

To defend themselves against potential counterfeiters, innovative businesspeople today have new tools available

INNOVATION FOR THE FUTURE

by Enrico Fabbri

It was back in 1986 when I took part, together with my father, at a trade show at Hotel dei Cavalieri in Rome, organised by ESU-UFE (the European Showmen's Union). The manufacturers had small booths in the hall leading to the entrance of the ESU-UFE congress. The purpose was to allow participants at the association's meeting to see our products whenever they entered and left the conference.

In those years Far Fabbri, headed by my father with the collaboration of other partners and employees such as Renzo Martini and Franco Fabbri, was continuously turning out new rides: *Ranger*, *Pirate Ship*, *Flying Carpet*, *Crazy Dance*, *Ferris Wheel* etc. Some of these attractions had been conceived, regarding the concept, by German company Huss. Back then Klaus Huss designed and built so many rides that his company can be considered the leading manufacturer in the history of the leisure business. Huss products were advanced in terms of engineering and quality, and were sold on the most profitable markets.

In that period, Italian manufacturers looked to the new ideas by German competitors to create their new releases, introducing variants regarding the number of seats and major innovations regarding the set-up and transport systems. The market was expanding quickly, and many manufacturers presented a new ride every year.

Over time, Italian manufacturers of portable attractions (on semi-trailers) have taken over from several German manufacturers, while the position that the Italians once held is today occupied by emerging new Turkish, Polish and Czech manufacturers.

To do battle with these new competitors, Italian manufacturers need to innovate and protect their innovations using the tools made available by laws in Europe and above all in the USA. Today, making a new ride that is similar to one made by another manufacturer is no longer a business model for growth.

Recent European and American legislation in fact tends to punish competitors that produce exact copies of other manufacturers' products, and the sanctions are particularly harsh if the construction designs are copied, representing a violation of trade secrets. On the other hand, it is permitted to take an idea from a competitor and integrate it into another idea, in such a way that the 2 do not coincide.

These new laws respond to the needs of manufacturers that wish to defend themselves against counterfeiting, offering various solutions, such as registering an invention, a product model and a product brand or trademark. The procedure for registering an invention is quite complex, drawn out and expensive, however the other 2 are fast and usually do not cost more than 2,000 euros.

For counterfeiters who copy a product protected by invention or model registration, the economic risks are very high. The original manufacturer is under no obligation to grant a license to the counterfeiter, and indeed can request the latter (and the final operator) to withdraw the copied product from the market, meaning economic damage that multiplies according to the number of rides sold. ■

enrico@fabbrirides.com



Fabbri Rides

Per tutelarsi contro potenziali contraffattori, l'imprenditore innovativo ha oggi a disposizione nuovi strumenti

INNOVAZIONE PER IL FUTURO

di Enrico Fabbri

Era l'anno 1986 quando partecipai con mio padre a una fiera a Roma organizzata da ESU-UFE (l'associazione europea degli esercenti spettacoli viaggianti) presso l'Hotel dei Cavalieri. I costruttori avevano piccoli spazi nel salone che portava all'ingresso del congresso ESU-UFE. Lo scopo era che i partecipanti a quel meeting associativo potessero vedere i nostri prodotti ogni volta che entravano e uscivano.

In quegli anni Far Fabbri, guidata da mio padre, con la collaborazione di altri soci e collaboratori come Renzo Martini e Franco Fabbri, sfornava continuamente nuove attrazioni: il *Ranger*, la *Barca Pirata*, il *Tappeto Volante*, il *Crazy Dance*, la *Ruota Panoramica* eccetera. Alcune di queste attrazioni erano state ideate, nel concetto, dalla società tedesca Huss. In quegli anni Klaus Huss progettò e costruì così tante attrazioni che può essere considerato il costruttore più importante nella storia del leisure. I prodotti di Huss erano all'avanguardia per ingegneria e qualità e venivano venduti nei mercati più redditizi.

In quegli anni i costruttori italiani guardavano alle nuove idee di competitor tedeschi per realizzare le loro novità, introducendo alcune varianti riguardo al numero dei posti a sedere e maggiori innovazioni relativamente ai sistemi di montaggio e trasporto. Il mercato era in piena espansione, ed erano molti i costruttori che presentavano una giostra nuova ogni anno.

Nel tempo i costruttori italiani di attrazioni portatili (su semirimorchio) hanno preso il posto dei diversi costruttori tedeschi, mentre la posizione che una volta era degli italiani oggi la stanno occupando i nuovi costruttori turchi, polacchi e cechi che ci incalzano.

Per combattere i nuovi competitor i costruttori italiani devono quindi innovare e proteggere le loro innovazioni utilizzando gli strumenti offerti dalle leggi in Europa e soprattutto negli Usa. Oggi realizzare nuove attrazioni simili a quelle di un altro costruttore non è più un modello di crescita aziendale.

Le nuove normative europee e americane, infatti, tendono a punire il competitor che copia pedissequamente il prodotto altrui, e puniscono in modo particolarmente pesante qualora siano copiati i progetti esecutivi supponendo una violazione del segreto industriale. È invece consentito prendere uno spunto da un competitor per poi integrarlo diversamente all'interno di un'altra attrazione in modo tale che le due giostre non possano essere sovrapposte.

Le nuove leggi vengono quindi incontro ai costruttori che desiderano proteggersi dalla contraffazione, offrendo diverse soluzioni, quali il deposito d'invenzione, il deposito di un modello di prodotto e il deposito di un marchio di un prodotto. La procedura per il deposito di invenzione è molto complessa, lunga nei tempi e costosa, ma le altre due sono veloci e hanno costi che di solito non superano i 2 mila euro.

Per il contraffattore che copia un prodotto protetto da invenzione o modello i rischi economici sono molto elevati. Il costruttore originale non ha nessun obbligo di concedere una licenza al contraffattore, anzi il primo potrebbe chiedere al contraffattore (e all'operatore finale) di ritirare dal mercato il prodotto copiato, con un danno economico che si moltiplica a seconda del numero di attrazioni vendute. □

enrico@fabbrirides.com