


Chi ha acceso la lampadina?



Storie di brevetti rubati, marchi riciclati e successi immeritati



Le invenzioni sono figlie uniche fino a prova contraria. Metti in giro la voce che sono nate e subito spuntano fratelli e fratellastri. A volte si capisce che la creatura ha in verità un papà diverso. Altre volte che si tratta di gemelli e stabilire il primato è compito complesso e delicato. Molte intuizioni scippate restano però appropriazioni indebite che costringono gli autentici inventori a una vita da numeri due.

Si scopre così utile l'arguzia di Edison: "L'incapacità di stare con le mani in mano significa insoddisfazione. E l'insoddisfazione è la prima condizione del progresso. Mostratemi un uomo completamente soddisfatto e io vi mostrerò la faccia del fallimento". Beati i numeri due, non si stancheranno mai di provare.

telefono

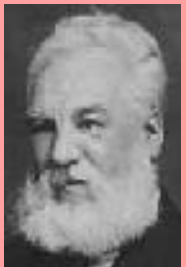
ANTONIO MEUCCI



Nel 1854 costruisce il primo prototipo di telefono. Nel 1871 ottiene per questa invenzione la concessione di un caveat, brevetto annuale da rinnovare ogni dodici mesi al prezzo di dieci dollari.

A causa della scarsa disponibilità economica riesce a rinnovarlo solo fino al 1873.

ALEXANDER GRAHAM BELL



Inventore e scienziato scozzese, brevetta nel 1876 un apparecchio telefonico analogo che ottiene uno straordinario successo commerciale.

Il Governo Usa inizia un processo contro Bell che a sua volta cita Meucci per infrazione di brevetto, prevalendo sulla controparte nel 1887.



PERCHÉ È COSÌ IMPORTANTE IL BREVETTO?

Il brevetto, di durata ventennale e non rinnovabile, conferisce al titolare la facoltà esclusiva di attuare l'invenzione e trarne profitto nello Stato in cui è stato rilasciato il brevetto. L'esclusiva comprende fabbricazione, commercio ed importazione dei prodotti cui l'invenzione si riferisce.

lampadina

JOSEPH WILSON SWAN



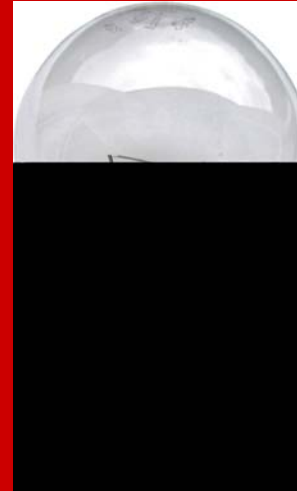
Chimico ed elettrotecnico britannico, nel 1845 inventa la lampadina elettrica ad incandescenza.

Ne realizza una nel 1860.

THOMAS ALVA EDISON



Nel 1878, diciott'anni dopo Swan, costruisce un modello sufficientemente durevole di lampadina a incandescenza (contemporaneamente Swan ne dimostra il funzionamento) ed ottiene il brevetto.



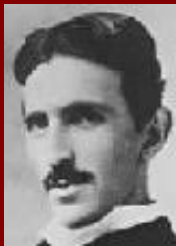
COSA DOVREBBE FARE OGGI EDISON?

Una ricerca di anteriorità: dopo il deposito del brevetto è necessario svolgere un'accurata ricerca in modo da constatare se in qualche altra parte del mondo è stato creato un oggetto simile. Oggi se ne occupa l'Ufficio Europeo Brevetti per conto dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi.

Per chi vuole svolgere una ricerca personale sono disponibili nel Web svariate banche dati spesso gratuite, come ep.espacenet.com

radio

NIKOLA TESLA



Inventore e ingegnere elettronico statunitense di origine croata, è un geniale studioso dell'elettromagnetismo. Dopo aver lavorato per un breve periodo alle dipendenze di Thomas Edison, nel 1893 effettua una dimostrazione di comunicazione senza fili.

GUGLIELMO MARCONI



L'8 dicembre 1895 mette a punto un macchinario per la comunicazione a distanza senza fili. I giudici, nonostante un brevetto di Tesla del 1897, riconoscono a lui la paternità della radio.



CON QUALI ARGOMENTI TESLA POTREBBE TENTARE DI RIVALERSI SU MARCONI?

Le invenzioni, per avere una tutela giuridica, devono possedere specifici requisiti di validità: liceità, novità, attività inventiva ed industrialità.

In questo caso l'“invenzione” di Marconi manca sia di novità che di originalità: Tesla, se in grado di fornire adeguate prove, potrebbe sostenere l'anteriorità della sua creazione e provare il furto dei suoi appunti da parte dell'italiano.

penna a sfera

LASZLO JOZSEF BIRO



Inventore e giornalista ungherese, concepisce una penna che utilizza un inchiostro viscoso simile a quello impiegato per la stampa, che si asciuga velocemente: crea così con il fratello George la penna a sfera, si dice ispirandosi ai giochi di biglie per bambini. Emigrato in Argentina, brevetta l'invenzione nel 1943.

MARCEL BICH



I costi di produzione della penna a sfera sono molto elevati. Il barone francese Bich acquista il brevetto e, abbattuti i costi del novanta per cento, ne avvia la fabbricazione su scala mondiale.

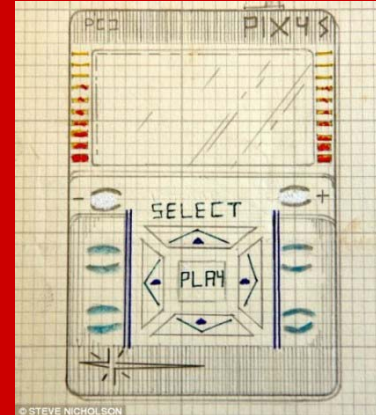


PERCHÉ BIRO HA VENDUTO LA SUA INVENZIONE?

Una caratteristica fondamentale per una nuova invenzione è l'applicabilità industriale, ovvero la possibilità di produrla con annesso un determinato lucro.

Nel caso in cui il singolo o la piccola azienda che hanno ottenuto il brevetto non siano in grado di sostenere una produzione sufficiente, il brevetto può essere concesso in licenza dietro pagamento di royalties o persino essere venduto.

iPod



KANE KRAMER

Autodidatta inglese, oggi cinquantenne, nel 1979 sviluppa per primo in lettore audio digitale ma non ha i soldi per brevettare l'invenzione.

APPLE COMPUTER INC.



Società statunitense leader nell'informatica, copia l'idea di Kramer e lancia l'iPod nel 2001. Benché abbia riconosciuto di recente la paternità dell'invenzione dell'inglese, la Apple non lo ha indennizzato, forte del fatto che il brevetto sia scaduto nel 1988 e non sia stato rinnovato.

PERCHÉ È IMPORTANTE BREVETTARE LE PROPRIE INVENZIONI?

Il brevetto, al di là di ogni implicazione tecnologica ed economica, è prima di tutto uno strumento di divulgazione di idee. In quanto documento pubblico, fruibile da parte di tutti, può fungere da parametro di confronto con le proprie invenzioni e consente di ampliare le proprie conoscenze.

In questo caso, ad esempio, le funzioni dell'iPod sono state ottimizzate grazie all'invenzione dell' iPod Station di Fadell.

telecomando

EUGENE POLLEY



Nel 1895 mette a punto per conto della Zenith il Flashmatic, il primo telecomando senza fili. Quest'ultimo emana raggi luminosi che interagiscono con il televisore, ma in presenza di troppa luce, lamenta qualche cliente, non funziona bene.

ROBERT ADLER



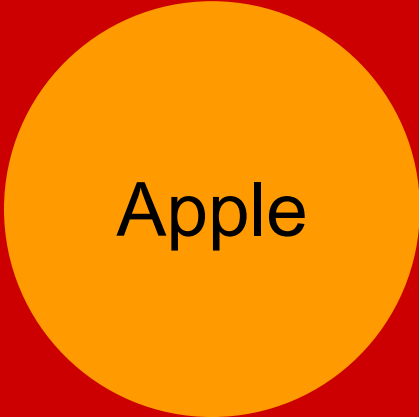
Inventore austriaco naturalizzato statunitense, negli anni Sessanta crea, sempre per la Zenith, il primo telecomando a ultrasuoni. Grazie alla sua invenzione diventa presidente e direttore di ricerca dell'azienda.



E SE ADLER FOSSE STATO IL CAPO DI POLLEY?

Un inventore, se lavora in proprio o se procede autonomamente in un'attività inventiva, ottiene tutti i diritti derivanti dal suo brevetto; invece nel caso in cui l'inventore sia il dipendente di un'azienda, i diritti passano al titolare dell'impresa.

Se Polley avesse brevettato il telecomando, quello di Adler oggi sarebbe un brevetto di perfezionamento, derivante dalle modifiche apportate ad un oggetto brevettato preesistente. In casi simili si possono avviare collaborazioni come le Cross Licences, che scaturiscono in un duopolio.



APPLE VS BEATLES

Il nome Apple scatenò un problema legale: la somiglianza con il nome della casa discografica dei Beatles, la "Apple Records", portò la Apple Computer Inc. nel 1989 ad essere querelata per violazione dei diritti sul copyright.

L'annosa controversia legale sarebbe prossima a risolversi a favore dei rappresentanti del complesso inglese, i quali sostengono che l'azienda americana abbia infranto un accordo del 1991 - ben prima del ritorno di Steve Jobs - secondo il quale essa si sarebbe astenuta dall'usare il marchio Apple in qualunque intrapresa d'interesse musicale-discografico.

La Apple ha al proposito già pagato oltre 26 milioni di dollari ai Beatles.

QUANDO UN MARCHIO E' NULLO?

- *Quando manca di uno dei requisiti di tutela:*
 - *Capacità distintiva (contraddistinzione inequivocabile)*
 - *Rappresentabilità grafica*
 - *Novità estrinseca*
 - *Originalità (non genericità)*
 - *Liceità (conformità alla legge e al buon costume)*
- *"Apple" mancava di novità intrinseca: il marchio non deve essere stato usato in precedenza come marchio, ditta o insegna per prodotti o servizi identici o simili.*
- *Quando con sentenza passata in giudicato si accerta che il diritto alla registrazione spetta ad un soggetto diverso da chi abbia depositato la domanda di registrazione.*

Coca-Cola

PEMBERTON VS KENT

JOHN PEMBERTON, poco prima della sua morte nel 1888, vende la sua formula al signor Asa Candler, il quale nel 1891, quando gli introiti sono già esorbitanti, decide di registrare il marchio, ma scopre che un tale BENJAMIN A. KENT, del New Jersey, ha già registrato il nome "Coca-Cola" nove anni prima. La sua bevanda era a base di foglie di coca e cola, un tonico "ricostituente" che conteneva caffeina, cocaina e whisky conosciuto con il nome di "spirito di cereali". Candler si lancia ferocemente contro Kent in un processo che lo vide vincitore. Sarà quindi nel 1893 che si registrerà il marchio Coca-Cola e l'impresa comincerà i suoi incredibili guadagni.



COME FA LA COCA-COLA A PROTEGGERE IL SUO MARCHIO?

L'aggiunta del simbolo ® accanto al marchio serve a ricordare che è si tratta di segno distintivo registrato (a livello nazionale, comunitario o internazionale), un sistema per evitare la decadenza per volgarizzazione del marchio (se è divenuto nel commercio denominazione generica del prodotto o servizio oppure se ha perduto la sua capacità distintiva)

Tra le molte bibite comparse con nomi simili alla Coca-Cola esistono: Cafe-Kola, Coke-Ola, Cola-Coke, Gold-Cola, Kola-Kola, Mexicola, Pepsi-Cola, Sola Cola, Star-Cola, Big Cola e molti altri.

Inoltre con la registrazione del marchio si può ottenere il diritto di esclusiva: la Coca-Cola ha vietato l'uso del marchio per la produzione di articoli a essa collegati in altri settori, ad esempio l'abbigliamento.



Nike

QUELLO SWOOSH CHE VALE MILIARDI

Nel 1971 il “baffo” Nike fu commissionato ad una studentessa di graphic design, Carolyn Davidson.

Per 17 ore di lavoro circa, alla tariffa di \$2 per ora, Carolyn venne pagata ben 35 dollari, più o meno equivalenti a 184 dollari di oggi. Nel 1982, Phil Knight cofondatore dell’azienda multimilionaria, pensò di ripagarla con un anello d’oro (con inciso sopra il suo “baffo”) e una fornitura infinita di scarpe da ginnastica.



Il celebre marchio è di tipo generale figurativo (non denominativo perché sprovvisto di scritte) È un marchio forte: ha spiccata originalità e notevole capacità distintiva infatti non ha attinenza con il prodotto a cui si riferisce, e si concentra sul concetto di performance, sull’idea di vittoria. Nonostante non sia un caso di “furto” di marchio, la sua storia fa riflettere a proposito dell’atteggiamento che il mercato ha sempre avuto nei confronti della prestazione professionale di un grafico.



Ku Klux Klan - Vodafone

altri marchi
"riciclati"?



Mini BMW – spilla Sailor Moon



A-Style - ACI



grazie!

FONTI:

Appunti Conferenza sulla Cultura Tecnica (05/11/08)

Quotidiano "La Repubblica"

Mensile "Focus"

Wikipedia