

# Orizzonti IP e Advertising

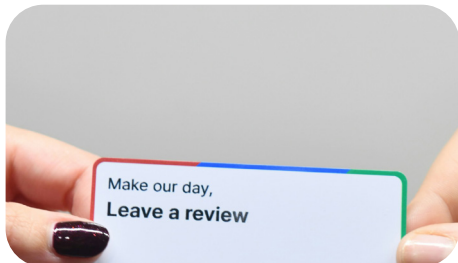
---

Proteggere le idee, potenziare l'impresa

La proprietà intellettuale e la pubblicità sono asset economici fondamentali per un'impresa. Proteggere l'identità aziendale, l'ingegno, l'innovazione e la comunicazione è essenziale per permettere al business di crescere in modo sicuro.

*Orizzonti IP e Advertising* nasce per colmare la distanza tra il diritto e il business reale. Approfondimenti selezionati per guidare imprenditori e manager nelle scelte di tutela dei diritti di proprietà intellettuale in Italia e all'estero. Una sintesi mensile, ragionata e puntuale, dei cambiamenti nel mondo della proprietà intellettuale e della pubblicità: novità normative e analisi di casi giurisprudenziali, consigli pratici di natura legale e fiscale.

# 01



Nuove regole per le recensioni online: requisiti di liceità e divieti  
p. 3

# 02

```
var check = function() {
  //is the element visible when appears
  check = function() {
    //is the element hidden
    if (!t.is('visible')) {
      //it became hidden
      t.appeared = false;
      return;
    }
    //is the element inside the visible window
    var a = w.scrollLeft();
    var b = w.scrollTop();
    var d = t.offset();
    var x = 0;
    var y = 0;
    var ax = settings.accx;
    var ay = settings.accy;
    var th = t.height();
    var wh = w.width();
    var tw = t.width();
    var ww = w.width();
    if (y + th + ay >= b &&
        y <= b + wh + ay &&
        x + tw + ax >= a &&
        x <= a + ww + ax) {
      //trigger the custom event
      if (!t.appeared) t.trigger('appear', settings);
    } else {
      //it scrolled out of view
      t.appeared = false;
    }
  };
  //create a modified fn with some additional logic
  var modifiedFn = function() {
    //mark the element as visible
    t.appeared = true;
    //is this supposed to happen only once?
    if (settings.one) {
      //remove the check
      w.unbind('scroll', check);
      var i = $.inArray(check, $.fn.appear.checks);
      if (i >= 0) $.fn.appear.checks.splice(i, 1);
    }
    //trigger the original fn
    fn.apply(this, arguments);
  };
  //bind the modified fn to the element
  t.unbind('appear', settings.data.modifiedFn);
  t.bind('appear', settings.data.modifiedFn);
};
```

# 03



Le Maldive introducono un moderno sistema di registrazione e tutela dei marchi  
p. 6

# 04



Pillole di giurisprudenza  
p. 7

UDRP: nuova procedura accelerata contro la registrazione illecita di nomi a dominio  
p. 4

# Nuove regole per le recensioni online: requisiti di liceità e divieti

La Legge annuale sulle piccole e medie imprese del 4 marzo 2026 (“Legge PMI 2026”) ha introdotto nuove regole per contrastare il fenomeno delle false recensioni online nel settore della ristorazione e turistico in genere, introducendo indicazioni chiare sui requisiti di liceità delle recensioni, divieti e linee guida.

## Requisiti di liceità delle recensioni

Le nuove disposizioni hanno chiarito i requisiti affinché una recensione sia lecita, in particolare:

- 1 deve essere rilasciata non oltre 30 giorni dalla data di utilizzo del prodotto o fruizione del servizio
- 2 deve essere rilasciata dalla persona fisica che ha effettivamente e personalmente utilizzato il prodotto o fruito del servizio (si presume autentica la recensione corredata di evidenze del rilascio di documentazione fiscale)
- 3 non deve essere frutto di dazione o promessa di sconti, benefici o altra utilità da parte del fornitore o suoi intermediari.

In ogni caso, una recensione non è più lecita decorsi 2 anni dalla sua pubblicazione, per mancanza di attualità.

## Come chiedere la rimozione della recensione

È possibile chiedere la rimozione di una recensione illecita, vale a dire che non rispetti i requisiti sopra indicati. Per fare ciò, bisogna segnalare la recensione nei modi indicati dall’art. 16, co. 2 del Digital Service Act (Reg. EU 2022/2065), vale a

dire:

- spiegando i motivi per cui si ritiene illecita la recensione
- indicando l’ubicazione elettronica esatta di tali informazioni (es. gli indirizzi URL esatti e, se necessario, informazioni supplementari che consentano di individuare il contenuto ritenuto illecito)
- indicando il nome e l’indirizzo di posta elettronica della persona o dell’ente che presenta la segnalazione
- dichiarando la buona fede di chi effettua la segnalazione e la completezza delle informazioni e dichiarazioni ivi contenute.

## Divieti e sanzioni

È fatto assoluto divieto di comprare, vendere o comunque cedere, a titolo oneroso o gratuito, anche tra imprenditori e intermediari, recensioni online, apprezzamenti o interazioni, indipendentemente dalla loro successiva divulgazione/pubblicazione.

Oltre alla responsabilità penale, in caso di violazione di tale divieto, l’AGCM potrà comminare sanzioni amministrative, esercitando i propri poteri investigativi e sanzionatori.

## Step successivi per l’applicazione delle nuove disposizioni

Queste nuove regole si applicano esclusivamente alle recensioni pubblicate successivamente all’entrata in vigore della Legge PMI 2026, vale a dire successive al 7 aprile 2026.

In ogni caso, siamo in attesa dell’emanazione da parte dell’AGCM di linee guida idonee ad orientare le imprese nell’adozione di accorgimenti idonei ad assicurare il rispetto dei requisiti di liceità delle recensioni online.

In definitiva, occorre, dunque, fin d’ora porre maggiore attenzione nel monitoraggio delle proprie recensioni online, valutando caso per caso con professionisti esperti della materia eventuali attività da porre in essere.

Make our day,  
Leave a review

# UDRP: nuova procedura accelerata contro la registrazione illecita di nomi a dominio

A partire dal 9 marzo 2026, l'Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale (OMPI) ha introdotto un nuovo procedimento opzionale più rapido per il recupero di nomi a dominio contenenti il proprio marchio registrati illecitamente da terzi. Si tratta di una versione accelerata del procedimento c.d. UDRP (Uniform Dispute Resolution Procedure), denominato **"Priority UDRP"**.

## Che cosa cambia

- La Priority UDRP permetterà di ottenere una decisione in tempi rapidissimi (entro 1 mese dal suo avvio, anziché i 2 mesi del procedimento UDRP ordinario), senza tuttavia ridurre i tempi per permettere la difesa delle parti.
- A venire ridotti e ottimizzati sono i tempi di gestione amministrativa delle procedure, che saranno gestite da un team dedicato dell'OMPI, che comporterà una maggior efficienza amministrativa.
- La Priority UDRP non sostituisce il tradizionale procedimento UDRP, che sarà sempre possibile avviare.

## A quali casi si applica la Priority UDRP

Come tutti i procedimenti d'urgenza, sarà possibile accedere a questa procedura accelerata unicamente in alcuni casi, in particolare:

1

**Controversie** relativamente semplici e relative a un **massimo di 5 domini**

2

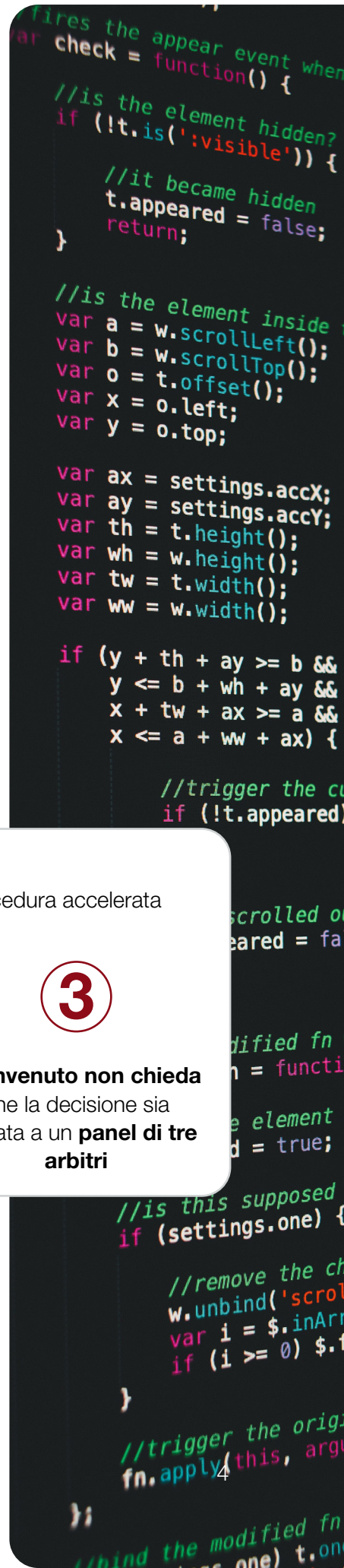
**Controversie** che possano essere **risolte da un singolo arbitro**

3

Il **convenuto non chiedi** che la decisione sia affidata a un **panel di tre arbitri**

## Costi della Priority UDRP

Le tasse da pagare per la Priority UDRP sono pari a 4'000 USD (molto più alte rispetto al procedimento UDRP ordinario, per il quale gli importi sono all'incirca di 1'500 USD per un procedimento affidato a un panel monocratico e per cinque domini).



Tuttavia, è prevista una significativa riduzione dei costi nel caso in cui la contestazione sia ritirata da parte dell'attore entro certi tempi.

In particolare, l'OMPI restituisce tutte le tasse, trattenendo solo:

- **100 USD** nel caso di ritiro della contestazione prima che sia notificata a controparte
- **500 USD** nel caso di ritiro della contestazione dopo la sua notifica a controparte.

In passato, l'OMPI tratteneva sempre 500 USD, indipendentemente dal momento in cui veniva ritirata la procedura.

## Quando conviene la Priority UDRP

Considerati i costi significativamente più elevati rispetto alla procedura UDRP ordinaria, sarà consigliabile avviare una Priority UDRP principalmente

- per questioni molto urgenti, quando il tempo ha un impatto effettivamente negativo sulle attività dell'impresa (es. lancio di nuovi prodotti o campagne) o
- nel caso in cui i nomi a dominio siano utilizzati per attività di phishing o campagne fraudolente, che possono avere un impatto particolarmente negativo sulla brand reputation dell'impresa il cui marchio è illecitamente contenuto nei domini oggetto di contestazione.

```
fires the appear event when
var check = function() {
  //is the element hidden?
  if (!t.is(':visible')) {
    //it became hidden
    t.appeared = false;
    return;
  }

  //is the element inside
  var a = w.scrollLeft();
  var b = w.scrollTop();
  var o = t.offset();
  var x = o.left;
  var y = o.top;

  var ax = settings.accX;
  var ay = settings.accY;
  var th = t.height();
  var wh = w.height();
  var tw = t.width();
  var ww = w.width();

  if (y + th + ay >= b &&
      y <= b + wh + ay &&
      x + tw + ax >= a &&
      x <= a + ww + ax) {

    //trigger the cu
    if (!t.appeared)

  } else {

    //it scrolled o
    t.appeared = fa
  }
};

//create a modified fn
var modifiedFn = functi

//mark the element
t.appeared = true;

//is this supposed
if (settings.one) {

  //remove the ch
  w.unbind('scrol
  var i = $.inArr
  if (i >= 0) $.f

}

//trigger the orig
fn.apply(this, argu

};

//bind the modified fn
( settings.one) t.on
```

# Le Maldive introducono un moderno sistema di registrazione e tutela dei marchi

Con la Legge 19/2025 (Trademark Act) le Maldive hanno adottato per la prima volta un sistema di registrazione e tutela dei marchi completo, in linea con gli standard internazionali, abbandonando il precedente sistema basato sulle c.d. *Cautionary Notices* e prevedendo la registrazione formale dei marchi in un registro gestito dall'Ufficio per la Proprietà Intellettuale delle Maldive ("MIPO" - istituito con Legge 13/2025).

## Che cosa cambia

A differenza di quanto avveniva in passato (in cui per tutelare un marchio nelle Maldive era necessario pubblicare periodicamente delle *Cautionary Notices* su giornali locali), a partire dall'11 novembre 2026 chi intende tutelare un marchio nelle Maldive potrà procedere alla sua registrazione formale presso il registro tenuto dal MIPO, secondo un sistema in linea con gli standard internazionali e basato sul principio del "First-to-file".

In particolare, le principali novità del nuovo moderno sistema di tutela marchi sono:

- una definizione ampia di marchio, che include anche i segni "non tradizionali"
- la possibilità di registrare marchi di certificazione o collettivi
- la possibilità di far valere la priorità di un marchio precedente
- un esame approfondito in fase di registrazione
- un periodo di opposizione di tre mesi
- un periodo di validità del marchio di 10 anni, rinnovabili
- un periodo di grazia di sei mesi per rinnovare il marchio dopo la sua scadenza
- la possibilità di proteggere marchi notori
- la possibilità di far dichiarare decaduto un marchio non utilizzato per un determinato periodo di tempo
- rimedi civili e penali per la lotta alla contraffazione.

## Entrata in vigore, tempistiche e periodo transitorio

La nuova legge entrerà in vigore l'11 novembre 2026 ed è prevista la pubblicazione di linee guida operative entro i sei mesi successivi. Pertanto, il nuovo sistema di registrazione marchi non sarà completamente operativo prima dell'inizio del 2027.

È previsto un periodo transitorio di dodici mesi (dall'11 novembre 2026 all'11 novembre 2027) in cui i titolari dei marchi oggetto di precedenti *Cautionary Notices* dovranno procedere al deposito formale delle domande di marchio ai sensi della nuova normativa al fine di non perdere la priorità derivante dall'uso precedente.

## I prossimi passi

È assolutamente consigliabile, per tutti i titolari di marchi che hanno in passato pubblicato *Cautionary Notices*, continuare a pubblicarle per tutto il 2026 ai fini di maggior tutela, finché cioè il nuovo sistema di tutela e registrazione non sia completamente operativo.

Contestualmente, è essenziale valutare e procedere, assistiti da consulenti esperti, alla registrazione dei marchi di proprio interesse nei tempi indicati, al fine di formalizzarne la tutela ed evitare pericoli di deposito in mala fede da parte di altri soggetti.



# Pillole di giurisprudenza

**Marchio e promozione pubblicitaria: è lecito l'utilizzo da parte di un ex licenziatario di un marchio registrato se effettuato per descrivere i prodotti e servizi offerti (Trib. Firenze, 23.10.2024)**

Con sentenza del 23.10.2024, il Tribunale di Firenze ha ritenuto lecito l'utilizzo di un marchio registrato da parte di un'officina automobilistica per descrivere i propri servizi e per presentarsi al pubblico come specializzata nell'assistenza a veicoli di una specifica casa automobilistica, pur essendo terminato il rapporto di licenza tra la casa automobilistica e l'officina stessa. Al contrario, sarebbe stato illecito l'utilizzo del marchio finalizzato a presentarsi come componente riconosciuto della rete della casa automobilistica, senza esserlo.

## L'avvocato consiglia

È consigliabile porre particolare attenzione alla predisposizione dei contratti di licenza, avendo cura di regolare con chiarezza gli obblighi relativi all'uso del marchio oggetto della licenza al fine di cercare di limitare il più possibile utilizzi potenzialmente lesivi.

**Design non registrato: il livello di protezione del design non registrato è ridotto rispetto a quello di un design registrato (Trib. Milano 10.12.2024)**

Con sentenza del 10.12.2024, il Tribunale di Milano ha ribadito che il livello di protezione accordato dal regolamento CE 6/2002 ai design non registrati è inferiore rispetto a quello accordato al titolare di un disegno o modello registrato. I design non registrati sono protetti solo contro la copiatura volontaria (intesa come imitazione pedissequa) e la durata di tale protezione è limitata a soli 3 anni dalla data di prima divulgazione al pubblico.

## L'avvocato consiglia

È consigliabile porre particolare attenzione al mantenimento della segretezza del design fino al momento dell'effettiva immissione in commercio del prodotto contraddistinto dallo stesso, facendo – tra l'altro – sottoscrivere accordi di segretezza a tutti i collaboratori interni o esterni alla propria impresa e in genere a chiunque possa avere accesso al design. Inoltre, laddove di interesse, è consigliabile valutare tempestivamente la possibilità di registrare il design in modo da accedere alla maggior tutela (fino a 25 anni).



## Potrebbe interessarti anche

Fondo Salvaguardia Imprese per marchi storici, riforma dei marchi in Argentina e nuovi limiti all'artigianalità: le novità IP di marzo 2026. [Leggi la news](#)

Green claims 2026: impatti normativi e implicazioni operative per le imprese. [Leggi l'articolo](#)

## Contatti

### **Francesco Inturri**

*Partner*

[francesco.inturri@it.andersen.com](mailto:francesco.inturri@it.andersen.com)

### **Emanuele Sacchetto**

*Manager*

[emanuele.sacchetto@it.andersen.com](mailto:emanuele.sacchetto@it.andersen.com)

Iscriviti alla newsletter, visita il nostro sito  
o seguici su LinkedIn

