
2 Dicembre 2024
Aleardo Furlani

Il valore della Proprietà Intellettuale nel contesto internazionale
Sessione di approfondimento



Patents



Brand Loyalty & Reputation



Licences and Permits



Highly specialist machinery



Economies of scale



Marketing costs

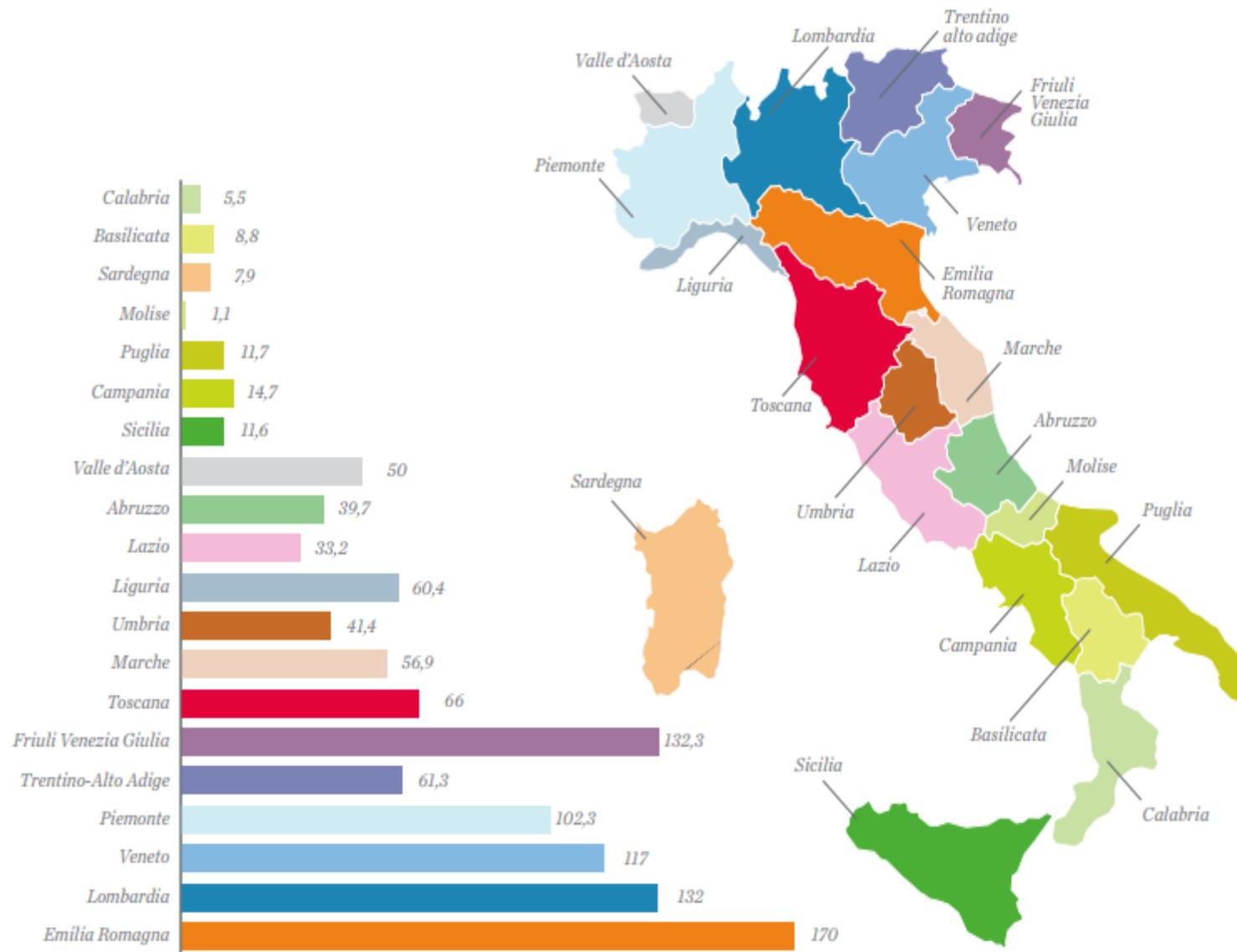
L'appropriabilità

Per **appropriabilità** si intende la capacità dell'impresa di acquisire e trattenere per sé le rendite generate dai propri processi innovativi

Il **grado di appropriabilità** è determinato dalla facilità e dalla rapidità con cui i concorrenti riescono ad imitarla.



Tipologia	Descrizione	Durata	
Brevetto	Prodotti o processi con carattere inventivo	20 anni	<i>Deposito</i>
Modello di utilità	Innovazioni incrementali (comodità d'uso)	10 anni	<i>Deposito</i>
Design	The appearance of the products	5y -max 25y	<i>Deposito</i>
Marchio	Brands per prodotti e servizi	10y forever	<i>Registrazione</i>
Segreti industriali	Informazioni confidenziali	Per sempre	<i>NO</i>
Copyright	Lavoro di tipo letterario o artistico, ma anche SW(sequenza istruzioni)	Vita autore + 70anni	<i>Registrazione</i>



• Figure 1: Regional distribution of patents filed at the EPO

Private Property VS Intellectual Property

Private Property

- Material goods
- Perpetual

Intellectual Property

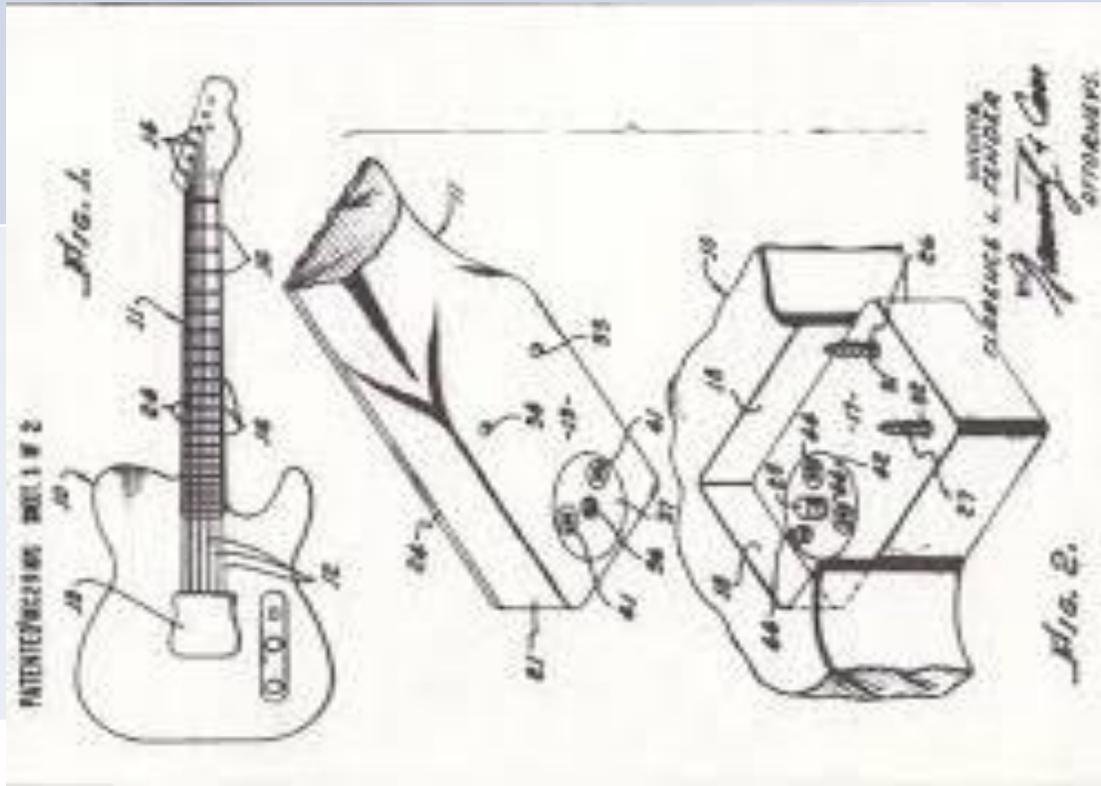
- Immaterial
- Limited in time (No permanent monopoly)

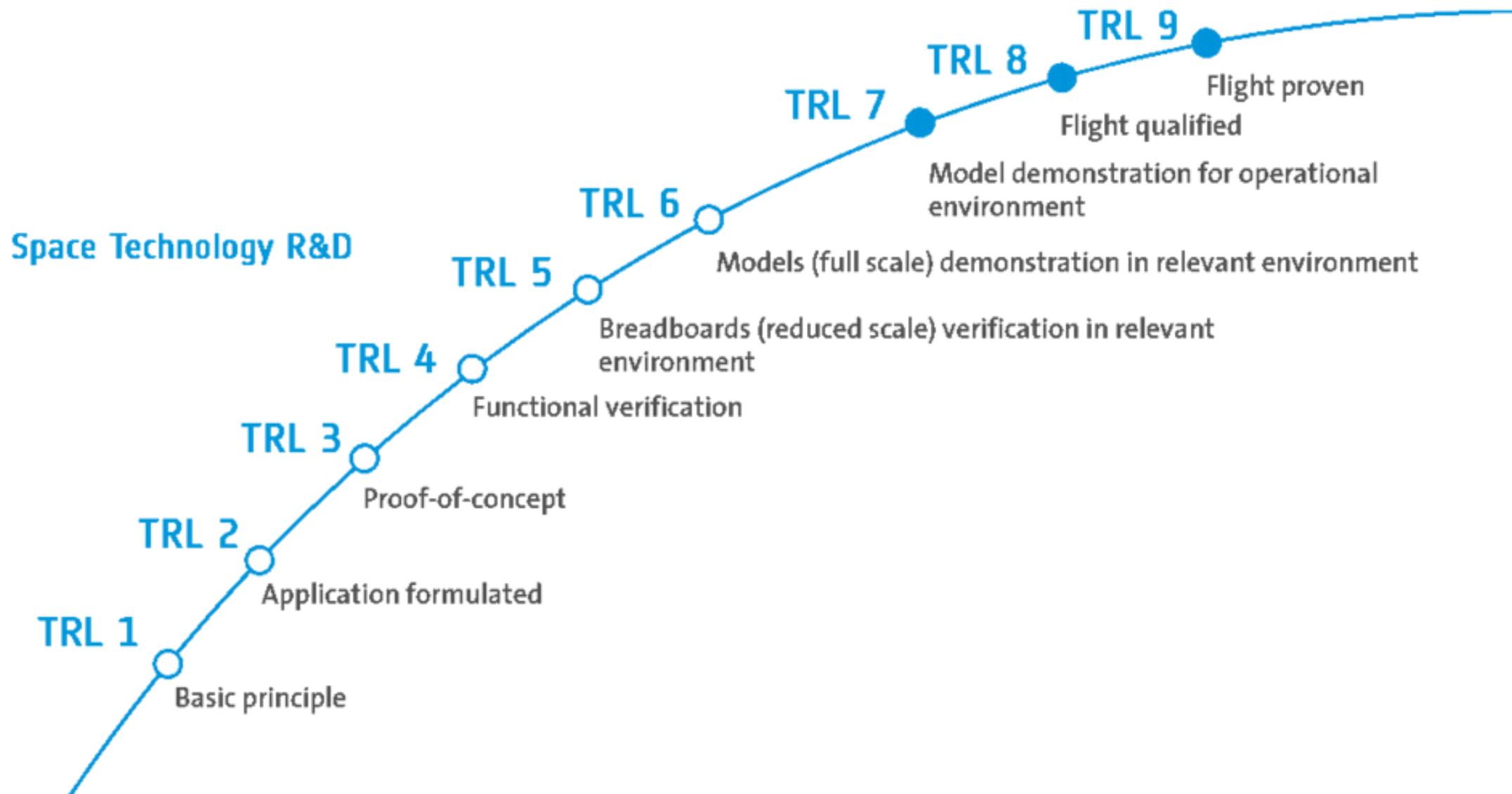
RIGHTS

MORAL : being the author/inventor is a **personal and inalienable right**

ECONOMIC RIGHTS: disposal and transferable rights

SOCIAL VALUE OF THE PATENTS





CASE –STUDY: EVERMASK/1

Reusable photo catalytic Nano-structured device (Filed patent: March 2020)

Ordinary Masks

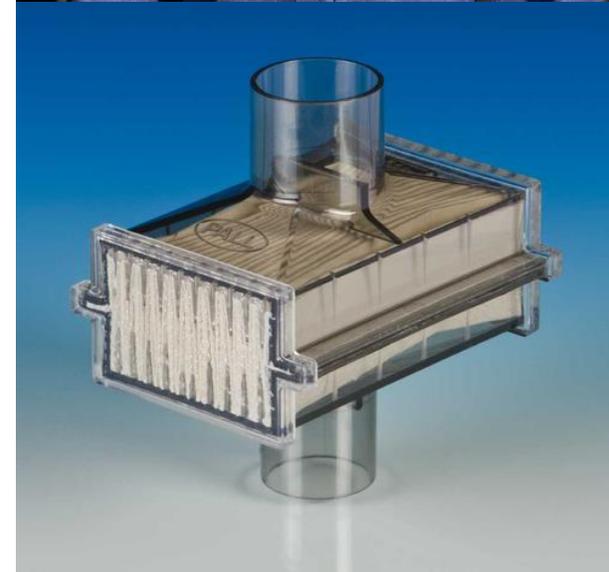


- Ordinary masks only can work 6-8hours

Reusable Mask with Filter Replacement



- Single piece filter element can be used for 2-4days
- 10pcs filter package for 15-40days



INNOVATION: 1990 VS TODAY

(CHEAPER, BETTER, SIMPLER)



*A business has only two functions : **MARKETING** and **INNOVATION/2***

One product – many IP rights

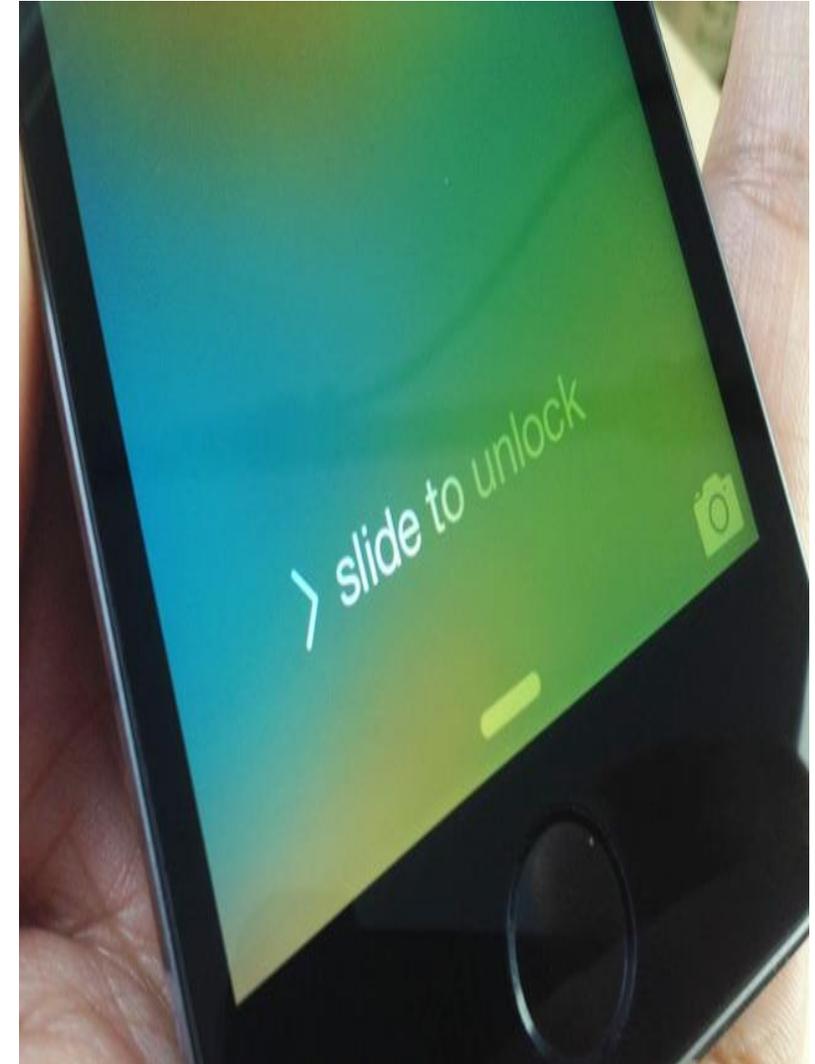
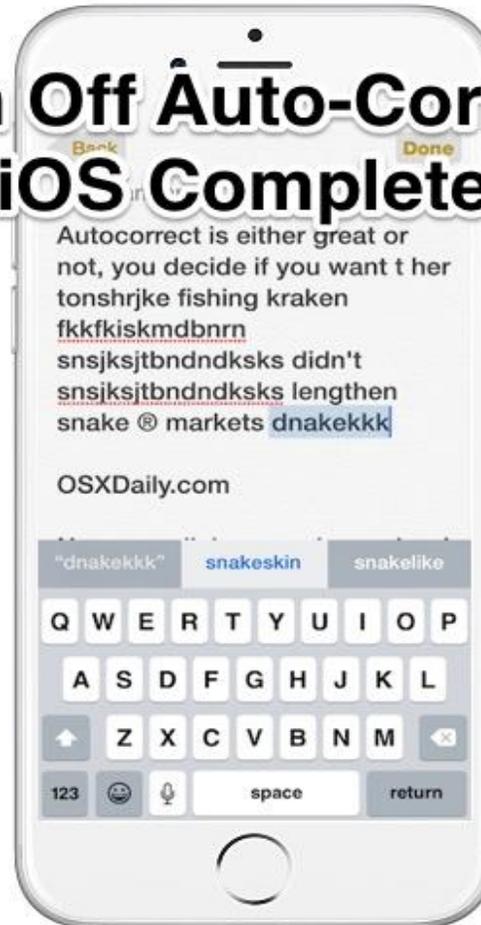


- **Reg. Designs** for phone shape
- **Reg. Trade Mark** - "NOKIA" & start-up tone
- **Copyright** - software, ringtones & images
- **Patents** - for technology to produce and operate. Some pooled or cross-licensed, others kept exclusive
- **Trade secrets** - some technical know-how kept "in-house" and not published

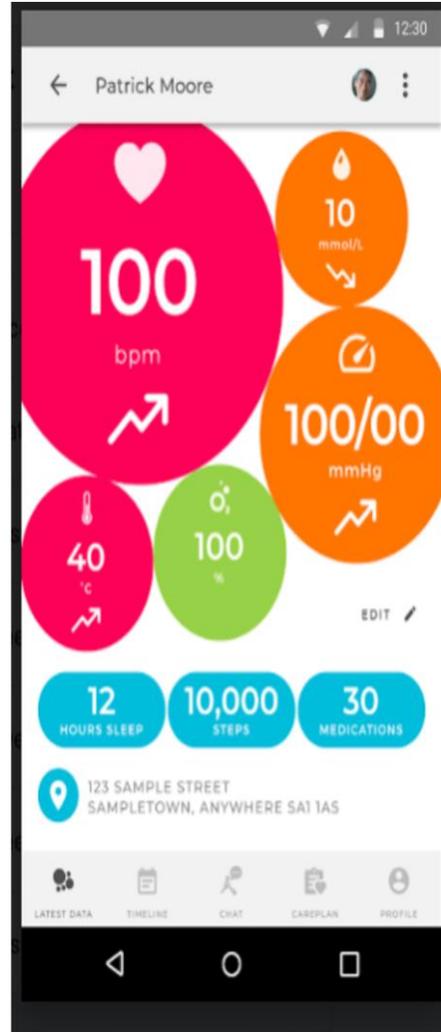
*A business has only two functions : **MARKETING** and **INNOVATION/4***



Turn Off **Auto-Correct** in iOS **Completely**



Patient Health: Prediction





- Novo has been a **specialist diabetes drug** manufacturer for over 100 years and has enjoyed reasonable success in this niche,
- Since FDA approval of Ozempic for diabetes in 2017 is now the **second most valuable** in Europe after luxury conglomerate LVMH
- The drug does not only regulate blood glucose levels but also lead to **weight loss**, which further helps reduce symptoms of type-2 diabetes. Even for those without diabetes, Ozempic is often prescribed **off-label as a weight-loss drug**.
- New York Times : *impact on the Danish economy is so large that the country has been able to **keep interest rates lower than EU States** and that pharmaceutical companies accounted for almost all of the growth in the country last year.*

DEEP TECH

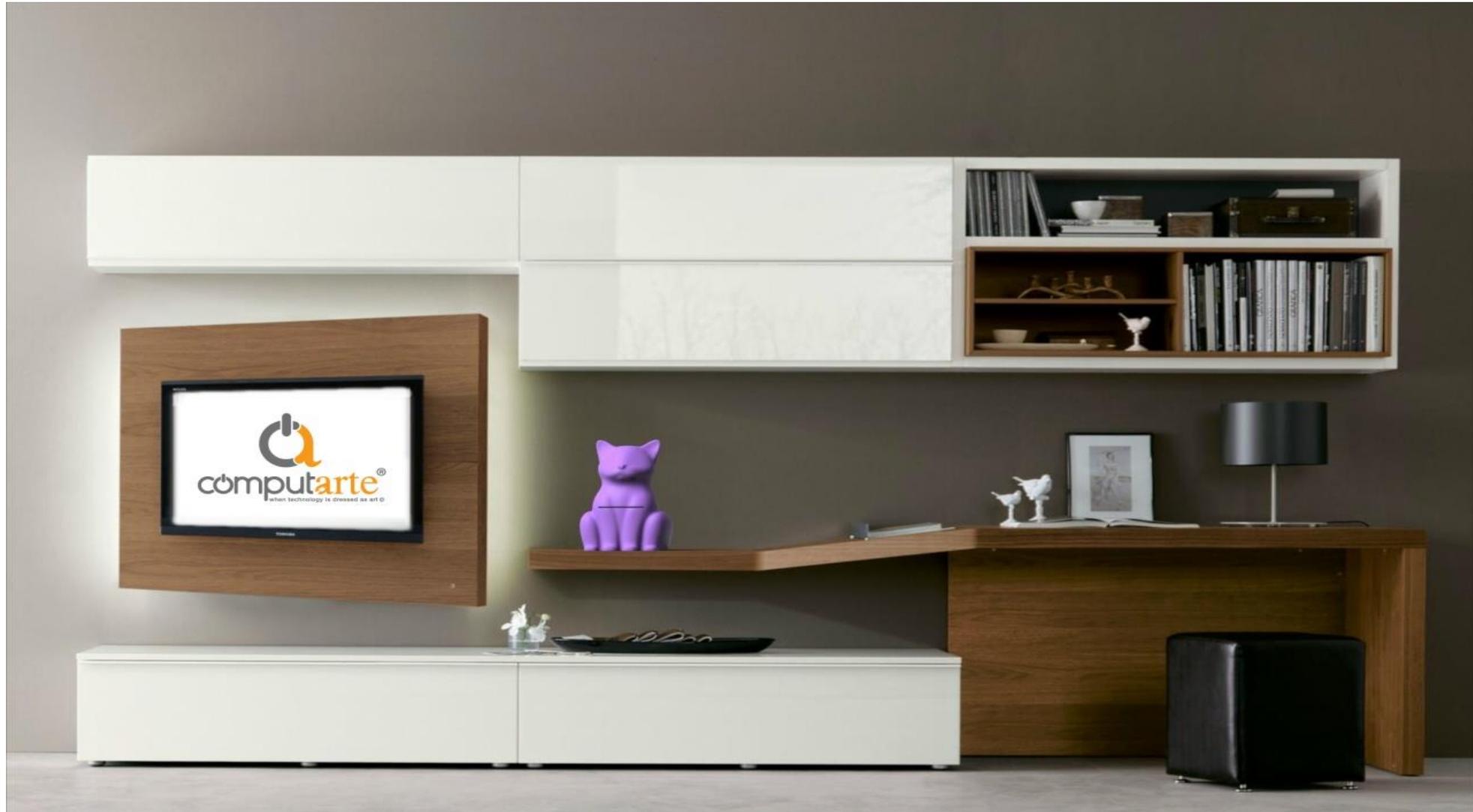
- Il deep tech usa tecnologie «hard» basate sulla matematica, la fisica, l'ingegneria e la medicina.
- Le deep tech lavorano principalmente nei campi dell'intelligenza artificiale, della robotica, delle biotecnologie, della blockchain, del quantum computing, dei nuovi materiali.

DEEP TECH /2

- forti sinergie con l'industria con le Università
- ma anche una interazione con il Governo nazionale
- significativi capitali di investimento
- un'intensa attività di **ricerca e di sviluppo**
- una attenta gestione della **proprietà intellettuale e della segretezza**



In-built and Invisible furniture



CONTRAFFAZIONE



Acque Minerali/1



Acque Minerali/2



Tipologia	Descrizione	Durata	
Brevetto	Prodotti o processi con carattere inventivo	20 anni	<i>Deposito</i>
Modello di utilità	Innovazioni incrementali (comodità d'uso)	10 anni	<i>Deposito</i>
Design	The appearance of the products	5y -max 25y	<i>Deposito</i>
Marchio	Brands per prodotti e servizi	10y forever	<i>Registrazione</i>
Segreti industriali	Informazioni confidenziali	Per sempre	<i>NO</i>
Copyright	Lavoro di tipo letterario o artistico, ma anche SW(sequenza istruzioni)	Vita autore + 70anni	<i>Registrazione</i>



Trade-Marks



1 Rank 2015: **1** 2014: **1** →
 BV 2015: **\$128,303m** +23%
 BV 2014: **\$104,680m**
 Brand Rating: **AAA**



2 Rank 2015: **2** 2014: **2** →
 BV 2015: **\$81,716m** +4%
 BV 2014: **\$78,752m**
 Brand Rating: **AAA-**



3 Rank 2015: **3** 2014: **3** →
 BV 2015: **\$76,683m** +12%
 BV 2014: **\$68,620m**
 Brand Rating: **AAA**



4 Rank 2015: **4** 2014: **4** →
 BV 2015: **\$67,060m** +7%
 BV 2014: **\$62,783m**
 Brand Rating: **AAA**



5 Rank 2015: **5** 2014: **5** →
 BV 2015: **\$59,843m** +12%
 BV 2014: **\$53,466m**
 Brand Rating: **AAA-**



6 Rank 2015: **6** 2014: **7** ↑
 BV 2015: **\$58,820m** +30%
 BV 2014: **\$45,410m**
 Brand Rating: **AA+**



7 Rank 2015: **7** 2014: **8** ↑
 BV 2015: **\$56,124m** +24%
 BV 2014: **\$45,147m**
 Brand Rating: **AAA-**



8 Rank 2015: **8** 2014: **6** ↓
 BV 2015: **\$48,019m** -9%
 BV 2014: **\$52,533m**
 Brand Rating: **AA+**



9 Rank 2015: **9** 2014: **13** ↑
 BV 2015: **\$47,916m** +50%
 BV 2014: **\$31,845m**
 Brand Rating: **AAA-**



10 Rank 2015: **10** 2014: **9** ↓
 BV 2015: **\$46,737m** +4%
 BV 2014: **\$44,779m**
 Brand Rating: **AA+**

Marchio: the world's most powerful brands - 2015

These are the world's 12 most powerful brands, the only ones to be awarded the top AAA+ brand rating based on Brand Finance's Brand Strength Index (BSI)



BSI Score 93.4



pwc

BSI Score 91.8



BSI Score 91.1



Unilever

BSI Score 90.1

McKinsey&Company

BSI Score 90.1



BURBERRY
LONDON

BSI Score 89.7



ROLEX

BSI Score 89.7

L'ORÉAL
PARIS

BSI Score 89.7



BSI Score 89.6



BSI Score 89.6



BSI Score 89.6



BSI Score 89.5

Brand: Types: Denominative and Figurative: evolution

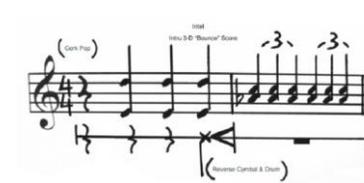
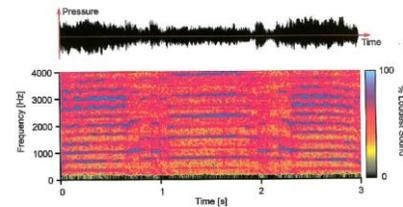
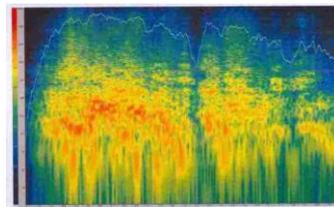


Brand: Types: Color and Sound

❖ Color: It is used only to register a true color intended to distinguish goods or services.



❖ Sound: it is reproduced graphically using, for example, musical notation



https://youtu.be/jQY_QL_wvQU

https://www.youtube.com/watch?v=_I9hk3m_CFc



FEDEZ
PRESENTA

POP Hoolista



Absolute grounds: Art.7 / f: Public policy and morality Case Fedez Vs MISE

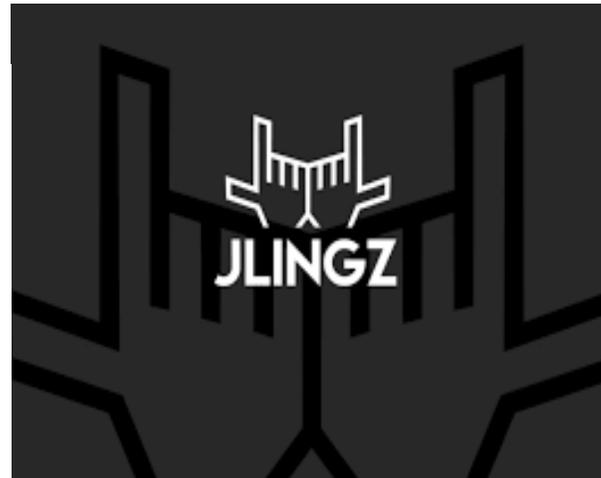
The MISE rejected in the first instance, the application for registration of the POP HOOLISTA trademark depicting the cover of the singer's album. The trademark applied for is contrary to public order and morality in accordance with the provisions of art. 14. Paragraph 1 of the Industrial Property Code:
aggressive depiction of the police force
discredit the institutions
responsibility of the State to recognize as shareable the message
to be communicated by granting the trademark registration.



There remains the protection provided for copyright that the image of the album enjoys from the moment of its creation and which can legitimately be used to prosecute any counterfeiters

Marchio Figurativo : JESSIE LINGARD)

On Thursday, May 17, 2018, a United Kingdom trademark registration was filed for **JLINGZ** by . The **JLINGZ** trademark is filed in the category of Clothing Products .



Absolute grounds: Art.7 / f: Public policy and morality

The concepts of public policy and morality must be interpreted by taking "" into consideration not only the circumstances common to all the Member States of the Union, but also the circumstances specific to certain Member States individually considered which may influence the perception of the relevant public located in the territory of these States "

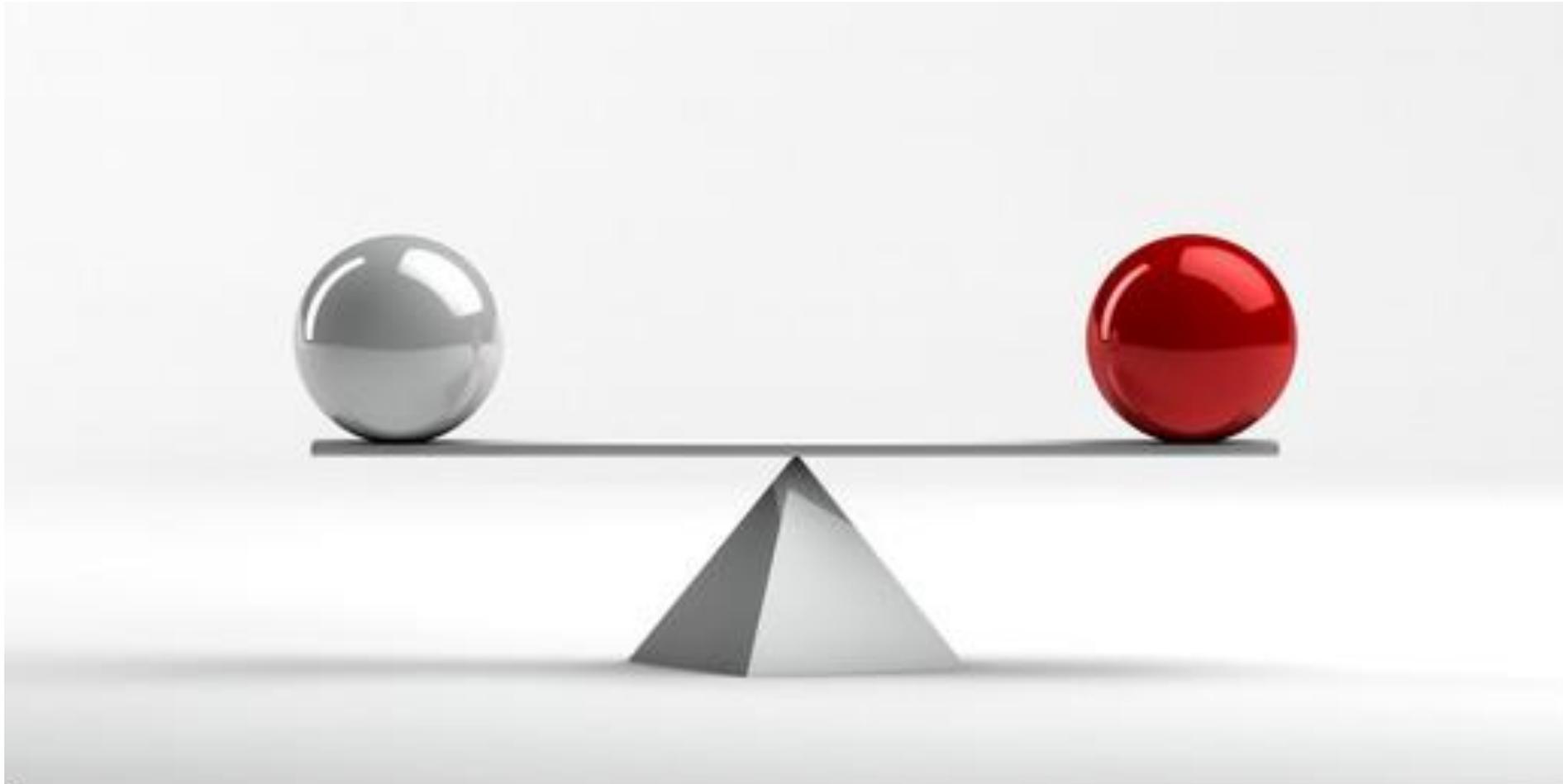
- ✓ Bin Ladin (public order)
- ✓ Fucking freezing! (morality)
- ✓ Curve (morality)
- ✓ Hijoputa (morality)
- ✓ Ataturk (public order)

DE PUTA MADRE
69



Tipologia	Descrizione	Durata	
Brevetto	Prodotti o processi con carattere inventivo	20 anni	<i>Deposito</i>
Modello di utilità	Innovazioni incrementali (comodità d'uso)	10 anni	<i>Deposito</i>
Design	The appearance of the products	5y -max 25y	<i>Deposito</i>
Marchio	Brands per prodotti e servizi	10y forever	<i>Registrazione</i>
Segreti industriali	Informazioni confidenziali	Per sempre	<i>NO</i>
Copyright	Lavoro di tipo letterario o artistico, ma anche SW(sequenza istruzioni)	Vita autore + 70anni	<i>Registrazione</i>

Formalised vs non formalised IP = the secret sauce



Various Kinds of Trade Secret with Confidential Information

This slide is 100% editable. Adapt it to your needs and capture your audience's attention.



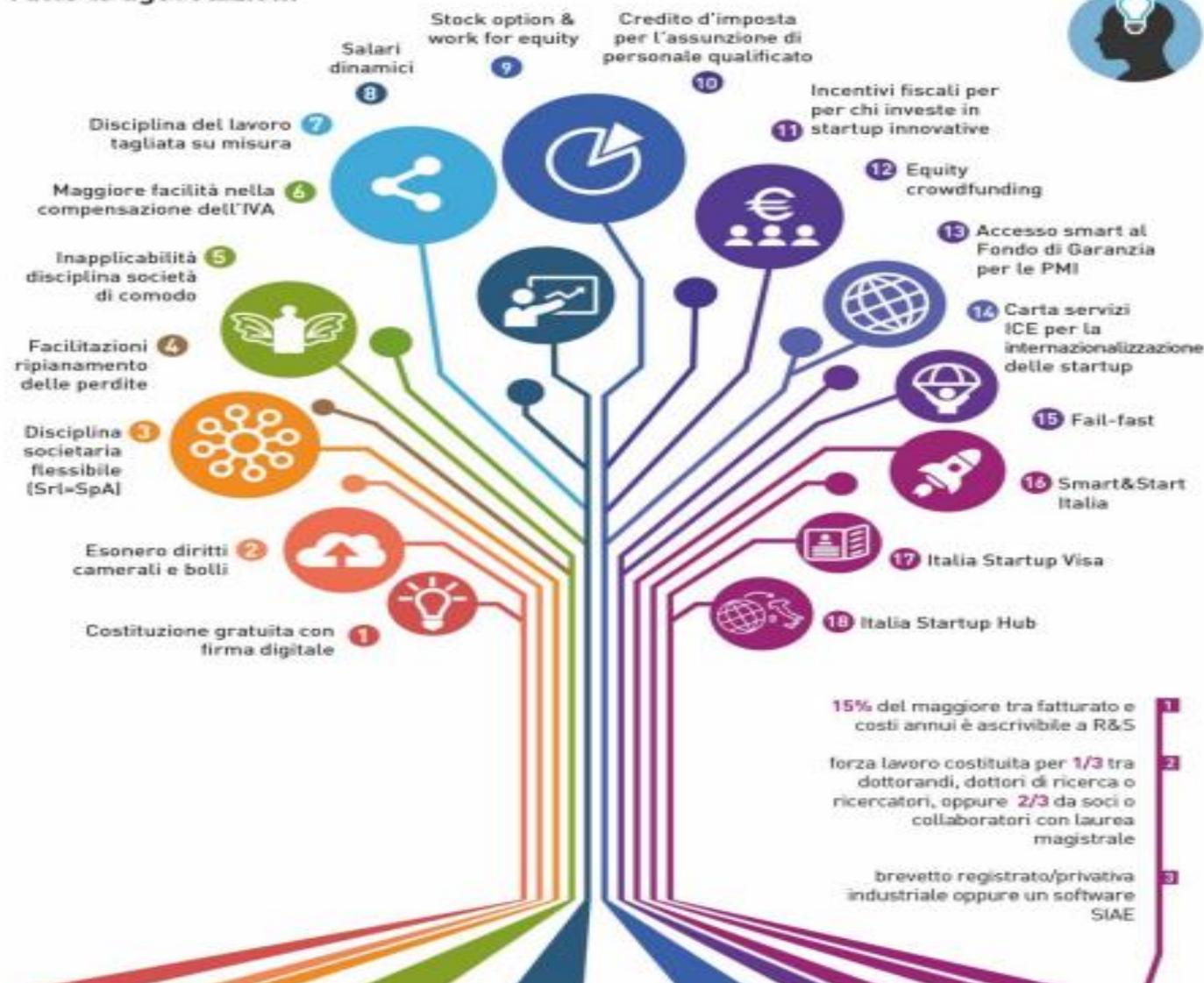
- 01** Formula – Crucial ingredients of product
- 02** Process – Cooking process with unique flavours
- 03** Methods – Calculations or algorithms that improve decisions, operations
- 04** Tools – Propriety design tools that improve quality and productivity
- 05** Patterns – Reusable solutions that lead to multiple designs and processes
- 06** Automation – Systems that automate work to improve quality and efficiency
- 07** Design – Product or service design

Technology Transfer : combining Patents and trade secrets /2



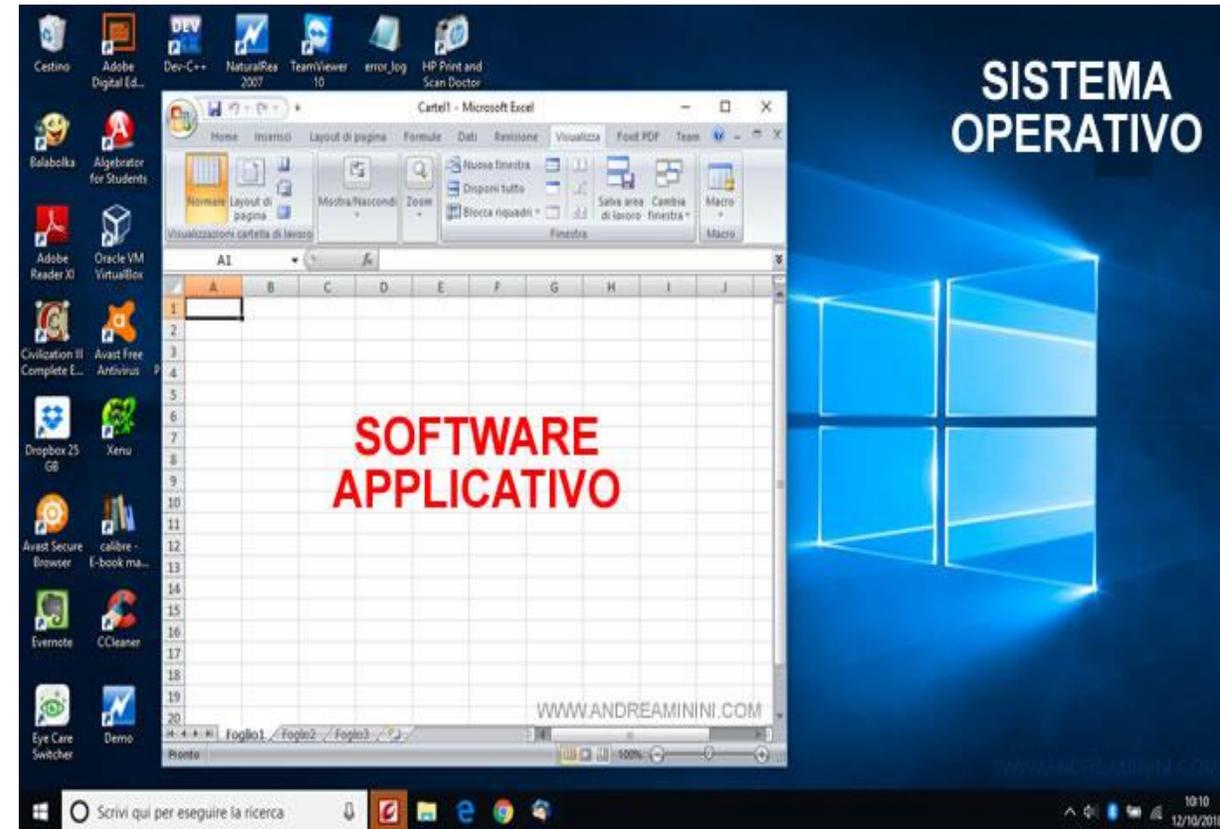
La tutela del SW :un mondo di opportunità

Tutte le agevolazioni



Che cos'è un software?

- Un software è una sequenza di istruzioni scritte in un linguaggio di programmazione e finalizzate ad implementare un algoritmo,
- ovvero a realizzare una determinata funzione , una attività, una elaborazione.
- Le istruzioni scritte nel linguaggio di programmazione sono il codice sorgente del software.
- Il codice sorgente è un testo comprensibile da un programmatore che conosca il linguaggio di programmazione in cui è scritto.



CHE TIPO DI PROTEZIONI SONO APPLICABILI PER IL SW ?

- Brevettare un'applicazione, ovvero un software applicativo, è possibile quando realizza un effetto tecnico.
- L'EPO (European Patent Office) parla di “computer-implemented inventions” è pertanto si riferisce al fatto che un software può essere brevettato
- Tuttavia deve esserci un effetto tecnico aggiuntivo rispetto al fatto di essere eseguito su un computer dando istruzioni ad un hardware.



Brevettare un'app: è necessario un “effetto tecnico ulteriore”

- Il brevetto di un'app riguarda il brevetto di software: un'applicazione che è brevettabile se genera un effetto tecnico o risolve un problema tecnico.
- Non si può invece brevettare un'app che aiuti ordinare un pasto al ristorante, a compilare la lista della spesa, a organizzare e gestire la dieta. Ciò in quanto si tratta di metodi implementati tramite software e non di effetti tecnici



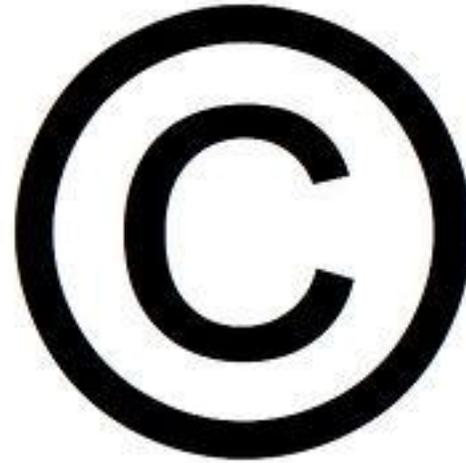




CEAR: piastrelle
siciliane decorate a mano,
decori per rivestimenti di
bagni, cucine, pavimenti

Cosa fare se il software non possiede i requisiti di brevettabilità né un effetto tecnico aggiuntivo o non è ritenuto conveniente brevettarlo?

- In questo caso si può ricorrere alla protezione del diritto di autore che protegge il programma considerandolo come un testo letterario
- Il Copyright tutela il codice sorgente nel linguaggio in cui è scritto ma anche il codice oggetto, vale a dire la “traduzione” del linguaggio del programma in linguaggio macchina o in bit.



copyright

all rights reserved

Cos'è il Pubblico Registro per il Software ?

Il Pubblico Registro per il Software, in funzione presso la SIA è l'ente presso il quale possono essere depositati i programmi per computer inediti ed essere registrati i software pubblicati dotati di carattere di originalità e di creatività identificati come opere dell'ingegno.

Il Registro Pubblico del Software

Chi voglia **acquisire i diritti** relativi all'opera dell'ingegno deve registrare il software nel **Registro per i programmi per elaboratore**.

Il Registro certifica:

- l'esistenza del programma;
- della sua pubblicazione;
- eventuali passaggi di proprietà;
- indica con certezza gli autori del software sino a prova contraria.



<https://www.youtube.com/watch?v=qs0kbcyMOcg>

https://www.youtube.com/watch?v=jQY_QL_wvQU



Will you be there : Michael Jackson
I Cigni di Balaka : Albano

PDO: Protected Designation of Origin, PDO = protected designation of origin.
GP: Protected Geographical Indication, PGI = Protected Geographical Indication.

FEATURES

DOP: entire product must be traditionally and ENTIRELY manufactured (prepared, processed AND produced) within the specific region and thus acquire unique properties.
IGP: entire product must be traditionally and at least PARTIALLY manufactured (prepared, processed OR produced) within the specific region and thus acquire unique properties

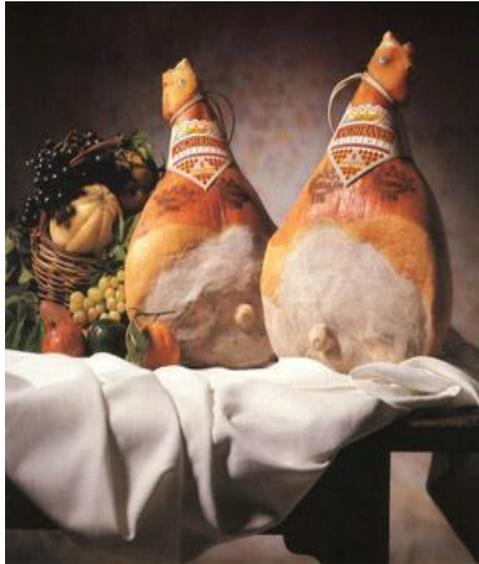
PROCEDURE

-A **group of producers must define the product** according to precise specifications (EU acceptance)
- *Find the group* that holds the registration rights (e.g the *Syndicate des Vins de Bordeaux et Bordeaux Superieur*) and **see if your product meets their requirements**

DURATION

Forever

Esempi DOP



IGP examples: premium price, differentiation, protection consortium



PIADINA ROMAGNOLA IGP



**Piadina
Romagnola**

Indicazione Geografica Protetta

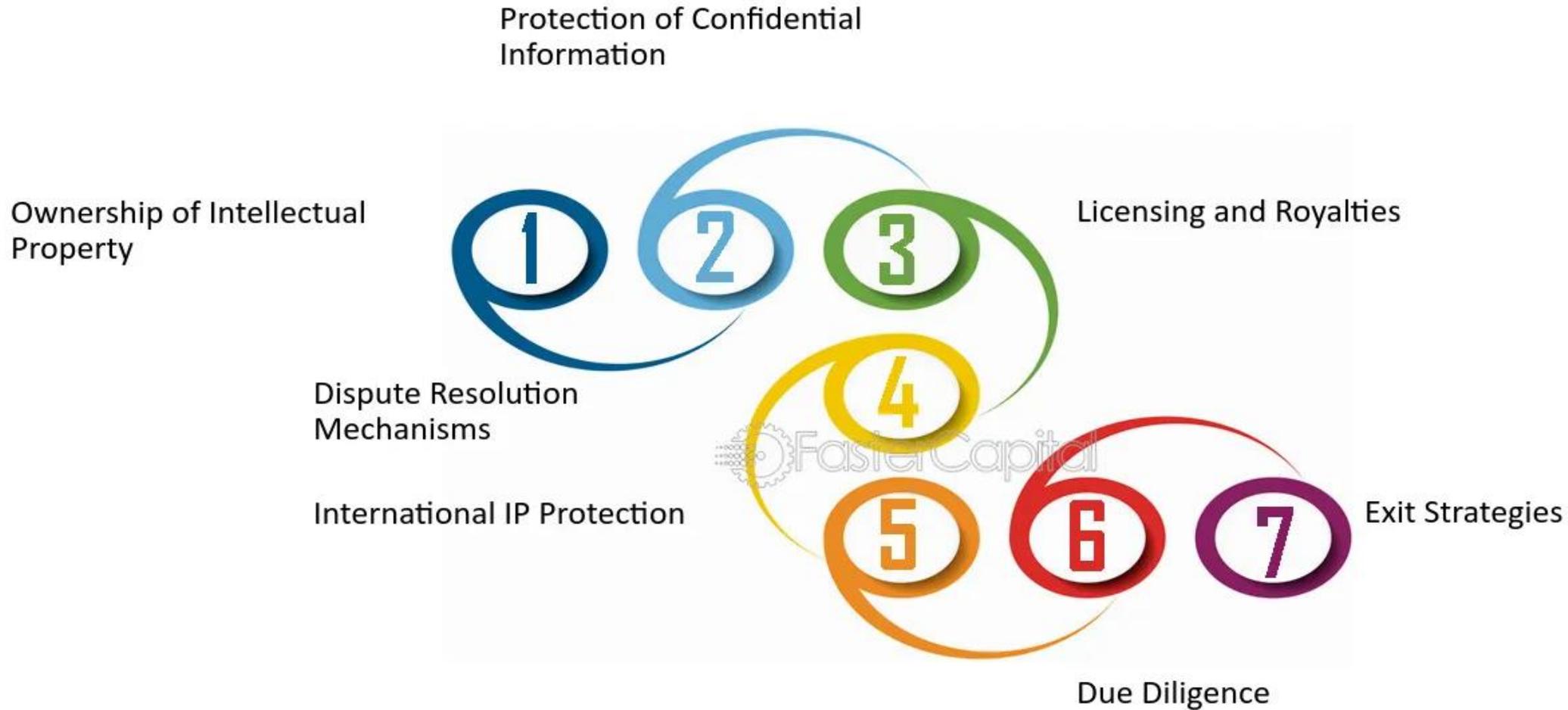
Protezione Transitoria concessa dal M.I.P.A.A.F.
con decreto 27 dicembre 2012

Certificato da Organismo di Controllo Autorizzato
dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali

Key Factors to Consider when Forming a Joint Venture



Common Intellectual Property Issues in Joint Ventures



Il main agreement

- Nel main agreement di una JV è concessa alla jv una licenza del marchio o del brevetto o del disegno / modello di proprietà di uno dei venturer
- Infatti, fornendo in licenza della proprietà intellettuale formalizzata anziché il trasferimento degli stessi in proprietà alla jv la licenza cessa di esistere.
- Se il venturer dovesse trasferire la titolarità del marchio/brevetto, il venturer non avrebbe il diritto di riappropriarsi del marchio/brevetto conferito





Se un venturer è titolare di una proprietà intellettuale non formalizzata (know-how e segreti industriali)

- Va disciplinato lo scambio di informazioni di natura confidenziale di carattere strategico per garantire la segretezza delle informazioni.
- Il conferimento di know-how e segreti industriali alla jv societaria va inserito nel main agreement
- Va stabilito quale know-how o segreti industriali l'impresa italiana dedicherà al progetto
- Vanno firmati i patti di Patto di non concorrenza in cui i dipendenti accettano clausole a salvaguardia della segretezza del know-how.

NDA: tutelare know-how e segreti industriali

- Se gli NDA sono inseriti nel contratto definitivo è incontrovertibile la natura contrattuale degli obblighi contenuti e l'applicabilità della disciplina civilistica: responsabilità contrattuale in caso di inadempimento.
- Specificare cosa rientra nella "informazione riservata" e cosa nei documenti da considerare «confidential».



- Spesso occorre conoscere le informazioni confidenziali al fine di garantire la funzionalità dell'operazione contrattuale.
- Ci sono casi in cui le informazioni confidenziali devono essere divulgate in quanto sussiste un obbligo previsto direttamente dall'ordinamento.





Tutelare la proprietà industriale in una JV

- Registrare la propria IP nel Paese: gli accordi di produzione/licenza/distribuzione/ franchising garantiscano la tutela della IP del conferente verso i terzi (e i dipendenti);
- accertarsi che l'IP non sia usata oltre i termini del contratto (OEM)
- includere termini per la assegnazione della PI al termine dell'accordo. Gli accordi di licenza, per essere validi, devono essere registrati presso l'ufficio per la PI locale;
- Formalizzare le verifiche o audit da attuare per assicurarsi che non vi sia alcun uso non autorizzato
- Assicurarsi che il contratto permetta alle autorità locali di caso violazione dell'IP e considerare l'arbitrato.

Intellectual Property Rights and Technology Transfer in Joint Ventures

Negotiating IPR agreements

Protecting IPRs

Licensing technology



Sharing risks and rewards

L'utilizzo e l'efficacia dei meccanismi di protezione

I meccanismi di protezione dell'innovazione e la loro efficacia variano notevolmente a seconda dei settori

Nell'industria farmaceutica, per esempio, i meccanismi di protezione legale come i brevetti sono molto efficaci; nell'industria elettronica, invece, brevetti e marchi offrono una protezione limitata.

La protezione tramite brevetti delle tecniche e dei processi di produzione è molto difficile

In alcuni contesti competitivi una strategia di libera diffusione della tecnologia può essere più conveniente di una strategia di protezione

Comunque, una volta che un'impresa ha rinunciato al controllo di una tecnologia, riguadagnarla è molto difficile, se non impossibile.

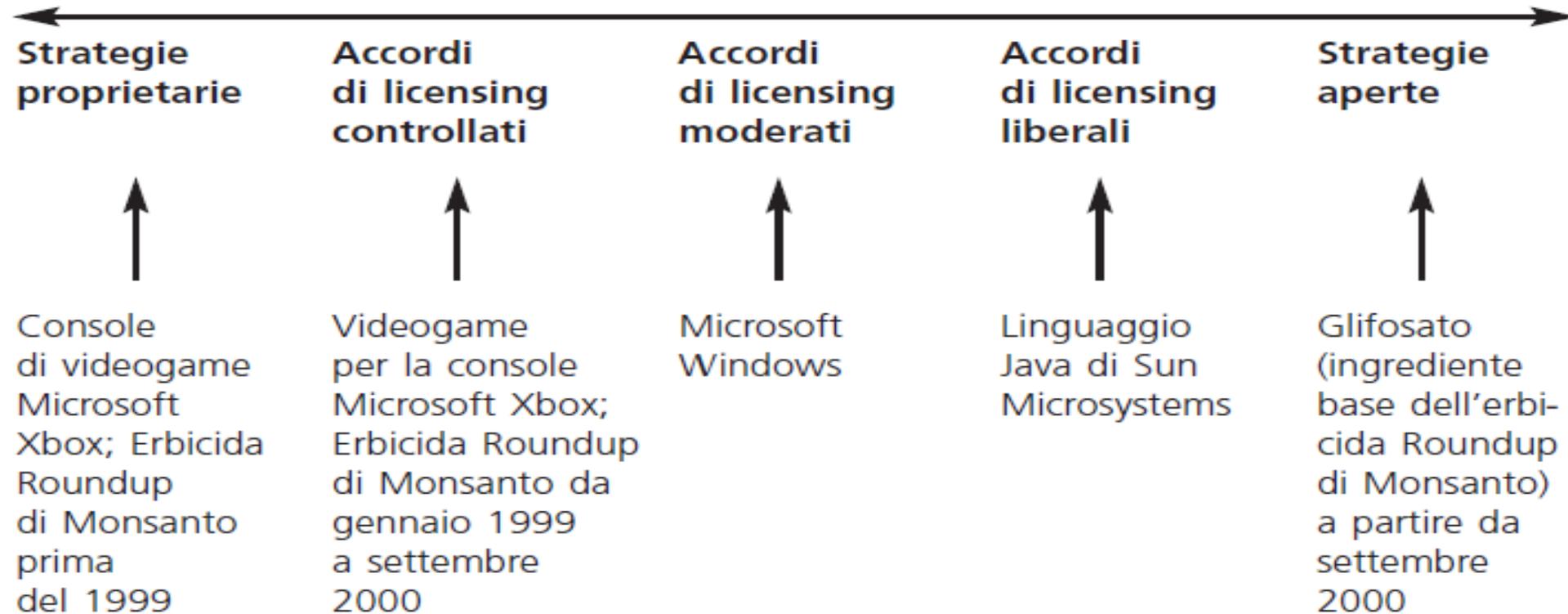
Sistemi proprietari e sistemi aperti

I **sistemi proprietari** (*wholly proprietary system*) sono basati sul possesso esclusivo della tecnologia da parte dell'impresa e su una strategia di protezione

Nei **sistemi aperti** (*wholly open system*), invece, la tecnologia adottata non è protetta legalmente ed è liberamente accessibile ad altri produttori

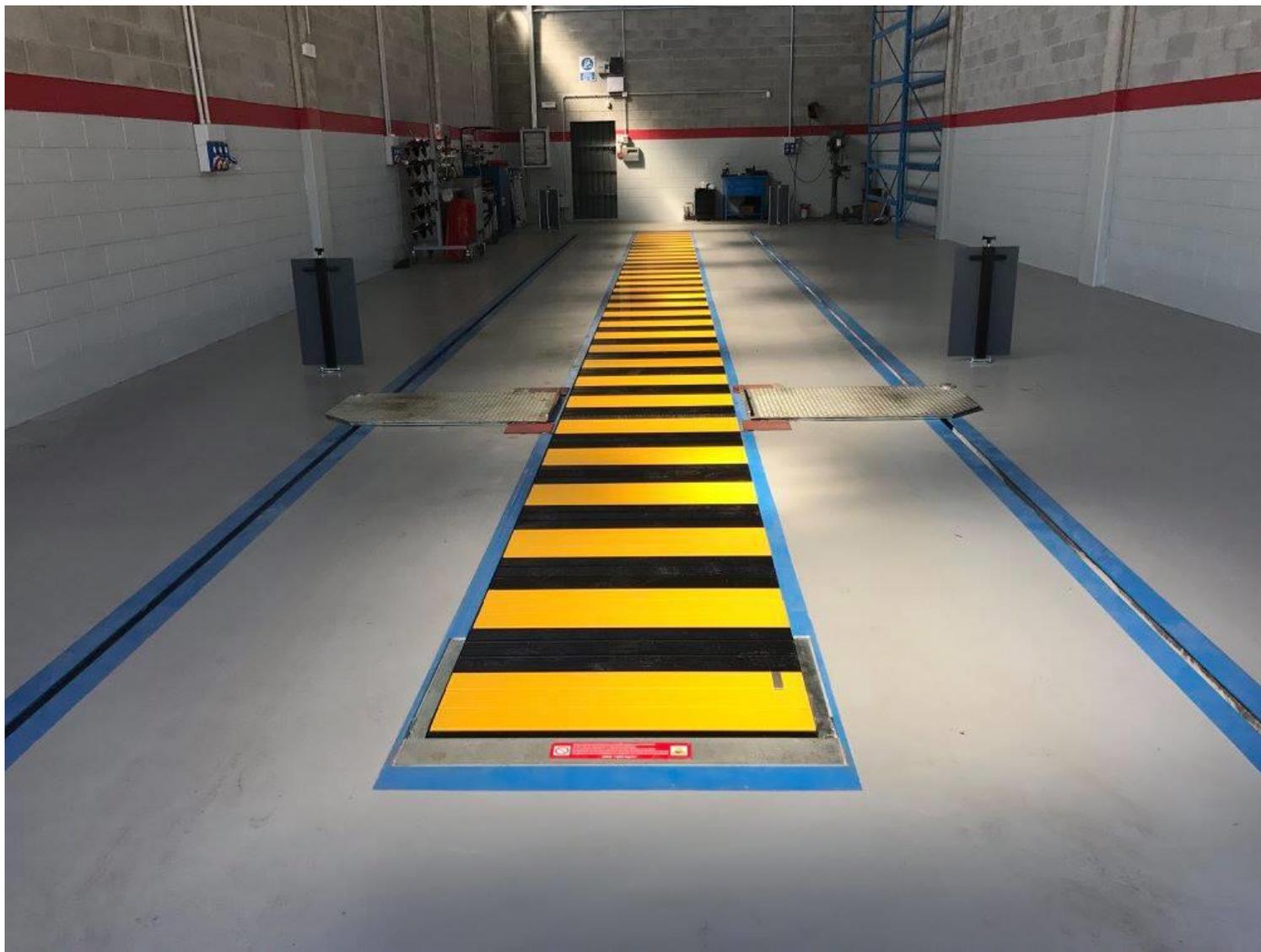
In realtà la maggior parte delle tecnologie è riconducibile a situazioni intermedie tra questi due estremi

Il continuum fra strategie proprietarie e strategie aperte



La sicurezza delle officine per rotabile su gomma

Truck Training Center : officina specializzata in allineamento veicoli industriali, e centro di produzione del sistema brevettato ASP® System.





CASO n.1

Obiettivo dell'azienda : un accordo di licensing di know-how attraverso la propria controllata in India, proprietaria del brevetto.

Definizione dei documenti per la negoziazione : un impegno vincolante o lasciando aperti margini di trattativa su aspetti da valutare in un secondo momento seguenti funzioni. Obiettivi

- *organizzativa/preparatoria: le parti fissano le date e i termini della trattativa;*
- *di memo della negoziazione: le parti registrano gli elementi di massima discussi o da discutere;*
- *dimostrazione di interesse: le parti sottoscrivono la lettera di intenti al fine di manifestare un effettivo interesse alla negoziazione;*
- *“moral suasion”:* le parti sottoscrivono una lettera di intenti al fine di mettere pressione alla controparte, vincolarla alla trattativa per un certo tempo in vista della conclusione dell'accordo.

La lettera d'intenti (LOI) trasmessa all'azienda impiegata nel corso delle trattative, in quanto l'operazione richiede l'acquisizione di autorizzazioni e pareri.



CASO n.2

Obiettivo dell'azienda : proteggere le App i contenuti in AR :

- *App con contenuti in Realtà Aumentata multisetoriali per: Eventi, Retailing, Marketing di Brand, Turismo, Educazione, Intrattenimento, Ristorazione, etc.*
- *Open platform con vetrine personalizzate per business e attività*
- *Contenuti educativi per bambini e teenager combinati con gamification*
- *Album da Colorare, Fiabe, Fumetti, Libri, Game board, Box Educativi in Realtà Aumentata.*

Tutela del Marchio, del disegno interfaccia e vari modelli di utilità

Esame delle differenti procedure per la valorizzazione a bilancio di prodotti e pubblicazioni sviluppati internamente dall'azienda , esaminando la possibilità di capitalizzare le spese per lo sviluppo di applicativi e pubblicazioni ai fini della valorizzazione del valore della società(EEV)

E la proprietà intellettuale nelle start-up?

Karana

sostituti della carne, e sbarcata anche nei supermercati e nelle catene di fast food con le prime proposte. Punta tutto sul jackfruit, il portentoso **giaco** con l'obiettivo di preparare un **sostituto della carne di maiale** da distribuire anzitutto nei ristoranti asiatici. Il giaco – il più grande al mondo fra i frutti che crescono dagli alberi – è solo il primo passo, in futuro il gruppo progetta di espandere la ricerca a cereali e altre materie prime locali.



Yamo

si occupa di **cibo per l'infanzia**. Cibo salutare in supermercati svizzeri (Coop), tedeschi (Edeka e Rewe) e francesi. Produce alimenti vegani e sostenibili per i più piccoli dal 2016, facendo fuori zuccheri in eccesso e altri ingredienti inutili.

Frische Bio-Babynahrung
Vitaminschonend kaltgepresst vor deine Haustür geliefert.

Jetzt entdecken

Hervorragend Trustpilot

Farm

iFarm punta invece a fare di ogni casa un campo, o almeno un orticello. Soluzioni per coltivare frutta e verdura in casa, sui balconi e in terrazza se ne sono viste molte, con un'esplosione durante il lockdown in diversi paesi del mondo fra fine inverno e primavera. Adesso una startup vuole fare dell'orto qualcosa di **onnipresente** nelle case come un computer: offre soluzioni modulari, buone per qualsiasi ambiente, per coltivare nell'abitazione o nell'ufficio **perfino fiori edibili e frutti di bosco**.



Air Protein

Ancora: ricerca sui sostituti della carne – che rimane la principale imputata in termini di consumo di suolo, acqua, energia e ovviamente produzione di CO2 legata ad allevamento e trasformazione. Startup californiana sta creando “**carne dall’aria**”. Come? Più o meno come si fanno la birra o lo yogurt, usando i **processi di produzione probiotici** che già altre società, come Impossible Foods, hanno testato. E combinando gli elementi dell’aria, dall’ossigeno all’azoto fino all’anidride carbonica con acqua e nutrienti minerali per produrre una proteina su misura da incorporare poi in specifici prodotti.

THE WORLD'S FIRST AIR-BASED MEAT



Kitche

Obiettivo: lo spreco di cibo (**1,3 miliardi di tonnellate buttate ogni anno** , un terzo della produzione per consumo umano) .

App progettata per scansionare le etichette di tutti i prodotti distribuiti dalle principali catene alimentari, tracciare ciò che abbiamo già in casa e **aiutarci a recuperare** (anche e soprattutto all'ultimo minuto) gli alimenti in scadenza, sposandoli alle ricette più indicate.

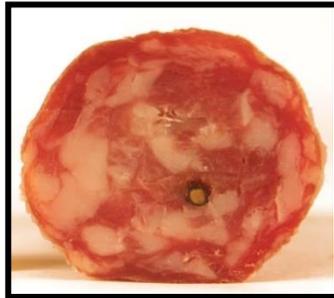


SOMMARIO

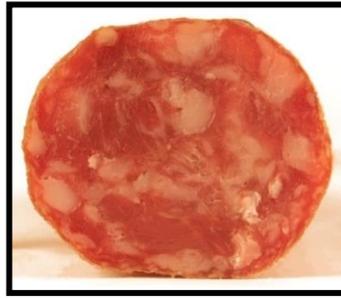
- AIR PROTEIN è davvero il futuro in termini pratici . Mercato USA :la pasta (Barilla) già integra una serie di componenti nutraceutici , la differenza di sapore e consistenza non è percepibile. I costi di produzione quali sono? **barriere all'entrata? Alte: Certificazioni, brevetti, R&S, Know-how ulteriormente licenziato ad altri : round di 18 M di Euro chiuso recentemente molti brevetti e soluzioni tecnologiche**
- YAMO : “il bambino va “ pompato” di grassi.” Anche di zuccheri? **barriere all'entrata? Di tipo commerciale e educational ma soprattutto di tipo capital –intensive : 10 ME Euro di finanziamento**
- KITCHIE è facilmente implementabile e facilmente comunicabile ma soprattutto **fidelizza il cliente alla catena di supermercati : barriere all'entrata? Barriere basse . 2M di finanziamento Qventures (UK)**
- iFARM segue un trend consolidato(giardini in ufficio, orti urbani ecc) : non per consumo davvero, ma moda. Ci sono già molti competitors. **barriere all'entrata? Di tipo commerciale e educational NON risultano finanziamenti importanti(non oltre 1M)**
- KARANA. Il Giaco può essere un sostituto della **carne ma quali sono i costi, sostenibilità ambientale?** Produzione sostituiva a discapito di quali produzione ? . **barriere all'entrata? Di tipo commerciale e educational 1.7M di serie FIVE Seasons Ventures**

Panel test : NOCHEMFOOD VS NITRATES

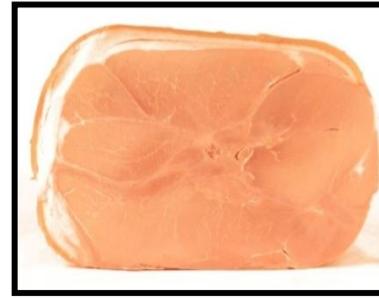
- For all 4 products (2 Italian and 2 Spanish) the panel tests carried out by a jury of experts did not reveal any taste differences between conventional products and NOCHEMFOOD products (with plant extracts)
- Color tests for Napoli salami and cooked ham showed no variations



Convenzionale



NOCHEMFOOD



Convenzionale



NOCHEMFOOD

FRESCO

<https://oliofresco.it/en/>

<https://youtu.be/0-HU81xc4ak>



EUIPO selected value correlations of IPR ownership

?

	Number of employees	Revenue per employee (EUR '000/year)	Wages per employee (EUR '000/year)
Non-IPR owners	5.1	148.6	29.8

?

IPR owners		Number of employees	Revenue per employee (EUR '000/year)	Wages per employee (EUR '000/year)
	Any IPRs	13.5	178.6	35.6
	% difference compared with non-owners	163.8%	20.2%	19.3%
	Patent owners	28.7	202.4	45.5
	% difference compared with non-owners	460.1%	36.3%	52.6%
	Trade mark owners	13.5	179.6	35.0
	% difference compared with non-owners	164.3%	20.9%	17.4%
	Design owners	29.1	196.3	38.7
	% difference compared with non-owners	467.9%	32.2%	29.7%

EUIPO selected value correlations of IPR ownership



- **SMEs using bundles of trade marks, patents and designs instead of a single category of IPR are even more likely to achieve high growth**

IP bundles involving trade-marks patents ,designs, systematically outperform (+33%) other bundles and single IPR categories, thus suggesting that trade-marks are the basic building block of effective IP bundles. Trade-mark registration is related to market entry and thus turnover growth.

- **The ability of an SME to effectively leverage its IPRs to sustain high growth depends on the quality of its IP management and strategy**

The proactive exploitation of the IPR portfolio to capture and develop value in the market is a key indicator .

- **Combining formal Bundles of IPRs and trade secrets confers a strong appropriation positioning**