

Lo sviluppo di nuove tecnologie richiede un insieme di conoscenze non solo in campo tecnologico, ma anche finanziario e gestionale. ICM Advisors, società internazionale indipendente di consulenza e ricerca economico-finanziaria specializzata nella valutazione, valorizzazione e finanziamento degli asset intangibili marketing (brand, relazione con canale e clienti,...) e tecnologici (brevetti, copyright, know-how,...), fornisce servizi di consulenza rivolti alla promozione, sviluppo e monetizzazione delle conoscenze tecnologiche per aziende, enti pubblici, agenzie di sviluppo economico, centri di ricerca ed istituti accademici.

I servizi di Technology Value Management© (TVM) sono di supporto alla direzione aziendale per trovare una risposta ai seguenti quesiti:

- Quali nuove proposte possono a breve, a medio e a lungo termine essere adottate in campo tecnologico?
- Quale vantaggio competitivo possiedono gli altri operatori rispetto alla nostra società? Come potrebbero utilizzarlo contro o a favore della nostra società?
- Quali tecnologie sono ormai obsolete e con cosa potrebbero essere sostituite?
- Chi sta lavorando sulle nuove tecnologie chiave per la nostra azienda e per il settore? Come si può entrare in contatto con loro?
- In sintesi
- Cosa si deve fare per non essere colti di sorpresa?
- Dove devono essere convogliati gli investimenti tecnologici per ottenere un importante vantaggio competitivo?

COMPETITIVE TECHNOLOGY INTELLIGENCE

La competitive technology intelligence è un metodo che permette di scoprire, monitorare, valutare, compilare e trasformare le informazioni in conoscenza utilizzabile.

Trovare le informazioni non è un problema. Il vero fattore critico è la capacità di estrarre da dati grezzi le informazioni utili in maniera efficace. ICM grazie alle sue conoscenze in campo tecnologico ed alle sue elevate capacità di analisi di mercato è in grado di offrire servizi che rispondano alle esigenze di ogni singolo cliente.

I servizi di competitive technology intelligence forniti da ICM sono principalmente rivolti a:

- Monitorare il mercato
- Supportare le scelte del management
- Conoscere in anticipo le potenzialità e le intenzioni dei propri concorrenti
- Selezionare in via prioritaria le tecnologie da sviluppare e da lanciare sul mercato
- Individuare partner per lo sviluppo e la commercializzazione di una nuova tecnologia
- Creare all'interno di ogni azienda un team di Competitive Technological Intelligence

Lo staff di ICM vuole rendere utilizzabile il know how per il cliente. Lavora con cliente per creare un prodotto migliore costruito in base alle sue specifiche esigenze, partendo dal profilo dei concorrenti, passando per una visione d'insieme del mercato per arrivare ad un programma completo di intelligence.

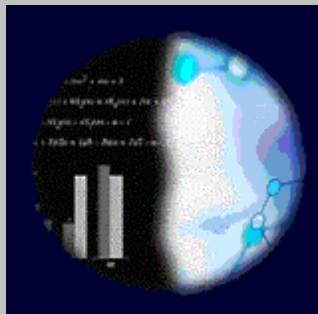
Un elenco dei servizi che ICM è in grado di offrire sono:

▪ BUSINESS AND COMPETITOR INTELLIGENCE

- Analisi globale del business
- Profilo dei concorrenti
- Valutazione e descrizione delle informazioni più importanti
- Informazioni ed intelligence relative ai possibili clienti/partner

▪ TECHNOLOGY MONITORING SERVICES

- Analisi globale del business, della tecnologia e dei brevetti
- Aggiornamenti continui sulle informazioni
- Approfonditi progetti di ricerca
- Elevata formazione del personale nelle tecniche e nelle procedure di ricerca



▪ **INDUSTRY ANALYSIS AND MARKET RESEARCH**

- Informazioni ed intelligence relative ai possibili futuri clienti come supporto alle tecniche di vendita
- Identificazione dei partner
- Informazioni sul business e sullo sviluppo tecnico di prodotto
- Analisi di settore

TECHNOLOGY & PATENT VALUATION

Valutare una nuova tecnologia è un problema complesso. Il processo di valutazione di ICM include un'analisi di mercato, del profilo dell'inventore, dello stadio di sviluppo della tecnologia ed infine un'analisi finanziaria.

Ci sono specifici argomenti che, però, devono essere affrontati prima che sia dato un valore di mercato ad una determinata tecnologia come:

- Definire il prodotto e valutare il valore industriale percepito
- Identificare il cliente finale e determinare la dimensione del mercato
- Identificare il vantaggio competitivo, l'unicità ed il livello di innovazione che la nuova tecnologia porterà nel mercato di riferimento.
- Valutare la maturità del mercato
- Conoscere i regolamenti ed i vincoli esistenti
- Valutare le eventuali licenze
- Determinare la durata del ciclo del prodotto

ICM focalizza la sua esperienza nell'analisi di mercato, nella technological & competitive intelligence e nell'analisi dei dati economici di settore per fornire una valutazione documentata della proprietà intellettuale sia a livello di singolo brevetto sia dell'intero portafoglio brevetti.

Le valutazioni di ICM possono trovare applicazione nello sviluppo del capitale, nel finanziamento del debito, nell'asset management e nella progettazione della proprietà intellettuale.

ICM sviluppa le sue valutazioni in un processo composto dalle seguenti tre fasi:

OPPORTUNITY ASSESSMENT

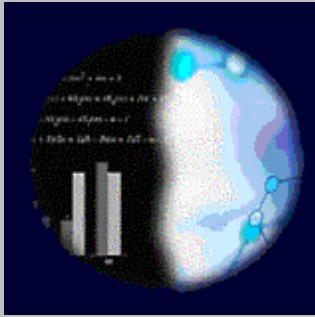
- Identificare i brevetti che presentano debolezze/opportunità tecniche o commerciali ("Go/No Go")
- Analizzare i punti di forza e di debolezza e le opportunità e minacce ad essi connesse
- Identificare i propri competitor e conoscerne il relativo patrimonio di proprietà intellettuale
- Fornire un disegno strategico di commercializzazione e assicurare una significativa riduzione del rischio

COMMERCIAL COMPETITIVE ASSESSMENT

- Creare le basi per il business plan con relativa documentazione
- Consolidare la proposta di valore della proprietà intellettuale
- Fornire un supporto nel reperire le idonee fonti/modalità di finanziamenti per lo sviluppo del business

PATENT VALUATION

- Identificare i fattori di vantaggio competitivo della tecnologia
- Pianificare la segmentazione e la penetrazione del mercato
- Definire il lancio e il ciclo di vita del prodotto
- Pianificare le entrate
- Analizzare e mitigare i fattori di rischio



DEVELOPING A TECHNOLOGY TRANSFER PROCESS

Un'innovazione, un'invenzione o una nuova tecnologia sono le basi su cui poggia un prodotto o un'applicazione. Tali innovazioni affrontano innumerevoli sfide durante le varie fasi del processo di sviluppo, includendo la possibilità di:

- Essere talmente innovativi ed unici da rischiare che il mercato ed i consumatori non riescano a percepire il prodotto come adatto alle loro esigenze
- Non avere ancora prodotti ed applicazioni definiti e completi basati sulla nuova tecnologia
- Avere difficoltà a determinare il valore economico della nuova tecnologia
- Essere un'applicazione ad alto rischio da produrre e da vendere

L'obiettivo di un processo di trasferimento effettivo di tecnologia è quello di riuscire ad identificare e stimare correttamente le innovazioni tecnologiche. I nuovi prodotti devono essere supportati da una strategia di marketing ben definita, da un brevetto o da un'altra modalità di protezione della proprietà intellettuale (marchio, copyright, trade secret,...) che tutelino legalmente quella specifica innovazione e da un processo di trasferimento completo ed attento della tecnologia a garanzia che ogni fase critica venga completata adeguatamente e senza incidenti.

Solitamente un progetto di trasferimento della tecnologia richiede di:

- Verificare l'invenzione prima di qualsiasi presentazione o pubblica rivelazione
- Valutare se l'invenzione o la tecnologia riscuote consensi o se ha un accertato valore di mercato tanto da garantire lo sviluppo delle fasi successive e l'investimento previsto
- Determinare se l'invenzione può essere brevettata

DEVELOPING MARKETING STRATEGIES

La semplice tecnologia di per sé non garantisce il successo dal punto di vista finanziario o il rapido trasferimento dal laboratorio al mercato. Questo compito è riservato al marketing che deve promuovere appunto l'innovazione attraverso idonee politiche commerciali che attraggono potenziali clienti e creino ritorni di cassa.

La strategia di marketing deve saper rispondere alle seguenti domande:

- Quali problemi può risolvere questa tecnologia?
- Quali persone beneficeranno maggiormente di questa invenzione?
- Quali imprese possono essere le più adatte a produrre, distribuire e vendere questa tecnologia?
- Quali sono le persone più influenti in ogni segmento o industria che possono essere interessate a questa innovazione?

Come partner nel processo di trasferimento della tecnologia, ICM può aiutare a determinare le imprese target e i contatti chiave per ottimizzare e migliorare lo sviluppo della strategia di marketing attraverso:

- Business database
- Contatti dei possibili investitori
- Pubblicazioni sulle riviste scientifiche
- Elenchi di conferenze
- Promozione via internet
- Newsletter di industria e settore

Via Monte di Pietà, 21
20121 Milano - Italy
Phone: +39 02 86337602
Fax +39 02 86337400

18, Avenue Louis Casañ
1209 Geneva – Switzerland
Phone: +41 22 747 7832
Fax: +41 22 747 7999

International offices:
Geneva – Grenoble – Paris
Karlsruhe – Düsseldorf – Munich
Turin – Milan – Vicenza

E-mail: icmadvisors@icmadvisors.com

Web Site: www.icmadvisors.com
www.icm-research.com