

**Webinar – 8 novembre 2021**

# Protezione della proprietà intellettuale nel *Green Value Chain*: Guida pratica nella scelta del contratto

**In collaborazione con:**



**JACOBACCI**  
AVVOCATI • AVOCATS A LA COUR • ABOGADOS

Avv. Emanuela Truffo / Partner  
[etruffo@jacobacci-law.com](mailto:etruffo@jacobacci-law.com)



## Cos'è una *Green Value Chain*?

Uso efficiente delle risorse: efficienza dei costi per fornire prodotti accessibili a mercati più ampi;

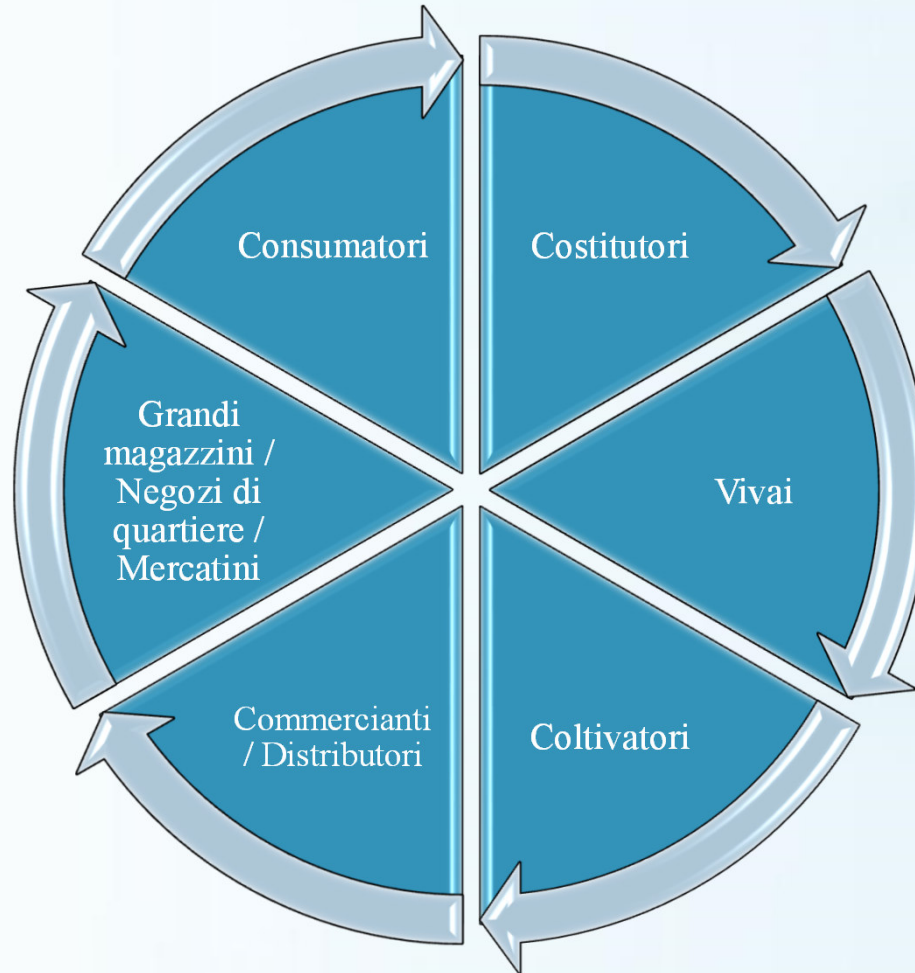
Governance: Inclusione di diverse parti (stakeholders) e gestione del potere;

Ruolo del settore pubblico: - Facilitare la partecipazione degli attori più piccoli -  
Sviluppare regolamenti adeguati, inclusi incentivi appropriati;

- ➔ I partenariati multi-stakeholder possono funzionare per rendere più “green” le catene del valore alimentare, ma richiedono una prospettiva di sviluppo a lungo termine, fonti di finanziamento sostenibili, un bilanciamento equo degli stakeholder (grandi e piccoli stakeholder), la costruzione della fiducia e un mediatore imparziale.

(FAO-FiBL Workshop – a Knowledge Exchange Forum for the development of Green Food Value Chain)

# Industry Stakeholder - Green Value Chain



Avv. Emanuela Truffo / Partner  
etruffo@jacobacci-law.com

## Cosa significa essere un Costitutore (Breeder)?

- Investire tempo - anni - e denaro nello sviluppo di nuove varietà;
- Creare qualcosa di nuovo e utile per soddisfare i bisogni del mercato;
- In molti casi, fornendo uno strumento fondamentale per rendere possibile l'agricoltura / orticoltura / floricoltura in determinate aree;
- Valorizzazione degli investimenti con i diritti di privativa;
- Essere alla base della creazione di valore in tutta la catena del valore.

**In alter parole...**



No Breeders,  
no party

## Cosa significa essere un vivaio?

- Essere alla base dello sviluppo del settore;
- Sviluppare il materiale di propagazione / le piante necessarie per sviluppare sia il business del breeder che quello del coltivatore;
- Fornire al settore piante adeguate, forti;
- Essere il primo ad assumersi il rischio e testare il potenziale commerciale della nuova varietà sviluppata dal selezionatore.

## In altre parole...



Nurseries are those building the foundations of the Green Value Chain Industries

## Cosa significa essere un coltivatore?

- Essere lo stakeholder che mette in campo gli investimenti del breeder traendone vantaggio;
- Allo stesso tempo, rendere possibile per vivai e breeder lo sviluppo del proprio business;
- Testare la varietà nella sua applicazione concreta;



## In alter parole...



Doing business against the odds

Avv. Emanuela Truffo / Partner  
etruffo@jacobacci-law.com

**JACOBACCI**  
AVVOCATI • AVOCATS A LA COUR • ABOGADOS

## Cosa significa essere un Marketer?

- Essere gli intermediari tra la produzione e il mercato;
- Fare la migliore indagine di mercato possibile a vantaggio dell'intero settore;
- Fissare il prezzo per ogni singola campagna;
- Essere l'equilibrio tra diversi gruppi di interesse.

**In altre parole...**

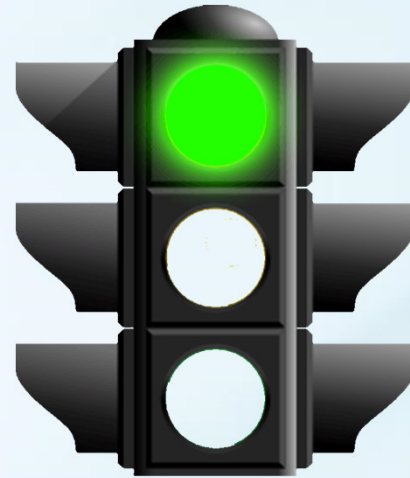


Deal cut

## Cosa significa essere un punto di vendita B2C?

- Agire come ambasciatore delle varietà presso i clienti – almeno in teoria;
- Governare il mercato;
- Controllo del canale di distribuzione;
- Influenzare/orientare i bisogni e i desideri del consumatore.

## In altre parole...



## Cosa significa essere un consumatore?

- ESSERE L'OBIETTIVO FINALE



## Focus sulla floricoltura

- Global Industry, con mercati principali in Europa, USA e Giappone.
- La maggior parte delle piante da fiore disponibili in commercio sono propagate da semi o da talee. Alcune piante sono propagate in vitro.
- I tratti unici della cultivar rimangono stabili di generazione in generazione.
- Le cultivar vegetative sono attraenti a causa del periodo di coltivazione generalmente più breve e del prezzo di mercato più alto.

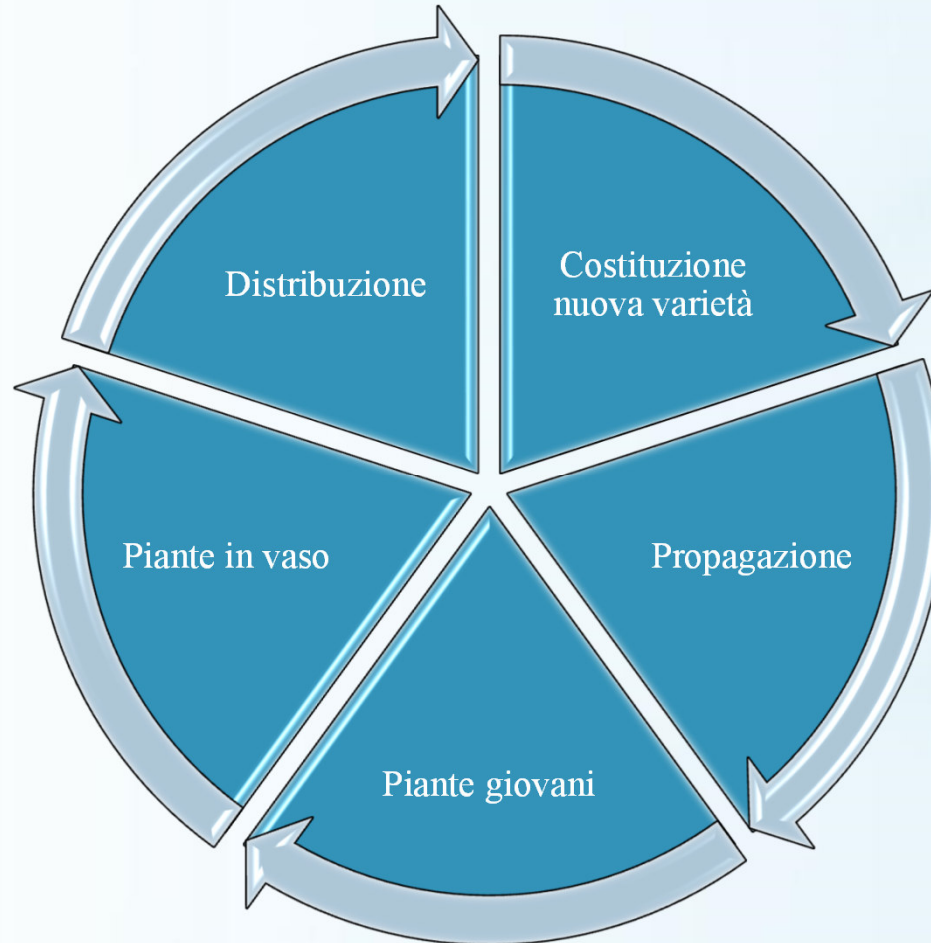
## Focus sulla floricoltura

*Fasi della catena del valore "tradizionale"  
delle piante in vaso da fiore*





## Focus sulla floricoltura



## Come possiamo fare affari con i PVR?

**PERCHE'**

COSA

QUANDO

CHI

DOVE

COME

## Come possiamo fare affari con i PVR?

PERCHE'

Perché incentivare e porre i PVR come base per una Green Value Chain significa garantire un'industria sostenibile a lungo termine

## Come possiamo fare affari con i PVR?

PERCHE'

COSA

QUANDO

**CHI**

DOVE

COME

## Come possiamo fare affari con i PVR?

CHI

Le parti interessate, dal costituente al consumatore finale,  
ognuno fa la sua parte ... nel rendere questo mondo migliore

## Come possiamo fare affari con i PVR?

PERCHE'

**COSA**

QUANDO

CHI

DOVE

COME

## Come possiamo fare affari con i PVR?

COSA

Propagare le nuove varietà seguendo le tecniche più adatte  
e gli strumenti legali appropriati

CONTRATTI

## Come possiamo fare affari con i PVR?

PERCHE'

COSA

QUANDO

CHI

**DOVE**

COME



## Come possiamo fare affari con i PVR?

DOVE

I mercati di destinazione coincidono con l'ambito territoriale dei PVR. Attenzione: think global, but act local

## Come possiamo fare affari con i PVR?

PERCHE'

COSA

**QUANDO**

CHI

DOVE

COME

## Come possiamo fare affari con i PVR?

QUANDO

Durante tutta la durata della protezione. E l'interregno tra la data della domanda e quella della concessione? Per coloro che non sono ancora annoiati con il caso Sentenza della CGUE del 19 dicembre 2019, C-176/18, qualche altro commento

## Come possiamo fare affari con i PVR?

PERCHE'

COSA

QUANDO

CHI

DOVE

COME

## Come possiamo fare affari con i PVR?

COME

- 1) Scegliere i mercati di destinazione
- 2) Scegliere il modello di business
- 3) Scegliere la struttura legale più adatta al vostro modello di business
- 4) Naturalmente, non dimenticare mai di assicurarsi la protezione adeguata!
- 5) Redigere i contratti adeguati

## Commenti conclusivi

La migliore risposta al caso Sentenza CJEU del 19 dicembre 2019, C-176/18  
è, in una parola,

### CONTRATTO

Perché se scegliete il contratto adeguato con i partner commerciali adeguati tra  
la data di deposito e la data di concessione, sarete sempre qualcuno da  
considerare responsabile per pagare i danni in caso di violazione

## Qualche altro commento ../..

Il contratto è sufficiente a prevenire le violazioni?



Certo che no

In caso di violazioni/infrazioni, sarebbe meglio avere un contratto per reagire?



Sì, certo

## Q&A

Vi prego di essere clementi, farò del mio meglio per rispondere alle vostre domande....





## Indice della fonte dell'immagine

- Diapositiva 9: Kevin Costner  
<https://www.filmstories.co.uk/wp-content/uploads/2019/10/robin-hood-prince-of-thieves-850x600.jpg>
- Diapositiva 27: DOMANDE E RISPOSTE  
[https://cdn4.iconfinder.com/data/icons/customer-feedback-navy-vol-2/64/QA\\_Session-512.png](https://cdn4.iconfinder.com/data/icons/customer-feedback-navy-vol-2/64/QA_Session-512.png)

## **Emanuela Truffo**

### ***Partner, Jacobacci & Associati, Torino, Italia***

Emanuela è specializzata in questioni di proprietà intellettuale contenziose e non contenziose (incluse nuove varietà vegetali e diritti di personalità) e in contenziosi commerciali (incluso il recupero di crediti internazionali e nazionali), attraverso una pratica locale e internazionale di ampio respiro. Ha sviluppato una particolare competenza nella negoziazione e nella redazione di accordi come quelli di licenza, di non divulgazione, di non concorrenza e di coesistenza riguardanti i diritti di proprietà intellettuale e i diritti d'autore, così come nelle transazioni commerciali. Ha inoltre sviluppato una specifica esperienza come general counsel (con riferimento a questioni commerciali e di proprietà intellettuale) di medie imprese italiane, con particolare attenzione alle esportazioni. Si è laureata in giurisprudenza con lode presso l'Università di Torino nel 1999. È stata ammessa all'albo degli avvocati (Torino) nel 2003.

Nel 2006 si è laureata con lode presso la Facoltà di Economia dell'Università di Torino con un Master post-laurea in marketing e comunicazione, con la tesi sul valore della marca e la brand equity nel settore automotive "*Per far correre Fiat 500: marketing e licensing per un brand icona*".

Emanuela è una frequente relatrice a seminari sulla proprietà intellettuale e su questioni contrattuali e collabora con la Camera di Commercio di Torino in relazione a seminari sulla proprietà intellettuale e attività di formazione.

Emanuela è regolarmente docente presso la Facoltà di Economia dell'Università di Torino e di Genova e presso l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo (CN).

Emanuela collabora anche con la Camera di Commercio e Industria Italiana per il Regno Unito ed è membro del Ciopora.

È collaboratrice della rivista GAR per gli anni 2019-2021.

È collaboratrice di The Lawyer's Daily, magazine online pubblicato da LexisNexis Canada.

Grazie!

Emanuela Truffo - Partner

Tel. +39 11 2413087 - Fax +39 11 859804 - [etruffo@jacobacci-law.com](mailto:etruffo@jacobacci-law.com)

Avv. Emanuela Truffo / Partner  
[etruffo@jacobacci-law.com](mailto:etruffo@jacobacci-law.com)

**JACOBACCI**  
AVVOCATI • AVOCATS A LA COUR • ABOGADOS