

La mission delle università nella valorizzazione della ricerca

Riccardo Pietrabissa
Ufficio di Trasferimento Tecnologico
Centro per la Valorizzazione della Ricerca
Politecnico di Milano



CRUI
Conferenza dei Rettori
delle Università Italiane

Prima relazione sullo stato delle Università italiane

Piero Tosi

**Presidente della Conferenza dei Rettori
delle Università Italiane**

Roma, 25 settembre 2003

PERCHÈ L'UNIVERSITÀ

1. formare le future classi dirigenti
2. garantire e promuovere il lavoro intellettuale per la produzione e la trasmissione del sapere
3. guidare lo sviluppo socio-economico

UNA STAGIONE DI PROFONDI CAMBIAMENTI

1. i cambiamenti: lo sviluppo della società, l'Università di massa, la globalizzazione e la competizione
2. l'Università come comunità aperta

L'UNIVERSITÀ, SEDE ELETTIVA DELLA RICERCA

1. integrazione di formazione e ricerca
2. ricerca multidisciplinare
3. ricerca e sviluppo come motore per la ripresa culturale e economica del Paese
4. trasferimento tecnologico come superamento di un test di efficacia

...

Qual'è oggi il ruolo dell'Università italiana nei processi di innovazione?

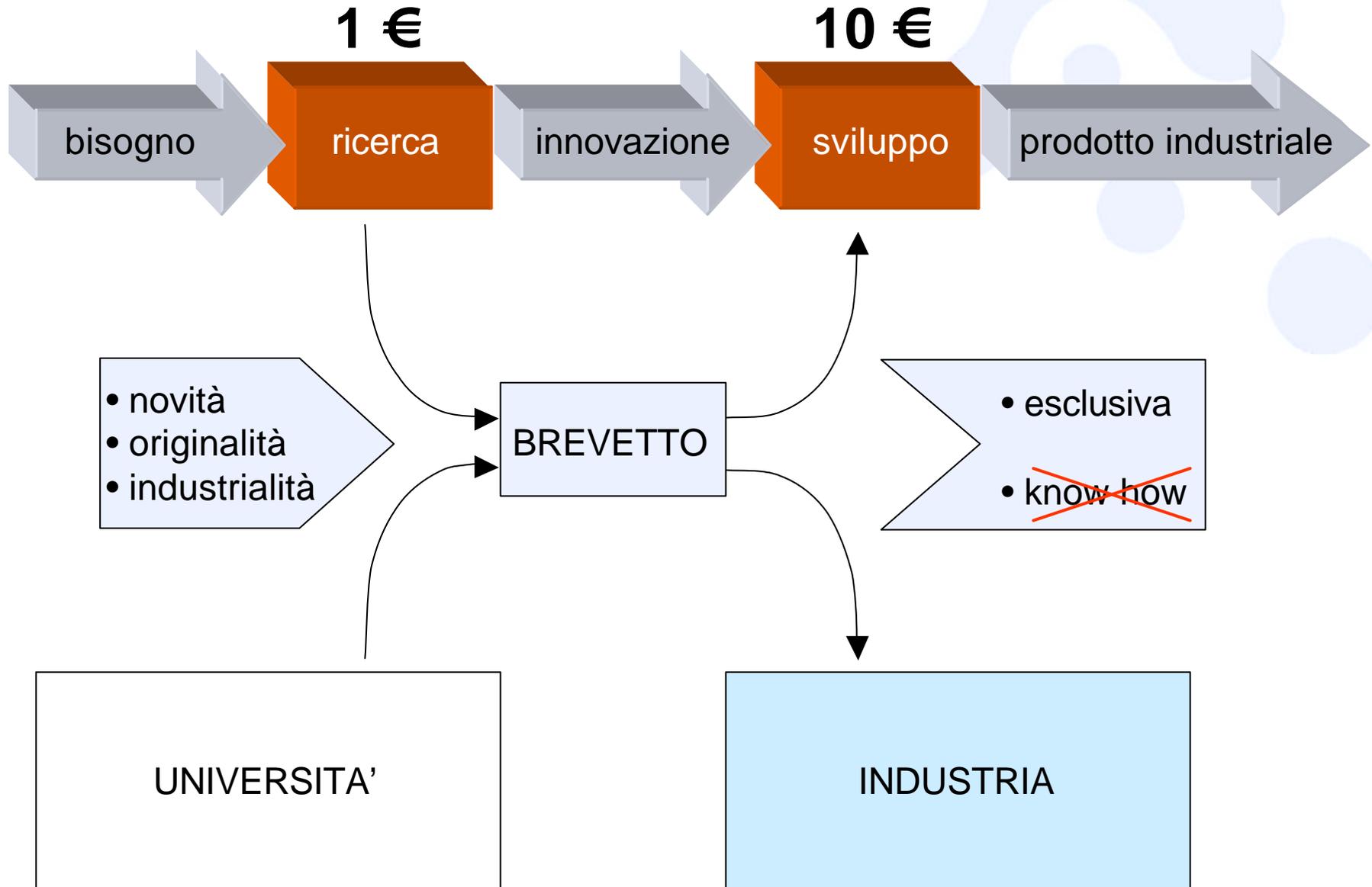


gli attori

i centri di ricerca (Università)
i finanziatori (Banche, Governo, Enti locali, privati,...)
le industrie

gli strumenti

la proprietà intellettuale (il brevetto)
le norme giuridiche
le leggi fiscali
l'accesso ai mercati



capacità di sviluppo
laboratori
finanziamenti
relazione univ. / ind.

Università
Ricerca



uscita
dell'università

Industria
Mercato

ingresso
dell'industria

settore
dimensione aziendale
capitali disponibili
relazione univ. / ind.

' 30



1973



1991

Europäisches Patentamt
European Patent Office
Office européen des brevets



Publication number: **0 522 762 A2**

EUROPEAN PATENT APPLICATION

Application number: **92305976.0**

Int. Cl.⁸: **H04M 1/72, H04M 1/02,
H04B 1/034**

Date of filing: **29.06.92**

Priority: **09.07.91 FI 913321**

Date of publication of application:
13.01.93 Bulletin 93/02

Designated Contracting States:
DE FR GB

Applicant: **NOKIA MOBILE PHONES LTD.**
P.O. Box 86
SF-24101 Salo (FI)

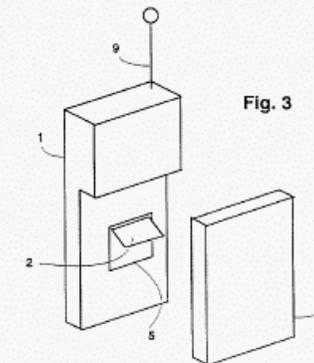
Inventor: **Myrskog, Markku**
Virkkakatu 3 E 329
SF-90570 Oulu (FI)

Inventor: **Vanhanen, Petteri**
Pitkätie 15 B 8
SF-90940 Jaali (FI)
Inventor: **Seppanen, Arto**
Kepikkotie 2 C 15
SF-90460 Oulansalo (FI)
Inventor: **Pitkänen, Risto**
Turulentie 210
SF-25260 Vaikko (FI)
Inventor: **Urenen, Lasse**
Vainukatu 6 F
SF-24280 Salo (FI)

Representative: **Frain, Timothy John**
Patent Department Nokia Mobile Phones
Ashwood House Pembroke Broadway
Camberley, Surrey GU15 3SP (GB)

Mobile phone.

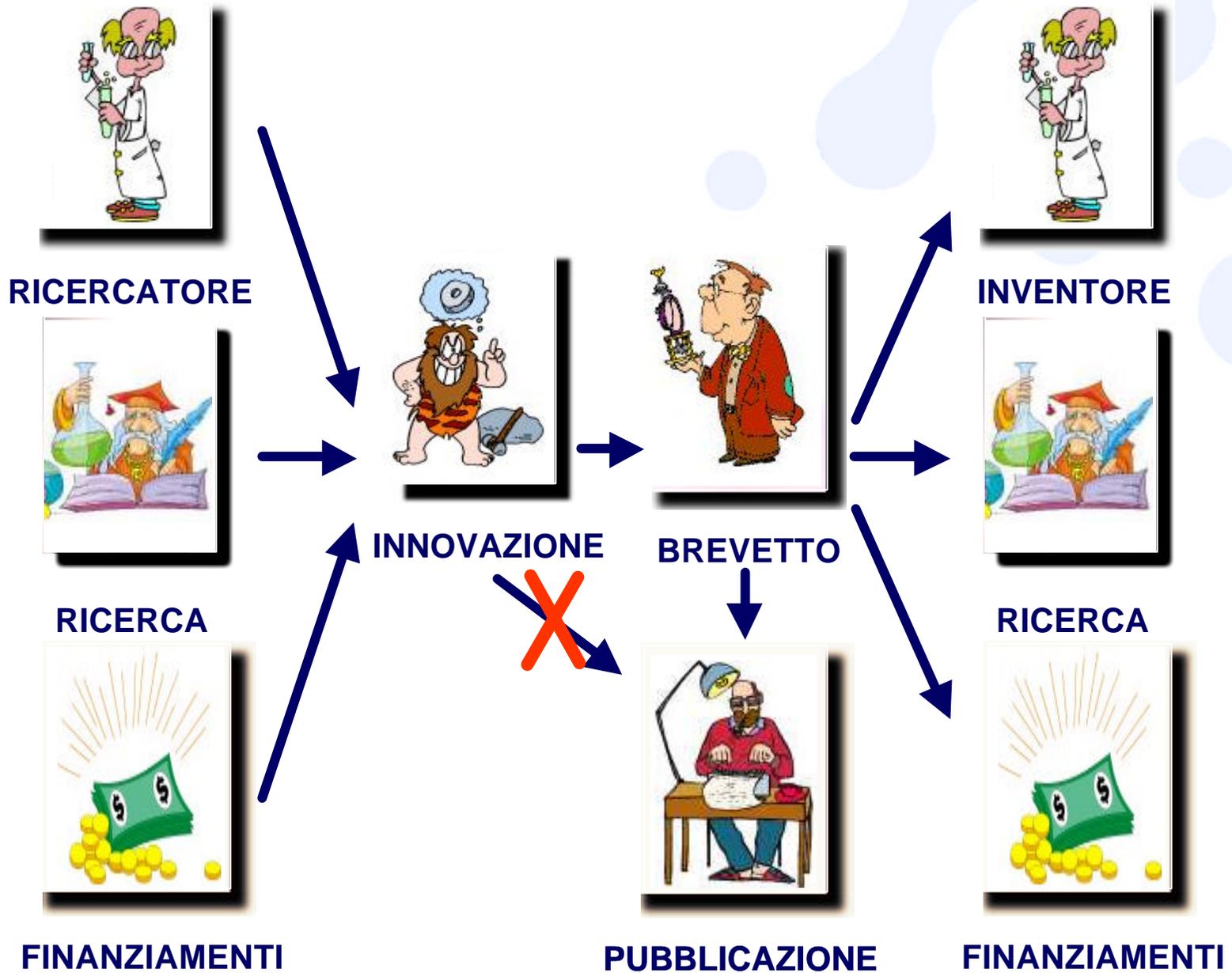
A smart card or a plug-in SIM unit (2) is placed in a compartment (5) which is located in the housing (1) of a mobile phone and closed by the battery unit (3).



EF 0 522 762 A2

'90





1
➔

**brevettare è un dovere,
non un diritto**

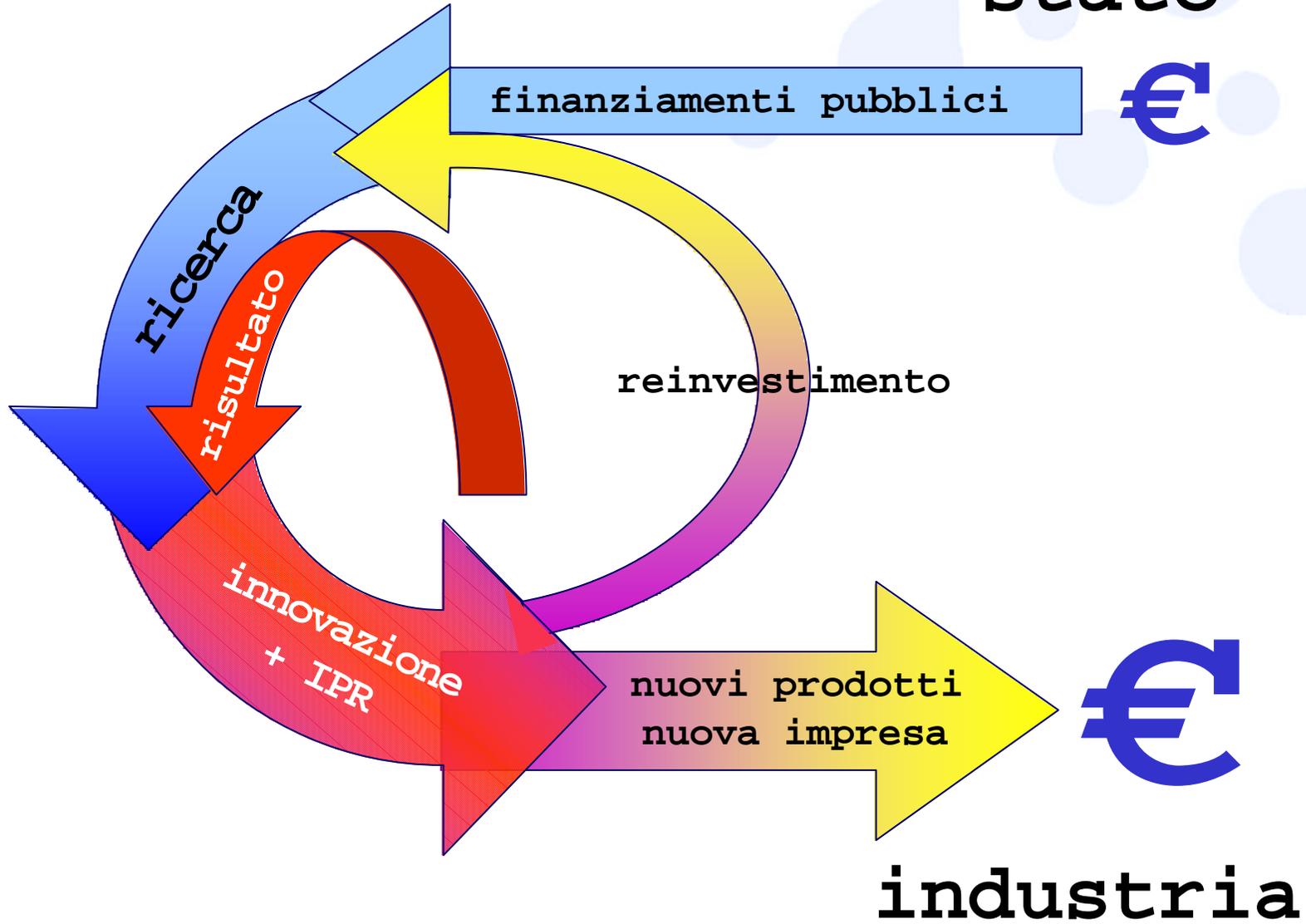
2
➔

**il brevetto è un mezzo,
non un fine**

perchè
brevettare

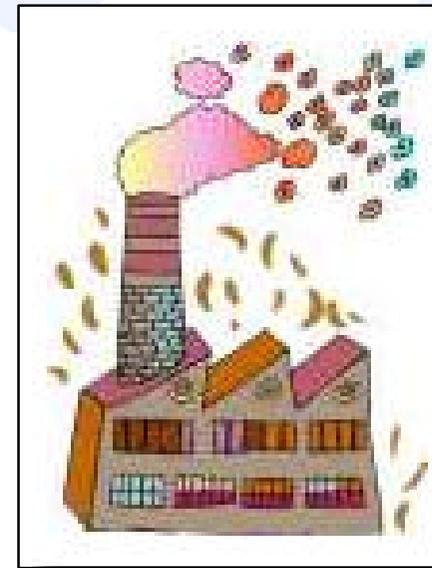
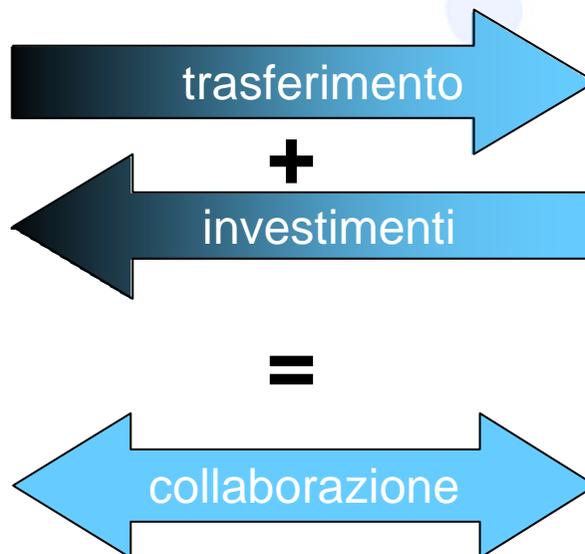
1. licenza a terzi
(trasferimento tecnologico)
2. licenza a spin off
(generazione di nuova impresa)
3. sfruttamento diretto
(commesse di ricerca/servizi)
4. immagine

enti di ricerca

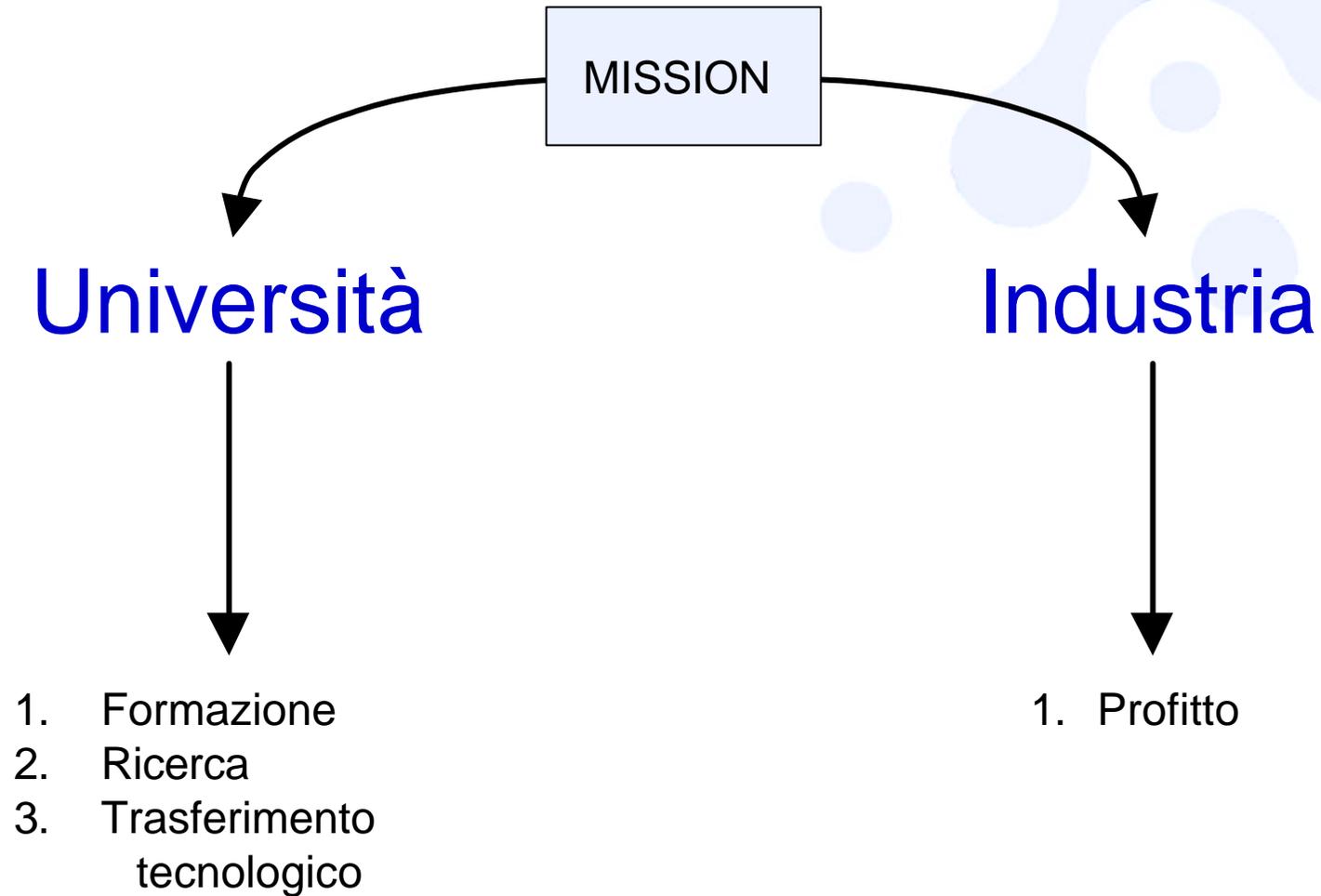


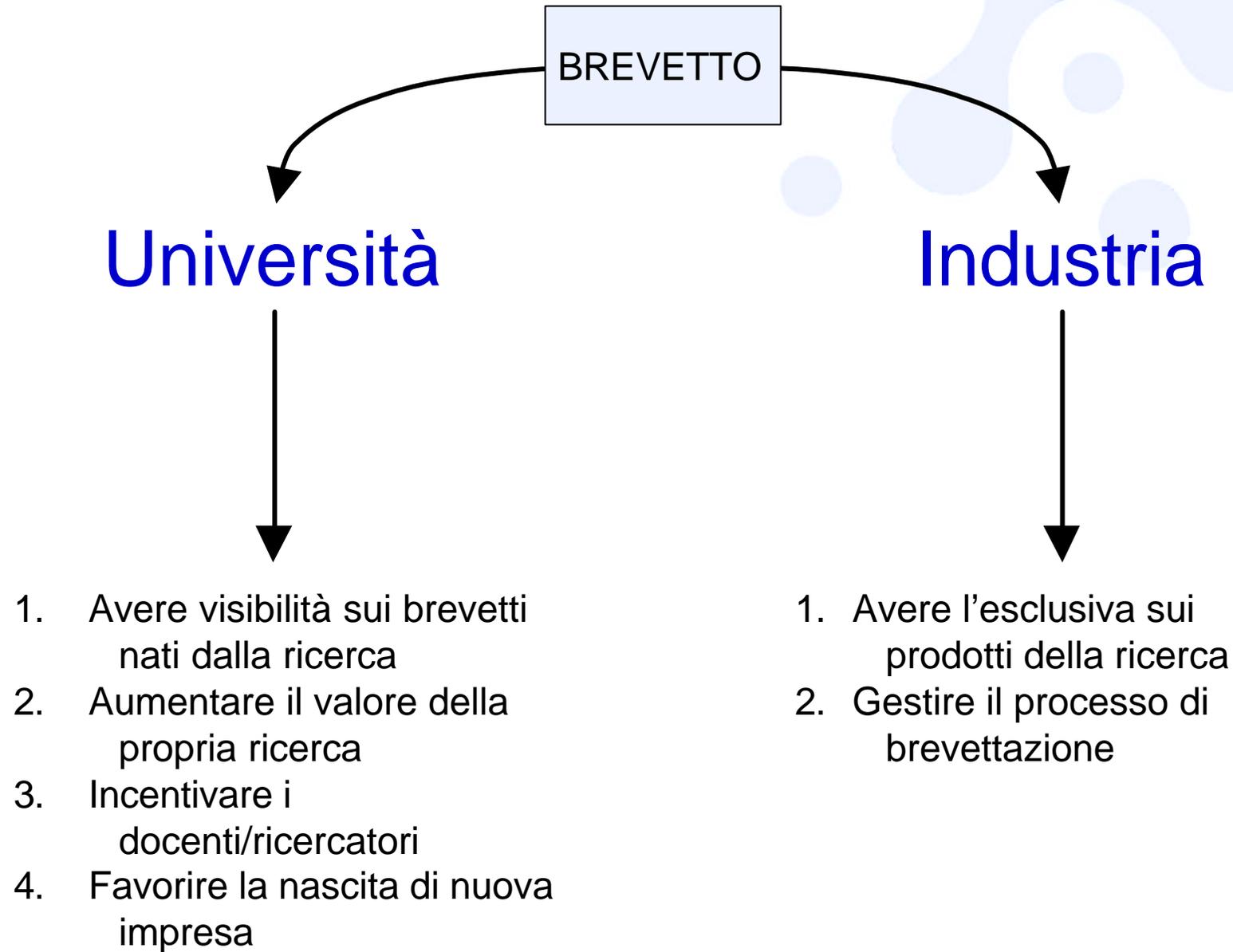


UNIVERSITA'



INDUSTRIA





Le teorie economiche classiche sono basate sull'assunzione assiomatica che la produzione di beni di consumo è sorgente di crescita e benessere. E' stato proposto un riferimento alternativo basato sulla valutazione dell'intangibile.

L'intangibile deve essere inteso come il valore associato al marchio, al capitale umano, alla proprietà intellettuale, alla conoscenza, all'innovazione tecnologica, ecc.

Si tratta in generale di ciò che va oltre il valore della materia prima e dalla sua trasformazione.

prodotto	€	kg	€/kg	ht	int
libro	10	0.2	50	no	m

prodotto	€	kg	€/kg	ht	int
viagra	8	.0003	26600	si	vh
<i>abito di alta moda</i>	<i>10000</i>	<i>2</i>	<i>5000</i>	<i>no</i>	<i>vh</i>
cellulare	250	0.2	1250	si	vh
notebook	3000	4	750	si	h
<i>sedia di design (legno)</i>	<i>3000</i>	<i>5</i>	<i>600</i>	<i>no</i>	<i>h</i>
<i>abito di serie</i>	<i>500</i>	<i>2</i>	<i>250</i>	<i>no</i>	<i>m</i>
automobile - BMW 760i	115000	2000	58	si	m
desktop	2000	12	16	si	l
<i>automobile - Fiat Punto</i>	<i>11000</i>	<i>1000</i>	<i>11</i>	<i>no</i>	<i>l</i>
<i>sedia (legno)</i>	<i>50</i>	<i>5</i>	<i>10</i>	<i>no</i>	<i>vl</i>

Due concetti fondamentali per lo sfruttamento del brevetto

valorizzazione: dare valore al brevetto sviluppando il trovato

valutazione commerciale: analizzare il mercato in termini di brevetti concorrenti e di prodotti concorrenti

la dimostrabilità:

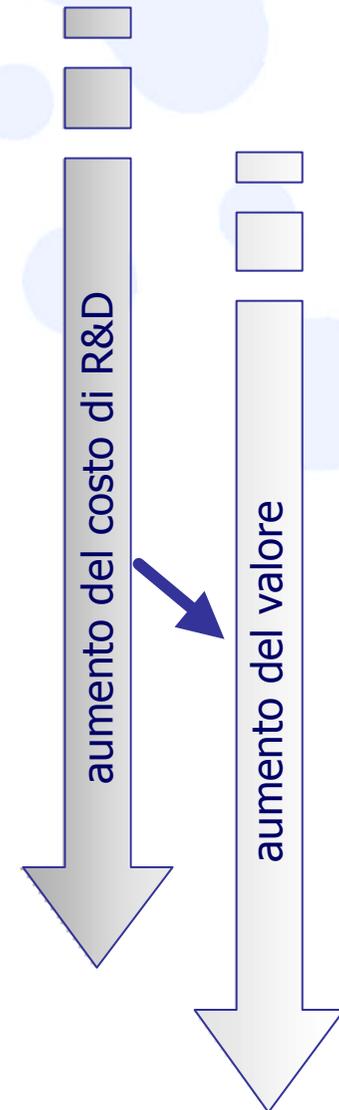
- 0. nessuna**
- 1. evidenza**
- 2. modelli e simulazioni**
- 3. prototipi e prove sperimentali**

il know-how associato:

- 0. nessuno**
- 1. prototipi tecnologici**
- 2. stadio di ingegnerizzazione**

il time-to-market:

- 0. non definibile**
- 1. lungo**
- 2. breve**



il mercato di riferimento:

**prodotti concorrenti
produttori e distribuzione delle quote di mercato
aspettativa di innovazione
politica dei prezzi**

l'obsolescenza:

**delle tecnologie sul mercato
della tecnologia innovativa
del tipo di prodotto**

i brevetti:

**la ricerca di novità
la proteggibilità
altri brevetti derivati**

Due modalità di sfruttamento del brevetto

diretta: produzione di beni o servizi

indiretta: cessione del diritto a terzi

Possibilità di sfruttamento da parte dell'Università

cessione

licenza di sfruttamento

licenza per lo sviluppo

licenza a spin off

sfruttamento diretto per ricerche/servizi

