

Per brevetti, marchi e innovazione i soldi ci sono

Pubblicato: Giovedì 21 Giugno 2012



Per molti imprenditori, **soprattutto se piccoli e creativi**, in tempi di crisi e di credit crunch **brevettare, innovare e difendere il proprio marchio** diventa un costo difficilmente sostenibile. La **Camera di Commercio di Varese** a questo tema ha dedicato una giornata alle **Ville Ponti** dove sono stati presentati i **principali strumenti di finanziamento** per questo tipo di attività.

A soccorrere i più creativi c'è il **Fondo nazionale per l'innovazione (Fni)** messo a disposizione dal **ministero dello Sviluppo economico**. Si tratta di **due linee di finanziamento**, una dedicata al capitale di debito e l'altra dedicata al capitale di rischio, per un totale di **75 milioni di euro** che con la leva finanziaria diventano **379 milioni**.

Con la prima linea il ministero, attraverso l'intero portafoglio degli "aiuti" alle pmi, riduce il rischio delle banche che saranno così ben disposte a concedere finanziamenti agevolati alle imprese. Con la seconda misura, dedicata esclusivamente ai brevetti, il ministero partecipa con **20 milioni di euro**, insieme a risorse private, a un fondo mobiliare chiuso (**IFIgest**), gestito da **InnoGest Sgr**, che acquisisce le partecipazioni in pmi innovative. Entro la fine dell'anno è prevista la chiusura delle partecipazioni al fondo.

I finanziamenti potranno essere concessi fino a un **importo massimo di 3 milioni di euro**, con durata 10 anni senza che l'impresa debba fornire alla banca alcuna garanzia personale o reale. ?A decidere a chi dare i soldi, sulla base di **griglie** preconstituite che aiutano a valutare più velocemente le idee imprenditoriali, saranno le banche che hanno progettato e cofinanziato queste misure. Si tratta del **Mediocredito Italiano**, **Intesa SanPaolo** e **Unicredit**, per quanto riguarda la prima linea di finanziamento, a cui si aggiunge la **Deutsche Bank** per la seconda.

«Le griglie – spiega Emiliano **Puddu**, della **Liuc di Castellanza** – sono basate su un punteggio e divise in 5 moduli indipendenti tra loro per valutare in maniera puntuale i vari aspetti dell'idea imprenditoriale che deve essere fondamentale per la produzione». L'azienda deve perciò viaggiare su due piani paralleli: da una parte puntare alla produzione, dall'altra mirare allo sviluppo della propria idea. «Quando queste due cose avvengono in maniera concreta ed efficace – conclude Puddu – allora si ottiene il finanziamento del Fondo innovazione».

Non è importante, dunque, l'idea in sé stessa, quanto quello che ne puo' scaturire dalla sua implementazione e i brevetti molto spesso racchiudono più idee, non tutte però traducibili in produzione industriale. **Invitalia**, Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa, con **"Brevetti+"** mette a disposizione delle pmi una dotazione finanziaria di **30,5 milioni di euro** per finanziamenti a fondo perduto per coprire costi sostenuti per la brevettagione fino a 70 mila euro. «Cerchiamo di incrementare e finanziare le domande di brevetto nazionale e internazionale – spiega **Gianluca Fiorillo** – facendo uscire i brevetti nascosti nei cassetti con un supportando le imprese, ad esempio, con il finanziamento degli studi specialistici necessari a valorizzare i brevetti in loro possesso. Le idee ci sono e a noi italiani non manca lo spirito di iniziativa. Ciò che manca è piuttosto l'organizzazione di un sistema attorno all'idea».

Secondo gli esperti, i più creativi sono gli imprenditori del nord Italia, in particolare quelli di **Veneto** ed **Emilia Romagna**. Mentre il **sud** ha delle nicchie interessanti nei distretti di Messina, Napoli e Bari. Brevettare però puo' non bastare per reggere la competitività e allora occorre avere anche una strategia

difesa, come la tutela dei **marchi**, altro aspetto sul quale il ministero ha predisposto nel **maggio** scorso un bando per il deposito a livello comunitario e internazionale. «E' stato messo a disposizione un fondo di **4,5 milioni di euro** – precisa **Maria Teresa Saguatti** dello **Studio Torta** – per finanziare sia il deposito del marchio che le spese propedeutiche come la creazione, la verifica che non ce ne siano di simili e anche l'attività di concessione in licenza. Il marchio comunitario ha valore nei 27 paesi dell'Unione Europea, puo' essere fatto con un deposito unico e il costo, che dipende dalle tasse dei singoli stati, varia a seconda del numero dei paesi in cui si chiede la registrazione ».

I costi di deposito del marchio vengono finanziati fino all'80% delle tasse se non ricomprende la **Russia** e la **Cina**, altrimenti il finanziamento arriva fino al 90% .

di **Michele Mancino**