



“SIGNS AND EMOTIONS: FROM CONVENTIONAL TO NON CONVENTIONAL BRANDS”

INTERNATIONAL CONVENTION ON INTELLECTUAL PROPERTY AND COMPETITIVENES OF MICRO, SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES (MSMES)
Organizzata dall'WIPO e dal CNEL, con il supporto del Governo italiano, del Ministero dello Sviluppo Economico e del Ministero degli Affari Esteri

Roma, 10 e 11 Dicembre 2009



SOMMARIO

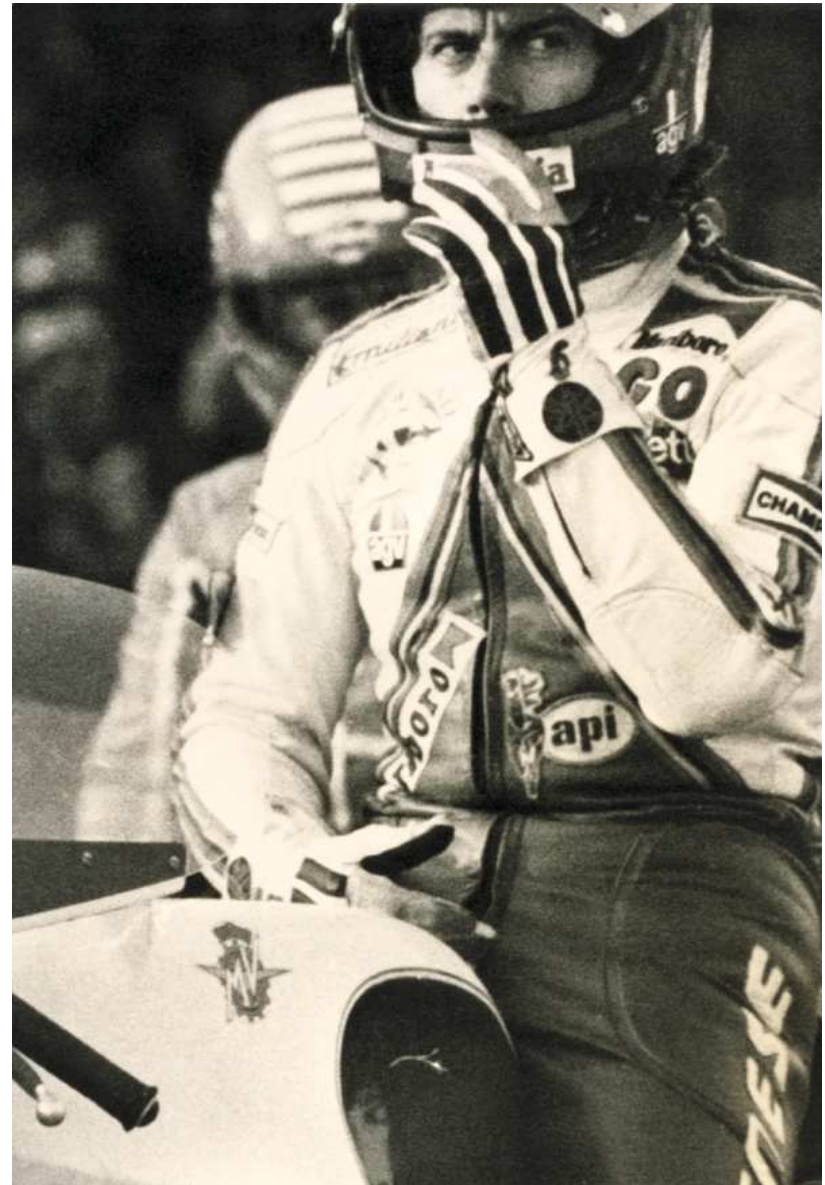
- 1) 1972: NASCE LA DAINESE
- 2) I PASSAGGI “CHIAVE” DEL SUCCESSO DAINESE
- 3) TECNOLOGIA, CULTURA DELLA PROTEZIONE E DESIGN: FATTORI CHE HANNO CONTRIBUTITO AL SUCCESSO AZIENDALE
- 4) TECNOLOGIA E DESIGN: COME PROTEGGERLI?
LA PROPRIETA’ INTELLETTUALE COME FATTORE STRATEGICO DI SUCCESSO

CONCLUSIONI



1972

NASCE LA DAINESE





**LA DAINESE E' STATA
FONDATA DAL PRESIDENTE
LINO DAINESE**

PASSIONE

PER IL MONDO DEL MOTOCICLISMO

INTUIZIONE

IMPORTANZA DELLA "PROTEZIONE"
DEL MOTOCICLISTA DI TUTTI I
GIORNI E DEL PILOTA DI
PROFESSIONE





QUELL'INTUIZIONE E' DIVENUTA LA "MISSIONE AZIENDALE"

DI NORMA LE AZIENDE CERCANO DI "SODDISFARE" BISOGNI, LA FORZA DELLA DAINESE E' STATA QUELLA DI AVER "ANTICIPATO" IL BISOGNO DELLA PROTEZIONE, DAPPRIMA NEL MOTOCICLISMO E POI NEGLI SPORT DINAMICI

COSI' E' STATO PER IL PARASCHIENA, PER L'ABBIGLIAMENTO PROTETTIVO E LO SARA' NEL PROSSIMO FUTURO PER L'AIR-BAG PER MOTOCICLISTI



I PASSAGGI “CHIAVE” DEL SUCCESSO DAINESE





COLLABORAZIONE CON I PIU' IMPORTANTI CAMPIONI DEL
MOTOCICLISMO MONDIALE, CON LA "CLINICA MOBILE" DEL DOTT.
CLAUDIO COSTA E CON I MIGLIORI CENTRI DI RICERCA UNIVERSTARI

IN PASSATO: GIACOMO AGOSTINI, BARRY SHEENE, KENNY ROBERTS, FREDDY SPENCER

OGGI: VALENTINO ROSSI, JORGE LORENZO, MARCO SIMONCELLI, MAX BIAGGI

LE SUDDETTE COLLABORAZIONI SONO STATE DETERMINANTI PER LO SVILUPPO DEI PRODOTTI
DAINESE IN TERMINI DI "COMFORT" E "SICUREZZA"



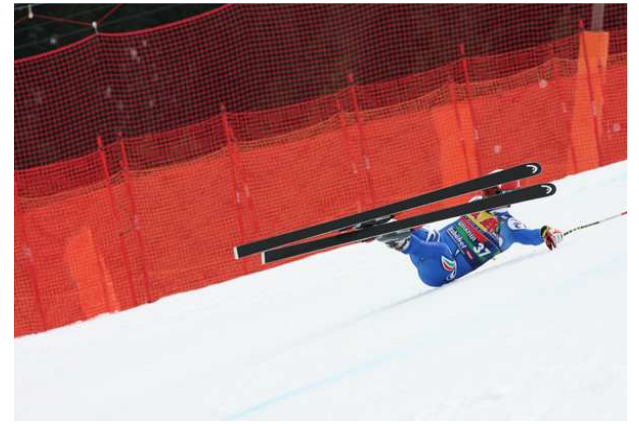
NEGLI ANNI '90 E' STATO AVVIATO UN AMBIZIOSO PROGETTO FINALIZZATO ALLA PROTEZIONE DEL MOTOCICLISTA "DALLA TESTA AI PIEDI", CULMINATO NEL 2007 CON L'ACQUISIZIONE DI UNA STORICA AZIENDA ITALIANA DI CASCHI DA MOTOCICLISMO: AGV S.p.A.

- INTRODUZIONE DEL CASCO DA MOTOCICLISTA NELLA COLLEZIONE
- LO SVILUPPO DI ABBIGLIAMENTO PROTETTIVO CON PROTETTORI INTEGRATI
- L'UTILIZZO DEI TESSUTI A MARCHIO GORE-TEX® E CORDURA®



ALLA FINE DEGLI ANNI '90 IL CONCETTO DI PROTEZIONE “DALLA TESTA AI PIEDI” E' STATO TRASFERITO IN ALTRI SPORT DINAMICI (Sci, Snowboard, Mountain Bike, Jet Ski, Kite Surf)

COME PER I PRODOTTI PER IL MOTOCICLISMO, LA COLLABORAZIONE CON I PIU' IMPORTANTI ATLETI MONDIALI NEI VARI SPORT DINAMICI HA PERMESSO UNA CONTINUA EVOLUZIONE DEL PRODOTTO E MIGLIORAMENTO IN TERMINI DI PROTEZIONE E COMFORT (**Alberto Tomba, Lasse Kjus, Deborah Compagnoni, Kristian Ghedina, Isolde Kostner e Philippe Perakis, fino ad arrivare ai giorni nostri con Aksel Svindal, Maria Riesch e Giorgio Rocca**)





SIN DAI PRIMI ANNI '00 DAINESE INIZIA UNA NUOVA SFIDA: PROTEGGERE CON L'ARIA

L'AIR BAG DAINESE, DENOMINATO D-AIR®, SOSTITUIRÀ LE PROTEZIONI TRADIZIONALI, GARANTENDO ELEVATISSIME CAPACITÀ DI ASSORBIMENTO DEGLI IMPATTI E QUINDI UNA MAGGIORE PROTEZIONE PER IL MOTOCICLISTA





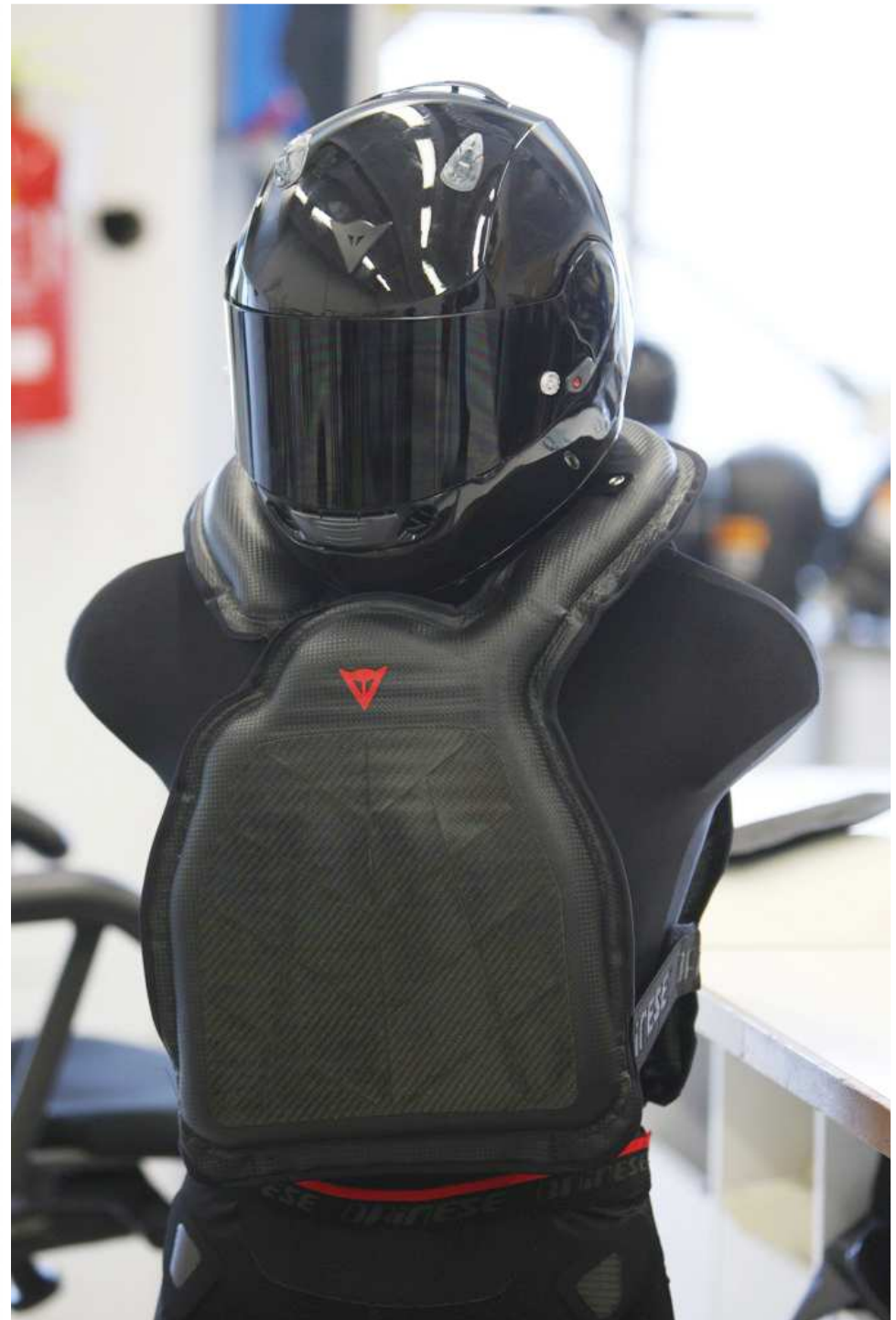




IL D-AIR® "RACING" (DESTINATO ALL'UTILIZZO IN PISTA) E' GIA' REALTA'



IL D-AIR® "STREET" (DESTINATO ALL'UTILIZZO SU STRADA) SARA' COMMERCIALIZZATO DALLA FINE DEL 2010







TECNOLOGIA, CULTURA DELLA PROTEZIONE E DESIGN: FATTORI CHE HANNO CONTRIBUITO AL SUCCESSO AZIENDALE

INSTALLAZIONE PRESSO LA *SERPENTINE GALLERY*, LONDRA
(November 26th, 2009 to February 7th, 2010)

By Konstantin Grcic





FORTE PROPENSIONE ALL'INNOVAZIONE ED ALLA TECNOLOGIA

L'AZIENDA HA AVVIATO IMPORTANTI INVESTIMENTI IN PROGETTI INNOVATIVI COME:

- L'AIR BAG PER IL MOTOCICLISTA D-AIR® DAINESE;
- LA TUTA "BIOSUIT" PER LA PROSSIMA MISSIONE PER MARTE DEL 2030 CHE STA SVILUPPANDO IN COLLABORAZIONE CON L'M.I.T. DI BOSTON E LA NASA;
- LA REALIZZAZIONE A VICENZA DI UN CENTRO LOGISTICO AD ALTA AUTOMAZIONE.



CULTURA DELLA PROTEZIONE

LA CULTURA DELLA PROTEZIONE È NEL “DNA” DEI GRUPPI DI LAVORO DAINESE DOVE CONFLUISCONO ED INTERAGISCONO LA CONOSCENZA TECNICO SCIENTIFICA NEL CAMPO DELLA BIOMECCANICA (LO STUDIO DEI MOVIMENTI DEL CORPO UMANO), LA CONOSCENZA DELLA TRAUMATOLOGIA (LO STUDIO DELLE LESIONI AL CORPO UMANO E DELLE RELATIVE CAUSE) NELLA PRATICA DEL MOTOCICLISMO E DEGLI SPORT DINAMICI E LA FANTASIA DEI CREATIVI.

I GRUPPI DI LAVORO DAINESE SONO COMPOSTI DA VERI E PROPRI “LAVORATORI DELLA CONOSCENZA” (KNOWLEDGE WORKERS) CHE METTONO INSIEME QUALITÀ, CAPACITÀ ED ESPERIENZE PERSONALI PER CREARE LA “CULTURA DELLA PROTEZIONE”, *IN PRIMIS* ALL’INTERNO DELL’AZIENDA STESSA





PARTICOLARE ATTENZIONE AL DESIGN:

“IL DESIGN SALVA LA VITA”

L'INTRODUZIONE DEL COLORE SULLE TUTE DA
MOTOCICLISTA SIN DAGLI ANNI '70;

L'ISPIRAZIONE ALLA NATURA (ARMADILLO E
ARAGOSTA PER I PROTETTORI), ALLA STORIA
(ARMATURE MEDIOEVALI E RINASCIMENTALI);

LA COLLABORAZIONE CON DESIGNER DI
SUCCESSO COME L'ARCHITETTO MARC SADLER;

LA REALIZZAZIONE SIN DALLA FINE DEGLI ANNI
'90 DI UNA CATENA DI FLAGSHIP STORES
MONOMARCA DAINESE IN TUTTO IL MONDO, DI
PROPRIETA' E NON, FORTEMENTE
CARATTERIZZATI DA UN DESIGN EMOZIONALE;

LA VITTORIA NEL 2001 DEL PREMIO “COMPASSO
D'ORO”, ASSEGNATO PER LA PRIMA VOLTA AD
UNA TUTA DA MOTOCICLISTA;

SONO ALCUNE IMPORTANTI TAPPE
DELL'EVOLUZIONE DEL DESIGN DELL'AZIENDA





“TECNOLOGIA”, “CULTURA DELLA PROTEZIONE” E “DESIGN”,
QUINDI, I FATTORI CHE HANNO PERMESSO ALL’AZIENDA DI
APRIRE NUOVI MERCATI E PERMANERVI COME AZIENDA LEADER



**TECNOLOGIA E DESIGN: COME
PROTEGGERLI?**

**LA PROPRIETA' INTELLETTUALE
COME FATTORE STRATEGICO
DI SUCCESSO**

**Tuta T-Age Dainese
Brevetto n°: PCT/EP 1207763 B
1° Premio "Compasso d'Oro" 2001**





LA DAINESE INVESTE OGNI ANNO LO 0,3% CIRCA DEL PROPRIO FATTURATO IN ATTIVITA' DI DEPOSITO E MANTENIMENTO DI MARCHI, DI DEPOSITO ED ESTENSIONE INTERNAZIONALE DI BREVETTI NONCHE' PER ATTIVITA' DI CONTRASTO ALLA CONTRAFFAZIONE.

PROPRIO A TUTELA DEI MARCHI E BREVETTI AZIENDALI, VIENE SVOLTA UNA CONTINUA ATTIVITA' DI MONITORAGGIO DEI MERCATI E DEI DEPOSITI MONDIALI (ATTRAVERSO I SERVIZI DI SORVEGLIANZA) NONCHE' UNA INTENSA ATTIVITA' DI PROTEZIONE CONTRO LA CONTRAFFAZIONE. DAL 2000 AD OGGI SONO STATE AVVIATE DALLA DAINESE N° 115 AZIONI DI CONTRAFFAZIONE BREVETTI/ MARCHI/DESIGN E DI OPPOSIZIONI CONTRO MARCHI/BREVETTI.

SOLO NEGLI ULTIMI TRE ANNI LA DAINESE HA OTTENUTO, OLTRE ALL'INIBITORIA ALLA COMMERCIALIZZAZIONE DEI PRODOTTI CONTRAFFATTI, IL RISARCIMENTO DEI DANNI DA CONTRAFFAZIONE DI MARCHI E BREVETTI PER OLTRE 210.000,00 EURO.

MARCHI

IL FORZIERE DELL'AZIENDA

IL MARCHIO RACCHIUDE IN SE' L'INTERA IMMAGINE DELL'AZIENDA, IL GRUPPO DAINESE PONE ESTREMA ATTENZIONE ALLE STRATEGIE PER IL DEPOSITO ED IL RINNOVO DEI PROPRI MARCHI A LIVELLO MONDIALE IL MARCHIO VA OLTRE LE CRISI DELLE ECONOMIE, LE MODE; HA RADICI PROFONDE ED E' GARANZIA DI CONTINUITA'

STRATEGIE DI DEPOSITO DEI MARCHI

IL GRUPPO DAINESE LI DEPOSITA:

- NEI PAESI DI PROPRIA PRESENZA "PRODUTTIVA" E "COMMERCIALE" (MARCHIO COMUNITARIO, INTERNAZIONALE E DEPOSITI NAZIONALI);
- NEI PAESI DI POTENZIALE SVILUPPO COMMERCIALE A BREVE - MEDIO PERIODO;
- NEI PAESI A RISCHIO CONTRAFFAZIONE.

DOMINI INTERNET

IL GRUPPO DAINESE LI HA DEPOSITATI NEI PAESI IN CUI RISULTA DEPOSITATO IL PROPRIO MARCHIO; INTERNET È IL PRESENTE MA SOPRATTUTTO IL FUTURO, ANCHE IN AMBITO COMMERCIALE E LA REGISTRAZIONE DEI DOMINI CORRISPONDENTI AL MARCHIO È MOLTO IMPORTANTE.

TUTELA

ATTIVAZIONE SERVIZIO DI SORVEGLIANZA MONDIALE, SORVEGLIANZA DOGANALE; AVVIO DI AZIONI GIUDIZIALI DI CONTRAFFAZIONE



A SINISTRA, I PRIMI BOZZETTI DEL LOGO DAINESE, 1972



I MARCHI DEL GRUPPO DAINESE “IN CIFRE”

- MARCHI DEPOSITATI (NOMINATIVI E FIGURATIVI): N. 39
- DEPOSITI MONDIALI DEI PREDETTI MARCHI: N. 518
- PAESI MONDIALI NEI QUALI È STATO EFFETTUATO ALMENO UN DEPOSITO DI MARCHIO: N. 94
- CLASSI DI PRODOTTO RIVENDICATE: N. 17 (CLASSI 3, 6, 9, 12, 14, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 27, 28, 35, 41, 42; LE CLASSI PRINCIPALI IN RELAZIONE AL *CORE BUSINESS* DAINESE SONO LA 9, 18, 25 E 28)
- NOMI A DOMINIO INTERNET REGISTRATI: N. 60





BREVETTI E MODELLI/DESIGN: IL VALORE AGGIUNTO DEI PRODOTTI DAINESE

COME I MARCHI, I BREVETTI RAPPRESENTANO UN IMPORTANTE “ASSET” AZIENDALE; SONO DI FONDAMENTALE IMPORTANZA PER LA PROTEZIONE DEL KNOW HOW E DELLE INNOVAZIONI DAINESE E RAPPRESENTANO UN VERO E PROPRIO “VANTAGGIO COMPETITIVO” DEI PRODOTTI DAINESE

STRATEGIE DI DEPOSITO

VIENE SVOLTA UN’INCESSANTE E CONTINUA ATTIVITA’, IN STRETTA COLLABORAZIONE TRA IL REPARTO DI R. & S. D-TEC® DAINESE ED I PROFESSIONISTI SPECIALIZZATI IN PROPRIETA’ INTELLETTUALE, FINALIZZATA ALLA CORRETTA GESTIONE DEI DEPOSITI BREVETTUALI;

LA DAINESE E’ MOLTO ATTENTA AD EVITARE CHE L’INNOVAZIONE NON SIA DIVULGATA PRIMA DEL DEPOSITO (PER EVITARE LA NULLITÀ DEL BREVETTO A CAUSA DELLA C.D. “PRE-DIVULGAZIONE”).

GENERALMENTE SI PROCEDE CON UN DEPOSITO ITALIANO CHE PERMETTE DI CONTENERE I COSTI, DI VERIFICARE SE NEL FRATTEMPO IL PRODOTTO HA SUCCESSO OPPURE È STATO MODIFICATO E, ENTRO UN ANNO DA TALE DEPOSITO, SI DECIDE SE PROCEDERE O MENO CON L’ESTENSIONE ALL’ESTERO (TRAMITE BREVETTO EUROPEO, PCT O SINGOLI DEPOSITI NAZIONALI).

PARTICOLARE ATTENZIONE VIENE RIPOSTA NELLA TUTELA DEL SEGRETO INDUSTRIALE MEDIANTE LA SOTTOSCRIZIONE DI SPECIFICI IMPEGNI DI RISERVATEZZA DA PARTE DEI FORNITORI E DEI DIPENDENTI.

SUI CATALOGHI (E SE POSSIBILE SUI PRODOTTI) VIENE INSERITO IL NUMERO DI BREVETTO O LA DICITURA “PATENT PENDING”; QUESTO HA UNA DOPPIA VALENZA: 1) EVIDENZIARE AL CONSUMATORE IL VALORE AGGIUNTO CONTENUTO DAL PRODOTTO E 2) IMPORTANTE DETERRENTE PER LA CONCORRENZA CHE È SEMPRE MOLTO ATTENTA A PRENDERE “SPUNTO” DALL’INNOVAZIONE DAINESE.

TUTELA

ATTIVAZIONE SERVIZIO DI SORVEGLIANZA DEI DEPOSITI BREVETTUALI DI TERZI; AVVIO DI AZIONI GIUDIZIALI DI CONTRAFFAZIONE



I BREVETTI DEL GRUPPO DAINESE “IN CIFRE”

- BREVETTI DEPOSITATI (ITALIANI, PCT ED EUROPEI): N. 93
- CONVALIDE DI BREVETTI EUROPEI: N. 71
- PAESI MONDIALI NEI QUALI ESISTE ALMENO UNA PROTEZIONE BREVETTUALE A NOME DAINESE: N. 22
- MODELLI DI UTILITÀ DEPOSITATI (SOLO ITALIA): N. 5
- MODELLI/DESIGN DEPOSITATI (ITALIANI, COMUNITARI E INTERNAZIONALI): N. 27
- PAESI MONDIALI NEI QUALI ESISTE ALMENO UNA PROTEZIONE DI MODELLI/DESIGN A NOME DAINESE: N. 32



CONCLUSIONI

LA PROPRIETÀ INTELLETTUALE HA SENZA DUBBIO CONTRIBUITO AL SUCCESSO DELLA NOSTRA AZIENDA, VALORIZZANDO I NOSTRI PRODOTTI E TRASMETTENDO CONTINUAMENTE I VALORI E LA MISSIONE AZIENDALE, IL REALE MOTIVO DELL'ESISTENZA DELL'AZIENDA STESSA.

LA PROPRIETÀ INTELLETTUALE NON DEVE ESSER VISTA COME UN MERO "COSTO", MA COME UN "INVESTIMENTO" FONDAMENTALE PER IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI PREFISSATI.

