

I tipi di prodotto

I **tipi di prodotto** sono categorie che identificano la natura specifica degli output di un progetto, classificandoli in base alla loro materialità e modalità di utilizzo. La loro distinzione permette di comprendere meglio come pianificarne la produzione, l'erogazione e la gestione, questo perché esistono tantissime tipologie di prodotto con caratteristiche e problematiche di gestione differenti.

A tal riguardo, il Ministero dello sviluppo economico, fornisce sul proprio sito la **Classificazione di Nizza**, istituita in virtù di un accordo raggiunto alla Conferenza diplomatica di Nizza il 15 giugno 1957, riveduto a Stoccolma nel 1967 e a Ginevra nel 1977, e modificato nel 1979.

I paesi aderenti alla **Classificazione di Nizza** (adottata principalmente per classificare prodotti e servizi in sede di registrazione di marchi) sono tenuti a seguire alcuni obblighi che facilitano la protezione e gestione della proprietà intellettuale su scala internazionale. Ecco i principali obblighi:

1. Adozione della Classificazione:

- I paesi aderenti devono adottare la Classificazione di Nizza nei loro sistemi di registrazione dei marchi. Ciò significa che tutte le richieste di marchio per prodotti e servizi devono essere categorizzate seguendo le 45 classi stabilite dal sistema (34 per i prodotti e 11 per i servizi).

2. Uso degli Aggiornamenti:

- La Classificazione di Nizza viene periodicamente aggiornata per riflettere l'emergere di nuovi prodotti e servizi, nonché per migliorare la descrizione di categorie esistenti. I paesi membri sono obbligati a implementare queste modifiche nei loro registri nazionali o regionali, garantendo coerenza a livello globale.

3. Uniformità nella Terminologia:

- Gli Stati membri devono usare la terminologia della Classificazione di Nizza per descrivere i prodotti e i servizi nelle domande di marchio, rendendo il processo uniforme e più comprensibile internazionalmente.

4. Cooperazione Internazionale:

- I paesi aderenti devono collaborare con la **WIPO (World Intellectual Property Organization)**, che gestisce la Classificazione di Nizza, per garantire che le modifiche e le interpretazioni della classificazione siano applicate in modo armonizzato.

5. Accesso Pubblico:

- Gli stati devono garantire l'accessibilità pubblica alle informazioni sui marchi registrati e sulle relative classi di prodotto e servizio secondo la Classificazione di Nizza. Questo favorisce la trasparenza e permette alle imprese di verificare la disponibilità di un marchio prima della registrazione.

Questi obblighi promuovono l'armonizzazione della protezione del marchio a livello internazionale, facilitando l'ottenimento di diritti di proprietà intellettuale validi in più paesi e riducendo potenziali conflitti tra registrazioni nazionali ed estere.

La **Classificazione di Nizza** è un sistema internazionale usato principalmente per classificare i prodotti e i servizi ai fini della registrazione dei marchi. Questo sistema assegna a ciascun tipo di prodotto o servizio una categoria specifica in base alla sua natura e al suo settore di appartenenza.

Vediamo come i principali tipi di prodotto si collegano alla classificazione di Nizza:

1. **Prodotti Tangibili:** Rientrano nelle classi 1-34 della Classificazione di Nizza, che comprendono beni fisici come prodotti chimici, macchinari, apparecchiature elettriche, abbigliamento e generi alimentari. I beni materiali, o tangibili, sono più facili da classificare perché si riferiscono a oggetti concreti.
2. **Prodotti Intangibili:** Alcuni beni intangibili, come i brevetti e i diritti d'autore, non rientrano nella Classificazione di Nizza per i marchi, in quanto vengono regolati da diritti di proprietà intellettuale differenti. Tuttavia, altri beni immateriali come i software (spesso considerati intangibili) sono inclusi nella classe 9, che riguarda i dispositivi informatici e i programmi.
3. **Prodotti Digitali:** Possono rientrare principalmente nella classe 9 (che include software e prodotti digitali per computer) e nella classe 42 (che copre servizi tecnologici e di progettazione software).
4. **Servizi:** Le classi 35-45 della Classificazione di Nizza riguardano vari tipi di servizi, come consulenza aziendale (classe 35), servizi educativi (classe 41), servizi informatici (classe 42) e così via. Questa categoria aiuta a coprire i servizi offerti che non si identificano con beni materiali ma con prestazioni e consulenze.

Quindi, la **Classificazione di Nizza** permette di inquadrare formalmente ogni tipo di prodotto o servizio rispetto alla sua natura, facilitando la registrazione dei marchi e la protezione della proprietà intellettuale.

Ecco le principali categorie con una definizione:

1. **Prodotti tangibili:** Beni fisici che hanno una consistenza materiale e possono essere toccati e utilizzati, come dispositivi, attrezzature o componenti fisici.
2. **Prodotti intangibili:** Beni immateriali, privi di consistenza fisica, il cui valore risiede nell'uso o nel diritto che conferiscono, come brevetti, licenze, o anche software.
3. **Prodotti digitali:** Prodotti intangibili distribuiti e fruibili solo tramite dispositivi digitali, quali file digitali, software o contenuti multimediali.
4. **Servizi:** Prodotti non materiali, che consistono in attività erogate al cliente, come consulenze, manutenzioni o formazioni, consumati al momento della fruizione.

I prodotti tangibili sono beni materiali, ovvero oggetti fisici che possono essere toccati e misurati, come ad esempio elettrodomestici, veicoli, mobili o altri articoli prodotti e venduti fisicamente. Questi prodotti hanno una presenza fisica e richiedono risorse materiali, produzione, e spesso processi di logistica per essere distribuiti.

"beni materiali" e "prodotti tangibili" sono termini molto simili e spesso usati come sinonimi. Tuttavia, in project management e business, "**prodotti tangibili**" è un termine preferito perché include anche il concetto di *creazione del valore* attraverso un processo, non solo il bene fisico in sé.

In pratica:

- **Beni materiali** è un termine più ampio, usato in economia per indicare qualsiasi bene fisico, mentre
- **Prodotti tangibili** enfatizza il risultato di un processo produttivo o di un progetto, evidenziando il legame tra la produzione e l'obiettivo del progetto.

In GPOI, usare "prodotti tangibili" può aiutare gli studenti a collegare il concetto di "prodotto" a un risultato specifico del progetto e non solo al bene fisico.

I **prodotti intangibili** e i **beni immateriali** sono termini spesso usati in modo intercambiabile, ma hanno sfumature diverse che ne precisano il contesto e l'uso:

1. **Prodotti Intangibili:**

- Rientrano nella categoria di elementi o servizi che non hanno una forma fisica, come il software, la consulenza, i diritti d'autore, i brevetti e il know-how.
- Il termine "prodotti intangibili" viene usato spesso in contesti di marketing e vendite, perché si riferisce a beni non fisici che possono essere comprati, venduti o concessi in licenza.
- Esempi di prodotti intangibili sono i software scaricabili, gli abbonamenti digitali, i contenuti in streaming, ma anche competenze e servizi professionali che vengono venduti come "prodotti".

2. **Beni Immateriali:**

- Si riferiscono a risorse e asset non tangibili che hanno valore per un'azienda, come brevetti, marchi registrati, proprietà intellettuale, reputazione e anche relazioni con i clienti.
- Il termine "beni immateriali" è maggiormente usato in ambito legale e contabile, poiché rappresenta risorse durevoli che apportano valore nel lungo termine. È comune parlare di beni immateriali nei bilanci aziendali e nelle valutazioni d'impresa, come le licenze o il goodwill (avviamento), che contribuiscono al valore aziendale ma non sono direttamente misurabili fisicamente.

In sintesi:

- **Prodotti intangibili** sono beni che, pur non avendo una forma fisica, possono essere venduti come prodotti.
- **Beni immateriali** rappresentano il valore intangibile per un'azienda e sono asset registrati nei bilanci come risorse aziendali non fisiche.

I **tipi di prodotto** possono variare in base alla natura dei progetti e degli obiettivi aziendali. Di seguito una panoramica sui principali tipi di prodotto:

1. **Prodotti tangibili:** Questi sono prodotti fisici, come ad esempio beni di consumo, dispositivi elettronici, o qualsiasi articolo materiale prodotto e venduto. Sono facili da misurare e valutare, ma richiedono una gestione di risorse materiali, logistica e distribuzione.
2. **Prodotti intangibili:** Non sono oggetti fisici, ma includono beni come il software, brevetti, o servizi. La gestione di questi prodotti può essere complessa, poiché sono valutati più in termini di funzionalità, prestazioni e qualità percepita che di valore fisico.

3. **Servizi:** Differenti dai prodotti tradizionali, i servizi offrono valore attraverso l'esperienza o il supporto. Esempi includono la consulenza, il supporto tecnico, e servizi di formazione. La qualità del servizio è spesso determinata dalla soddisfazione del cliente.
4. **Prodotti digitali:** Include beni digitali come app, piattaforme web, o contenuti multimediali. Essi richiedono una gestione del ciclo di vita, con aggiornamenti regolari e manutenzione per mantenere l'utilità e la qualità per l'utente finale.
5. **Prodotti ibridi:** Sono una combinazione di beni e servizi, come un dispositivo elettronico che include anche assistenza e supporto post-vendita. La gestione di prodotti ibridi implica un'attenzione sia ai dettagli tecnici che alle esperienze degli utenti.

In base al tipo di prodotto, la **strategia di gestione del progetto** cambia: per esempio, un prodotto tangibile richiederà pianificazione della logistica e controllo qualità, mentre uno intangibile potrà necessitare di test su funzionalità e prestazioni.