenti, il parco clienti contano mediamente per l'80% del valore di mercato di un'azienda, come raffigurato nel grafico sotto riprodotto.

COMPONENTS of S&P 500 MARKET VALUE



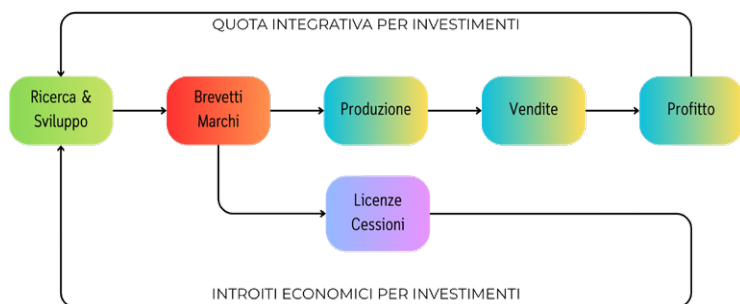
SOURCE: OCEAN TOMO, A PART OF J.S. HELD, INTANGIBLE ASSET MARKET VALUE STUDY, 2020

Inoltre, non va dimenticato che in taluni casi la strategica mancanza di un adeguato portafoglio di brevetti e marchi non ha consentito appieno e con successo - in una fase di grande trasformazione quale quella registrata negli anni più recenti - il trasferimento della produzione e delle vendite in outsourcing (ovvero, in ambiti a minor costo) per privilegiare la creatività, la ricerca e lo sviluppo interni, come invece hanno fatto quelle aziende che si sono sviluppate e sono

cresciute dando adeguato rilievo e sostanziale importanza alla Proprietà Intellettuale e all'attività di *licensing*.

Più in generale, è mancata l'opportunità di attuare un **"ciclo integrativo"** quale quello che viene di seguito raffigurato:

Ciclo integrativo a benefici aggiuntivi



Molte altre sono le riflessioni che si possono condurre al riguardo, che qui vengono tralasciate per brevità, ma talune in minima parte richiamate a partire dall'errata considerazione che i brevetti ed i marchi rappresentano un "costo per l'azienda" e non già un investimento. Da ciò deriva la mancata consapevolezza della possibile "valorizzazione" di questi beni, che sono a pieno titolo parte del patrimonio dell'azienda. Più in generale, manca ancora – tra buona parte degli *stakeholder* – la piena cultura del potenziale e dell'importanza (intesi in senso lato) della Proprietà Intellettuale.

Quali consigli daresti a una startup o a un inventore che si approccia per la prima volta al tema della tutela della Proprietà Industriale?

I consigli che in pratica ho già fornito in tali circostanze sono quelli basati sul seguente binomio: da un lato, acquisire la piena conoscenza del settore nel quale si intende operare; dall'altro, abbandonare il concetto del "fai da te" ed affidarsi a consulenti di provata esperienza - siano essi commercialisti, esperti di marketing, consulenti in PI - con i quali interloquire per costituire un team/partnership di lavoro atto a verificare il piano industriale, i budget (inclusi quelli atti a definire - nei tempi di attuazione - i fabbisogni finanziari), la tutela delle invenzioni, ecc.

Il successo di una qualsivoglia iniziativa non può prescindere dall'analisi e dalla stesura - il più possibile chiara e completa - di tutti gli aspetti che la compongono, con la contestuale definizione dei tempi, dei compiti e delle coperture finanziarie necessarie per garantire

l'ingresso e la distribuzione sul mercato dei relativi prodotti/servizi, ove la componente commerciale e di marketing sarà chiamata a supportarne il successo.

Perché è fondamentale affidarsi a un esperto per la gestione e la tutela dei diritti PI?

La materia ha avuto negli anni un'evoluzione ed un'estensione talmente vaste che sul mercato della consulenza si sono create figure professionali specifiche e di qualificata competenza. Sottolineo che, oltre all'evoluzione della normativa nazionale in materia, sono stati introdotti accordi, convenzioni, direttive e regolamenti a carattere sovranazionale dai quali non si può prescindere. Da ciò deriva l'inevitabile conclusione che occorre necessariamente affidarsi ad esperti, consulenti in PI, al fine di ottenere la migliore assistenza e tutela possibili a tutto campo e ridurre in tal modo il rischio di insuccesso di qualsivoglia iniziativa che implichi l'adozione dei diritti di PI, a salvaguardia degli sforzi e dei sacrifici degli inventori e degli investitori.

In che modo la tua esperienza ti permette di offrire soluzioni personalizzate ai clienti?

Nell'entità professionale all'interno della quale ho deciso di entrare a far parte, ho avuto modo di verificare preliminarmente l'esistenza concreta di una valida formazione permanente, la disponibilità e la piena apertura verso tutte le fonti di informazioni e di aggiornamento accessibili in materia, nonché una rete diffusa in tutto il mondo di corrispondenti affidabili e continuamente monitorati. Questi sono tutti elementi indispensabili ad assicurare con serietà ed impegno la migliore e qualificata consulenza, nei diversi ambiti riconducibili alla PI. A ciò si sommano le esperienze che taluni professionisti hanno avuto modo di sviluppare all'interno di altre realtà, dalle quali hanno tratto esperienze che consentono la migliore interlocuzione con i clienti. Per finire, la formazione professionale è implementata dallo studio della materia, che vede quasi tutti i professionisti rivestire il ruolo di componenti attivi di comitati di studio a diversi livelli, relatori in eventi, redattori di articoli che vengono pubblicati sulle riviste di settore. Alla condivisione della visione che pone al primo posto la piena e qualificata attenzione e soddisfazione delle istanze dei clienti, ho inteso associare il mio contributo - in parte diversificato, pur se complementare - sviluppato in oltre 40 anni di comprovata esperienza e lavoro.

Marilena Garis



Quali sono stati i momenti chiave del tuo percorso formativo e professionale?

Dopo la laurea in giurisprudenza ad indirizzo transnazionale ho intrapreso la pratica forense.

Posta la mia propensione verso ambiti internazionali ed attesa la mia formazione linguistica (inglese, francese, tedesco), sono entrata a far parte d'un primario studio di Proprietà Industriale, dove ho rapidamente percorso le prime tappe, per giungere nel breve ad esserne integrata in veste di *associate*.

Ho parallelamente coltivato un impegno in ambito accademico, collaborando con alcune prestigiose riviste giuridiche di settore, in particolare in materia di marchi.

Più di recente, la mia partecipazione attiva ad una prestigiosa associazione internazionale di settore (che mi ha visto membro del Comitato Esecutivo, nonché Delegato Internazionale) mi ha permesso di acquisire significative esperienze e di dare spazio ad importanti contributi mediante la pubblicazione di testi in materia di marchi e la partecipazione ad eventi in veste di relatore e/o di moderatore di tavole rotonde.

C'è stato un episodio o una persona che ha particolarmente influenzato la tua carriera?

Numerosi sono stati gli episodi che mi hanno vista essere parte integrante di team di lavoro

professionali che mi hanno portata ad integrare le mie esperienze anche all'estero (in ambito europeo, Stati Uniti, Russia e Cina) nella trattazione di importanti pratiche di primari clienti.

Molti sono i professionisti senior ai quali devo riconoscenza per i loro contributi alla mia formazione: delle mie diverse esperienze conservo un personale ricordo indelebile di coloro che mi hanno dato fiducia e nel contempo hanno contribuito a trasmettermi i contenuti della loro autorevole esperienza.

Quali strategie consigli per la tutela e la valorizzazione dei diritti di Proprietà Industriale dei tuoi clienti a livello nazionale e internazionale e perché è importante valorizzare i propri asset PI?

Il messaggio che intendo trasferire ai clienti si basa su un rapporto fiduciario, in forza delle prestazioni professionali da me rese in risposta ai loro fabbisogni. Ad essi ho sempre cercato, con estrema trasparenza, di significare l'importanza della PI, intesa come investimento, fino ad attuare con loro piani di tutela, distribuiti nel tempo, sulla base di programmi precisi che tengano conto dei benefici e dei risvolti di protezione dei loro marchi. A quest'ultimo riguardo, ho preso parte alla formazione di progetti di anticontraffazione nelle aree geografiche di maggiore interesse economico dei clienti.

Come sta cambiando il settore della proprietà industriale con l'avvento delle nuove tecnologie (es. intelligenza artificiale, blockchain, ecc.)?

Su un piano meramente pratico, le nuove tecnologie non hanno al momento intaccato in maniera significativa il nostro lavoro di natura professionale, ma sono intervenute piuttosto pesantemente in quello a carattere procedurale e strategico, che richiede un sempre maggiore aggiornamento e duttilità nell'espletamento del lavoro.

Crediamo che l'ingresso di Gian Antonio e Marilena sarà decisivo per affrontare con successo le prossime sfide e che il loro supporto ci aiuterà a raggiungere nuovi obiettivi.

Un caloroso benvenuto ad entrambi!

DIFENDERE L'AUTENTICITÀ: NUOVE FRONTIERE NELLA LOTTA ALL'ITALIAN SOUNDING



Secondo quanto elaborato dalla Società *The European House – Ambrosetti*, la **filiera agroalimentare**, composta dal comparto agricolo, dall'industria alimentare e delle bevande e dall'intermediazione, distribuzione e ristorazione, risulta essere in crescita del **34% rispetto al 2015**. Nel 2023 il settore ha generato 74 miliardi di euro di valore aggiunto diretto, un risultato che vale 2,5 volte la moda *Made in Italy* e oltre 5 volte l'industria chimica. L'Italia è anche il terzo tra i maggiori Paesi UE per valore aggiunto dell'agroalimentare, con **un'incidenza del 3,9% sul PIL**. (Fonte: www.ambrosetti.eu).

Le prime 4 Regioni italiane per export agroalimentare compongono il 62,1% del totale nazionale, con la Lombardia in testa (10,4 miliardi di Euro nel 2023), seguita da Emilia-Romagna (9,8 miliardi di Euro), Veneto (9,6 miliardi di Euro) e Piemonte (8,9 miliardi di Euro).

Curiosamente, ma non troppo, le Regioni più "brave" a vendere i nostri prodotti di eccellenza all'estero sono anche le regioni **più colpite dal fenomeno dell'Italian Sounding**. Infatti, La Lombardia è la regione italiana più colpita, con un danno pari a 10,2 miliardi di euro l'anno, seguita da Veneto (10 miliardi di euro), ed Emilia-Romagna (9,9 miliardi di euro).

La nostra capacità di esportare eccellenze, nonché la presenza di prodotti certificati (con

891 prodotti DOP e IGP, l'Italia è prima in Europa per numero di certificazioni), ci espone, infatti, al fenomeno dell'**Italian Sounding**, ovvero a quella pratica di imitazione degli alimenti italiani a fini di commercializzazione ingannevole, mediante l'utilizzo di nomi, immagini, combinazioni cromatiche che evocano inequivocabilmente l'Italia.

Secondo le proiezioni più aggiornate, il **valore dell'export Food&Beverage italiano** sarebbe **più che raddoppiato** se si riuscisse ad azzerare l'impatto dell'Italian Sounding sui nostri prodotti di punta.

Purtroppo, le nuove politiche statunitensi sui **dazi** non aiutano. L'Italian Sounding – infatti – riesce ad essere particolarmente competitivo grazie a prezzi mediamente inferiori rispetto ai prodotti originali. In questo ambito, la possibile presenza di dazi sui prodotti *Made in Italy* determinerà, con buona probabilità, un ulteriore aumento dei prezzi dei prodotti originali, rispetto ai già più economici prodotti "fake". Con 7,8 miliardi di Euro, gli Stati Uniti sono il 2° mercato per le esportazioni agroalimentari italiane e i dazi rischiano di determinare una crescita delle vendite di prodotti non originali nel mercato nordamericano.

Cosa fare quindi per contrastare l'Italian Sounding? Come possiamo recuperare, almeno in parte, il fatturato perso in questi anni a causa dei prodotti che richiamano palesemente il nostro Paese, ma che nella realtà nulla hanno a che fare con l'Italia?

Abbiamo provato a dare qualche risposta lo scorso **17 giugno**, in qualità di relatori, nel corso di una interessante iniziativa voluta e curata dalla **Camera di Commercio di Torino** (*L'impatto dell'Italian sounding sul settore dell'agroalimentare*).

Sotto il profilo normativo nazionale, è da sottolineare, da un lato, la modifica del art. 144 del Codice di Proprietà Industriale per far rientrare fra gli **atti di pirateria** le pratiche di Italian Sounding, ovvero le pratiche finalizzate alla falsa evocazione dell'origine italiana dei prodotti; dall'altro, la creazione del **Consiglio Nazionale per la lotta alla contraffazione e all'Italian Sounding**, l'organismo

interministeriale che si propone di indirizzare, promuovere e coordinare le azioni di valorizzazione e difesa della **Proprietà Industriale** dalla concorrenza di operatori economici sleali.

A livello di Unione Europea, è invece importante ricordare l'implementazione del Regolamento (UE) 2024/1143, concernente le **Indicazioni Geografiche per vini, bevande spiritose, prodotti agricoli, le specialità tradizionali garantite, nonché le indicazioni facoltative di qualità per i prodotti agricoli**.

A partire dal 2024, detto Regolamento rappresenta un passo significativo nella direzione di maggior tutela del Made in Italy. Si pensi, per esempio, ai maggiori poteri che vengono attribuiti ai Consorzi di tutela, alla maggior trasparenza verso il consumatore attraverso l'obbligatorietà dell'indicazione in etichetta del nome del produttore, nonché alla maggior protezione conferita alle Indicazioni Geografiche (IG) utilizzate anche come ingredienti e alla maggior protezione a livello internazionale delle IG.

In ambito socioculturale, l'Italian Sounding si può contrastare comunicando con efficacia il valore del nostro "Made in Italy" con iniziative specifiche di educazione del consumatore e, ove possibile, avvalendosi della partecipazione di ambasciatori nel mondo del Made in Italy.

In conclusione, il danno che crea la falsa evocazione dell'italianità nel settore agroalimentare è enorme e, in un periodo di crisi economica generale, tutelare uno dei pochi settori che in Italia genera ancora valore aggiunto deve diventare una priorità del nostro Paese. A livello normativo, qualche passo in avanti è stato fatto, ma solamente con una maggior consapevolezza da parte di tutti gli operatori del settore e con una maggiore attenzione alla tutela dei nostri beni di privativa industriale, partendo dai marchi di impresa, fino alle DOP o IGP, potremmo nel tempo provare ad invertire la rotta ed arrivare a trasformare in fatturato per le Aziende italiane quello che, al momento, è fatturato solo per chi opera in modo non completamente corretto.

LO SAPEVATE CHE...

Lo **European Inventor Award** è un premio assegnato dall'EPO (Ufficio Brevetti Europeo), con cadenza biennale, per premiare gli inventori che trasformano le loro idee in soluzioni concrete, capaci di affrontare importanti sfide del nostro tempo.

Lo *European Inventor Award* nasce quindi per dare il giusto riconoscimento ad inventori talentuosi, celebrandone lo spirito inventivo e le invenzioni di successo.

Le **candidature per la prossima edizione, che si terrà a Berlino nel 2026, sono attualmente aperte e saranno accettate fino al 30 settembre 2025**. Le candidature possono venire dal pubblico, dallo staff dell'EPO, dagli uffici brevetti di tutto il mondo o dagli stessi inventori.

I vincitori ricevono suggestivi trofei a forma di vela, ideati dalla designer Miriam Irle, che rappresentano un simbolo di esplorazione e ingegno, mostrando come le idee inventive possano spingere l'umanità verso lidi inesplorati.

Il premio è strutturato in diverse categorie, pensate per riconoscere una vasta gamma di innovatori: **Industria** (per inventori che operano in grandi aziende europee), **Ricerca** (per inventori che lavorano presso università, istituti di ricerca o i loro spin-off), **Piccole e Medie Imprese** (per inventori che operano nelle PMI), **Paesi non-EPO** (per inventori provenienti da paesi non membri dell'EPO, purché l'invenzione o i prodotti correlati siano disponibili in Europa), **Premio alla carriera** (per inventori che hanno offerto a lungo il loro contributo nel loro campo tecnico), **Premio popolare** (assegnato mediante un voto pubblico, che inizia all'annuncio dei finalisti e si chiude durante la cerimonia di premiazione).

Per tutte le categorie, prerequisito per la candidatura è un **brevetto europeo concesso** e la **commercializzazione in Europa**. Inoltre, per essere ammissibili, le invenzioni devono dimostrare un **alto grado di inventiva**, un **beneficio riconoscibile per la società o l'ambiente** e un **successo economico provato o potenziale in Europa**.

Essere selezionati allo *European Inventor Award* significa ricevere un prestigioso riconoscimento per l'eccellenza nell'innovazione, beneficiando allo stesso tempo di un'importante vetrina internazionale. Questo rappresenta un'opportunità strategica per dare maggiore valore agli asset di proprietà intellettuale della vostra azienda e per rafforzarne la presenza sul mercato globale, aprendo la strada a nuove occasioni di crescita, collaborazione e *networking* a livello mondiale.

Se avete in mente un'invenzione o un inventore che ritenete meritevole di questo prestigioso riconoscimento e che soddisfa i criteri sopra citati, vi invitiamo a considerare questa opportunità. Per maggiori dettagli o per valutare la vostra posizione rispetto ai criteri di ammissibilità, non esitate a contattarci.



Con questa newsletter ci proponiamo di mantenere aggiornati i nostri clienti sugli sviluppi nel settore della Proprietà Industriale in generale e della nostra struttura in particolare. Desideriamo garantire in questo modo una visione più ampia degli strumenti che il campo dei marchi, nomi a dominio, brevetti, disegni e diritti connessi offre agli imprenditori, per valorizzare e difendere il loro impegno nella ricerca e sviluppo di nuove soluzioni e idee.



Members of FICPI and AIPPI

INTERPATENT Studio Tecnico Brevettuale S.R.L. - Sede Legale Via Caboto, 35 - 10129 TORINO - Capitale Sociale € 50000
Registro Imprese di Torino 08327040013 - Codice Fiscale e Partita IVA (V.A.T.) 08327040013 - REA 963838

email@interpatent.com - www.interpatent.com