

Governo Made in Italy: in dirittura d'arrivo la legge

» Arrivano il liceo del made in Italy e i conti agevolati per permettere ai giovani di finanziarsi gli studi, ma anche il fondo sovrano per sostenere le filiere strategiche, il bollino per valorizzare i ristoranti tricolore sparsi per il mondo e sanzioni più severe per chi acquista e vende prodotti falsi. Il disegno di

legge sul made in Italy che è sul tavolo del governo prende forma e spazia dall'istruzione alle imprese, dalla tutela dei prodotti alla lotta alla contraffazione. I dettagli sulle misure in cantiere arrivano da una prima bozza provvisoria, con 47 articoli suddivisi in 5 titoli. Ma tutto è ancora in divenire. Il provve-

dimento «affronta il tema dell'eccellenza italiana» e conterrà «iniziative a 360 gradi per dare nuovo carburante al made in Italy, che è il traino della ripresa del paese», sintetizza il ministro Adolfo Urso, che tiene le fila del provvedimento e punta a presentarlo «la prossima settimana» in consiglio dei ministri.

Collegio Europeo Marchi e brevetti, problemi e opportunità: due giorni di incontri Proprietà intellettuale, le imprese investano sulla prevenzione

» Per proteggere il frutto del lavoro e della ricerca interna delle aziende la parola d'ordine è prevenzione. Non di rado le imprese non conoscono appieno le opportunità connesse a tutela di brevetti, marchi e diritto d'autore. Oppure sottovalutano i problemi. È per coltivare questa consapevolezza che la Fondazione Collegio Europeo, con Upi e Ice, ha organizzato due giorni di incontri su «Proprietà intellettuale e anticontraffazione». Ieri il seminario in Università, oggi la tavola rotonda.

In apertura Cesare Azzali, presidente della Fondazione Collegio Europeo e direttore dell'Unione parmense degli industriali, sottolinea che la tutela della proprietà industriale regola due aspetti: «L'immagine e il rapporto dell'azienda nella relazione con i propri mercati; l'innovazione e i brevetti. Le aziende hanno l'esigenza di conoscere almeno i fondamenti della proprietà industriale, anche se nel concreto ci sono professionisti. Il costo della mancata conoscenza di questi aspetti è molto pesante. Come in medicina, funziona la prevenzione». Concorde Silverio Ianniello, coordina-

Programma

Oggi all'istituto delle Orsoline tavola rotonda «La Proprietà Intellettuale come vantaggio competitivo per le pmi» (h 10-13) con Simona Rubeis (Ice Agenzia), Silvia Magelli, Gianluca Paglia, Alberto Pecorari (Consorzio Parmigiano reggiano), col. Fernando Capezzuto (GdF), Ombretta Sarassi (Opem Spa). Modera il prof. Silverio Ianniello.



tore del corso. «Se non ci preoccupiamo di licenze, brevetti, marchi - aggiunge - bisogna poi correre ai ripari di fronte alle imitazioni, per tutelare i propri interessi». Con questo corso di formazione «l'obiettivo è sensibilizzare al meglio gli imprenditori ed evitare errori».

Silvia Magelli, avvocatessa e docente di Diritto commerciale e societario, traccia un excursus giuridico, con richiami al Codice della proprietà intellettuale (Cpi) e alle norme sul diritto d'autore. «I diritti di proprietà intellettuale sono uno strumento di concorrenza alternativi al prezzo, un modo di proteggere i risultati della propria

Relatori

Da sinistra Lucia Vittorangi, Silvia Magelli, Cesare Azzali e Silverio Ianniello.

attività». Il brevetto deve essere pubblicato (nel tempo il dibattito sul segreto è stato lungo); in cambio, a chi lo deposita è concesso il «monopolio» fino a vent'anni all'inventore. È stabilito che il brevetto debba essere consultabile in banca dati. Magari partendo da lì, qualcun altro potrà arrivare ad applicazioni differenti. In Europa non esiste la possibilità di un brevetto unico, principalmente per ostacoli linguistici. Al contrario esistono titoli comunitari per i modelli di tipo estetico e i marchi, oltre alla nota protezione delle Indicazioni geografiche. Stefano Gotra, ingegnere, ha poi illustrato una «case history».

Un'azienda parmigiana, partendo da un apparecchio per aerosol esistente, lo ha modificato e semplificato, dando vita a un altro apparecchio, meno costoso, più facile da realizzare e da utilizzare.

Su brevetti e affini, i dettagli pratici e i consigli per le aziende arrivano da Lucia Vittorangi, ingegnere e consulente in proprietà industriale. «La proprietà intellettuale è un bene immateriale, che dà valore all'azienda». Tra l'altro al rischio di imitazione e alla difesa fanno da contraltare aspetti positivi, come la possibilità di guadagnare dando in concessione un brevetto o collaborando con altri soggetti. «In caso di innovazione tecnica - aggiunge - il messaggio fondamentale è: non divulgatela prima di fare la domanda di brevetto. Sul marchio, bisogna tutelare i propri segni distintivi in Italia ma anche all'estero, se si ha intenzione di lavorare con altri Paesi. L'italian sounding piace e i rischi ci sono. Nell'Unione europea il marchio è unico: con la medesima domanda si tutelano i prodotti in 27 Paesi, nella parte estetica».

Andrea Violi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Upi Le opportunità per le imprese: a tu per tu con il consolato di Milano e altri esperti

Gli Stati Uniti? Sono a portata di business

Le normative più «leggere» favoriscono i progetti di espansione oltreoceano

» Quali sono le opportunità offerte dal mercato americano e come possono le aziende operarvi in maniera più consapevole? Se ne è parlato ieri a Palazzo Soragna all'incontro «Stati Uniti: opportunità di espansione commerciale per le aziende italiane, fiscalità di impresa e contesto legale».

Aperto da Cesare Azzali, direttore dell'Unione parmense degli industriali, il dibattito è continuato con gli interventi di Andrea Rosa (Ufficio commerciale del Consolato Usa di Milano) e Filiberto Calascibetta, partner di Rödl Langford de Kock LLP, dottore commercialista e Console onorario d'Italia per lo Stato della Georgia, che ha offerto una panoramica fiscale degli aspetti di rilievo per la crescita delle aziende italiane negli Stati Uniti. Daniele Ferretti, Of Counsel North America in Rödl and Partner Italia, ha invece illustrato il contesto legale.

Come sottolineato da Cesare Azzali in apertura del dibattito, «per le aziende gli Stati Uniti sono da sempre

Consigli

Gli esperti consigliano di approfondire la conoscenza dei vari aspetti del proprio progetto di attività negli Stati Uniti. Bene quindi fare una «check list» preparatoria, individuare le risorse necessarie e poi elaborare una check list esecutiva.



uno dei grandi mercati eletti in cui cercare di portare i prodotti e i servizi. Entrare e restare sul mercato Usa non è semplice ma è sicuramente uno tra quelli che dà maggiore soddisfazione in termini di tenuta e di rendimento».

Dunque, come procedere? «Il consiglio è quello di valutare e pianificare il progetto statunitense, creare una check list preparatoria, individuare le risorse e implementare il progetto, elaborare una check list esecutiva», suggerisce Daniele Ferretti.

L'esperto puntualizza come per pianificare il proget-

to statunitense sia necessario approfondire la conoscenza di diversi aspetti: le differenti caratteristiche nella modalità di conduzione degli affari, i rimedi efficaci a tutela degli investimenti effettuati, l'ordinamento giuridico sostanzialmente diverso da quello italiano. Non frena la corsa delle imprese un'eccessiva burocrazia che richiede il rispetto di norme, formalità e consuetudini limitate ma importanti con pene severe in caso di comportamenti scorretti o non trasparenti. Non è previsto l'obbligo di depositare il bilancio, che è

Esperti

Da sinistra Natalia Baldassi, Filiberto Calascibetta, Daniele Ferretti e Cesare Azzali.

un documento privato usato per la fiscalità.

Su quest'ultima interviene Filiberto Calascibetta. «Il sistema fiscale americano - spiega - è organizzato su tre livelli: imposte federali (redditi e dazi doganali), imposte statali (Income tax, Franchise Tax, Sales and Use Tax, imposte locali (property tax). L'aliquota effettiva totale in atto varia in un range tra il 23% ed il 26%. Puntualizza poi l'esperto: «Ogni Stato applica i propri criteri di ripartizione dell'utile totale sullo/sugli Stati dove svolge attività commerciale. Si tratta di un sistema articolato e complesso perché appunto composto da numerose giurisdizioni fiscali. Tematiche che risultano di rilievo nel sistema italiano ed europeo potrebbero non esserlo negli Stati Uniti e questo è valido in senso opposto».

Per questo «occorre adottare un set of mind statunitense per il supporto del percorso di espansione delle operazioni in Usa».

Sara Colonna

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cisita Parma Fondirigenti, nuovo avviso per piani formativi



» Cisita Parma, ente di formazione di Upi e Gia, informa che Fondirigenti, il fondo interprofessionale per la formazione dei dirigenti ha pubblicato nei giorni scorsi il nuovo Avviso 1/2023, con il quale intende supportare le imprese attraverso piani formativi finalizzati allo sviluppo di competenze nell'ambito di tematiche quali innovazione, sostenibilità e resilienza. Possono partecipare i dirigenti occupati di tutte le aziende aderenti al fondo (a eccezione delle grandi imprese che abbiano già ricevuto un contributo negli avvisi 1/2022 e 2/2022), mentre altre figure decisionali sono ammissibili come uditori. Al fine di promuovere la partecipazione delle piccole imprese, sarà inoltre attribuito un punteggio aggiuntivo di 2 punti ai piani presentati in forma singola dalle Piccole Imprese stesse (come da definizione comunitaria) ed è consentito il finanziamento di solo un piano alla stessa azienda (il finanziamento massimo non potrà superare 12.500 euro). Si ricorda che la candidatura del piano formativo potrà essere effettuata sino alle 12.00 del 21/06/2023; in tal senso e considerando i tempi di analisi dei fabbisogni e di progettazione, si invitano le aziende a segnalare eventuali interessi a Cisita Parma entro il 31 maggio rivolgendosi al proprio account di riferimento o scrivendo a Marco Notari (notari@cisita.parma.it, 0521/226500).

Registro Cciaa Opportunità per le imprese storiche

» C'è ancora qualche giorno per le iscrizioni, volontarie e gratuite, al Registro nazionale delle imprese storiche italiane. L'archivio promosso da Unioncamere con il sistema camerale (l'ultima apertura delle candidature al Registro delle imprese storiche risale al 2019) raccoglie le imprese con almeno 100 anni di storia e tuttora in attività (mai interrotta) nel medesimo settore merceologico. Per informazioni Unioncamere Roma (06-4704214) e Cciaa di Parma (0521-210246 o -280; promozione@pr.camcom.it).