

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 privativa 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



Marchi+, Brevetti+ e Disegni+: 32 milioni di euro per sostenere la proprietà industriale delle PMI nel 2026

[p. 3](#)

02



03



Recensioni online: le nuove Linee guida AGCM tra autenticità, trasparenza e tutela della reputazione commerciale

[p. 10](#)

04



Intelligenza artificiale e proprietà intellettuale: il D.Lgs. 179/2026 rafforza la tutela di dati, algoritmi e metodi di addestramento

[p. 7](#)

Pillole di giurisprudenza

[p. 14](#)

Marchi+, Brevetti+ e Disegni+: 32 milioni di euro per sostenere la proprietà industriale delle PMI nel 2026

Incentivi alla proprietà industriale: nuove opportunità per le imprese

Per il 2026, il Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT) rinnova il sostegno alle micro, piccole e medie imprese attraverso i bandi **Brevetti+**, **Marchi+** e **Disegni+**, destinati a favorire lo sviluppo e lo sfruttamento economico di brevetti, marchi e disegni e modelli.

Il pacchetto di agevolazioni dispone di una dotazione complessiva di **32 milioni di euro**, ripartita tra le tre misure. I bandi prevedono l'apertura degli sportelli tra novembre e dicembre, secondo il criterio cronologico di presentazione delle domande e fino a esaurimento fondi.

Brevetti+: valorizzare le invenzioni e favorirne lo sviluppo industriale

Finalità: Sostenere le PMI nell'acquisizione di servizi specialistici finalizzati alla valorizzazione economica di un brevetto, con l'obiettivo di migliorarne la redditività, la produttività e le prospettive di mercato.

Chi può accedere? Le PMI con sede legale e operativa in Italia, in possesso dei requisiti previsti dal bando. Tra i beneficiari rientrano, a determinate condizioni, i titolari di brevetti per invenzione industriale concessi in Italia successivamente al 1° gennaio 2025, di domande nazionali depositate dopo il 1° gennaio 2024 con rapporto di ricerca non negativo, nonché di brevetti europei convalidati in Italia o con effetto unitario a partire dal 1° gennaio 2025.

Quali spese sono ammissibili? Il contributo riguarda servizi specialistici riconducibili a tre aree:

1

Progettazione, ingegnerizzazione e industrializzazione

studi di fattibilità, progettazione produttiva, sviluppo di prototipi, test e certificazioni connessi al brevetto.

2

Organizzazione e sviluppo

riorganizzazione dei processi produttivi, analisi di nuovi mercati e definizione delle strategie di comunicazione e distribuzione.

3

Tutela della proprietà industriale

predisposizione di accordi di segretezza e di licenza del brevetto.



Il progetto non può basarsi su un'unica tipologia di servizio e deve includere almeno un servizio della prima area. Le spese relative all'organizzazione e sviluppo e alla tutela, considerate complessivamente, non possono superare il 20% del piano richiesto.

Entità del contributo a fondo perduto: fino a massimo di **140.000 euro** e può coprire fino all'80% delle spese ammissibili (85% per le imprese in possesso della certificazione della parità di genere; 100% in caso di contitolarità con enti pubblici di ricerca o di licenza esclusiva di brevetti rilasciati da tali enti).

Dotazione disponibile
20 milioni
di euro

Quando presentare le domande? A partire **dal 25 novembre 2026 (dalle ore 12:00 alle 18:00)** attraverso la procedura informatica di Invitalia. In caso di risorse residue, sarà possibile presentare la domanda nei successivi giorni lavorativi, fino a esaurimento fondi.

Marchi+: sostenere la registrazione dei marchi nell'Unione europea e sui mercati internazionali

Finalità: Supportare le PMI nella tutela dei propri marchi all'estero, attraverso contributi in conto capitale per servizi specialistici esterni e tasse di registrazione.

La misura si articola in due linee di intervento.

Misura A: marchi dell'Unione europea

La prima linea sostiene le spese relative alla registrazione dei marchi presso l'EUIPO, l'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale.

Chi può accedere? Per accedere al contributo, l'impresa deve, tra gli altri requisiti, aver depositato la domanda di registrazione presso l'EUIPO a partire dal 1° giugno 2023 e aver ottenuto la registrazione prima di presentare la domanda di agevolazione.

Quali spese sono ammissibili? Le tasse di deposito e i costi per servizi quali la progettazione grafica della rappresentazione del marchio, l'assistenza al deposito, le ricerche di anteriorità e l'assistenza legale in caso di opposizioni successive alla domanda.

Entità del contributo: fino a massimo di **6.000 euro per marchio** e copre fino all'**80% delle spese ammissibili** (85% per le imprese con certificazione della parità di genere).



Misura B: marchi internazionali

La seconda linea agevola la registrazione internazionale presso l'Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale (OMPI), a partire da un marchio registrato a livello nazionale o dell'Unione europea, oltre alle attività e ai servizi specialistici previsti dal bando.

Quali spese sono ammissibili? Le tasse di registrazione, assistenza al deposito, ricerche di anteriorità e assistenza legale in caso di opposizioni o rilievi degli uffici competenti.

Entità del contributo: fino a massimo di **9.000 euro per marchio** e copre fino al **90% delle spese ammissibili** (95% per le imprese con certificazione della parità di genere).

Dotazione disponibile: 2 milioni di euro.

Quando presentare le domande? A partire **dal 3 dicembre 2026 (dalle ore 12:00 alle 18:00)** attraverso la piattaforma dedicata. In caso di risorse residue, sarà possibile presentare la domanda nei successivi giorni lavorativi, fino a esaurimento fondi.

Disegni+: dalla registrazione alla valorizzazione commerciale di disegni e modelli

Finalità: Sostenere le PMI nella valorizzazione economica dei disegni e modelli registrati, finanziando servizi specialistici esterni funzionali alla messa in produzione e alla commercializzazione.

Chi può accedere? Le micro, piccole e medie imprese con sede legale e operativa in Italia, regolarmente costituite e iscritte al Registro delle imprese da almeno due anni, salvo le eccezioni previste per le start-up innovative che siano titolari del disegno o modello oggetto del progetto, registrato presso l'UIBM, l'EUIPO o l'OMPI con designazione dell'Italia. La registrazione deve essere stata effettuata a partire dal 1° gennaio 2024, essere anteriore alla domanda di agevolazione e risultare in corso di validità.

Quali spese sono ammissibili? Il contributo riguarda servizi specialistici esterni quali:

- realizzazione di prototipi e stampi;
- consulenza tecnica per l'organizzazione della catena produttiva e l'impiego di materiali innovativi;
- consulenza per certificazioni di prodotto o di sostenibilità ambientale, esclusa la marcatura CE;
- predisposizione di business plan e piani di marketing;
- progettazione di materiali di comunicazione online e offline.

Entità del contributo: fino a massimo di **60.000 euro** e copre fino all'**80% delle spese ammissibili** (85% per le imprese con certificazione della parità di genere).



Dotazione disponibile
10 milioni
di euro

Quando presentare le domande? A partire **dal 17 dicembre 2026 (dalle ore 12:00 alle ore 18.00)** attraverso la piattaforma dedicata. In caso di risorse residue, sarà possibile presentare la domanda nei successivi giorni lavorativi, fino a esaurimento fondi.

Indicazioni operative: come prepararsi ai bandi 2026

Fondamentale è pianificare in anticipo la domanda e verificare i requisiti, predisponendo con cura la documentazione avvalendosi di consulenti esperti in proprietà intellettuale.

Le domande devono essere presentate attraverso le piattaforme indicate nei rispettivi bandi: Invitalia per Brevetti+ e le piattaforme dedicate di Unioncamere per Marchi+ e Disegni+.



Intelligenza artificiale e proprietà intellettuale: il D.Lgs. 179/2026 rafforza la tutela di dati, algoritmi e metodi di addestramento

Con il D. Lgs. 7 ottobre 2026, n. 179, in vigore dal 23 ottobre 2026, il legislatore interviene sulla tutela degli asset tecnologici impiegati nello sviluppo e nell'addestramento dei sistemi di intelligenza artificiale. In particolare, l'art. 52 modifica l'art. 98 del Codice della proprietà industriale, includendo espressamente nella nozione di segreti commerciali (know-how) anche i dati, gli algoritmi e i metodi matematici utilizzati per l'addestramento dei sistemi di IA.

La novità assume particolare rilievo per le imprese che sviluppano o utilizzano sistemi di intelligenza artificiale, poiché riconosce espressamente la possibile protezione di componenti che possono rappresentare un patrimonio tecnologico e competitivo significativo. La tutela resta in ogni caso subordinata alla sussistenza dei requisiti previsti dalla disciplina dei segreti commerciali e solleva questioni di coordinamento con le altre forme di proprietà intellettuale, in particolare con il diritto d'autore.

Dati, algoritmi e metodi matematici: quali asset possono essere protetti?

Con la riforma, possono rientrare nell'ambito dei segreti commerciali i dati, gli algoritmi e i metodi matematici impiegati per l'addestramento dei sistemi di IA, purché siano soddisfatte le condizioni stabilite dalla norma.

La disposizione precisa inoltre che, ai fini dell'addestramento, la nozione di algoritmi e metodi matematici comprende le architetture dei modelli, le funzioni di ottimizzazione, le procedure e le configurazioni di training, nonché ogni altro elemento tecnico-computazionale funzionale allo sviluppo dei sistemi di intelligenza artificiale.

Viene così ampliato l'elenco degli asset tecnologici suscettibili di tutela,



includendo non soltanto i dati utilizzati per alimentare i modelli, ma anche le componenti tecniche e metodologiche che contribuiscono al loro sviluppo e funzionamento.

I requisiti per la tutela come segreto commerciale

Resta inteso che, per poter accedere alla tutela come know-how, tali dati/algoritmi/metodi matematici dovranno rispettare i requisiti previsti dall'art. 98 del Codice della proprietà industriale:

- **Segretezza:** le informazioni non devono essere generalmente note o facilmente accessibili agli esperti e agli operatori del settore.
- **Valore economico:** le informazioni devono avere un valore commerciale in quanto segrete.
- **Misure di protezione:** devono essere adottate misure ragionevolmente adeguate a mantenere riservate le informazioni.

Il coordinamento con il diritto d'autore

Un profilo particolarmente delicato riguarda il rapporto tra la nuova disciplina e la tutela prevista dalla Legge sul diritto d'autore.

Il diritto d'autore protegge, infatti, i programmi per elaboratore (software) che presentano carattere creativo unitamente ai materiali preparatori quando siano sufficientemente definiti e collegati allo sviluppo del programma. Sono escluse dalla tutela, invece, le semplici idee e i principi che stanno alla base di un programma (inclusi i principi matematici in quanto tali).

Nel contesto dell'intelligenza artificiale, la distinzione può risultare complessa: alcuni elementi utilizzati nello sviluppo di un sistema possono avere una componente espressiva potenzialmente rilevante ai fini della tutela autorale, mentre altri possono assumere valore soprattutto in ragione della loro segretezza e del vantaggio competitivo che ne deriva.

Le due forme di tutela rispondono infatti a presupposti differenti e non devono essere considerate automaticamente alternative. La qualificazione del singolo asset dovrà quindi essere effettuata caso per caso, tenendo conto della sua natura e delle modalità con cui viene utilizzato.

La segretezza degli asset durante il processo di addestramento

La tutela come segreto commerciale pone inoltre questioni applicative specifiche quando dati, algoritmi e configurazioni di training vengono utilizzati attraverso infrastrutture esterne o servizi di intelligenza artificiale forniti da terzi.



L'inserimento di informazioni in piattaforme esterne può comportare la trasmissione dei dati al fornitore, la loro conservazione su sistemi non direttamente controllati dall'impresa o, a seconda delle condizioni contrattuali, il loro eventuale riutilizzo per ulteriori attività di addestramento. Queste circostanze possono incidere sulla capacità del titolare di mantenere il controllo sulle informazioni e di dimostrare l'adozione di misure adeguate a preservarne la segretezza.

Occorre pertanto valutare il contesto tecnico e contrattuale nel quale un asset viene utilizzato, al fine di garantire la permanenza dei requisiti della tutela del know-how (in particolare, quello della segretezza) durante l'intero processo di sviluppo e addestramento.

Implicazioni operative per le imprese

Al fine di esser certi di poter beneficiare della tutela introdotta dal decreto, è consigliabile per le imprese mappare in maniera accurata le proprie informazioni e dati costituenti il proprio know-how, individuando – con l'aiuto di consulenti esperti in materia di proprietà intellettuale – gli strumenti idonei a garantirne la segretezza e assicurarne la miglior tutela. Particolare attenzione deve poi essere dedicata ai contratti con i fornitori di sistemi di IA, alle condizioni di utilizzo dei dati e alle eventuali facoltà di riutilizzo per ulteriori attività di training.



Recensioni online: le nuove Linee guida AGCM tra autenticità, trasparenza e tutela della reputazione commerciale

Con delibera del 13 ottobre 2026, n. 32067, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ("AGCM") ha adottato le nuove *Linee guida volte a orientare le imprese nell'adozione di accorgimenti idonei ad assicurare il rispetto dei requisiti di liceità delle recensioni online*.

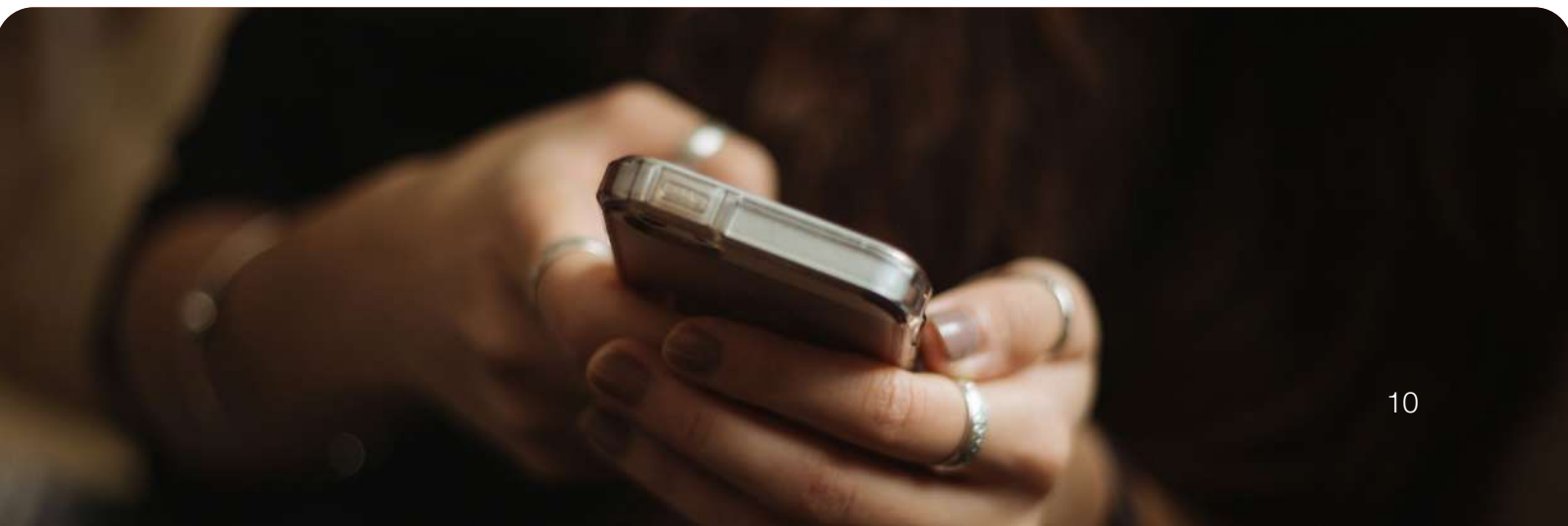
Il provvedimento dà attuazione all'art. 21 della Legge 11 marzo 2026, n. 34, recante la Legge annuale sulle piccole e medie imprese, e mira a contrastare le recensioni illecite relative ai prodotti, alle prestazioni e ai servizi offerti dalle imprese della ristorazione e dalle strutture del settore turistico situate in Italia, comprese quelle ricettive e termali, nonché alle attrazioni turistiche presenti sul territorio nazionale.

Le indicazioni dell'AGCM hanno peraltro una portata più ampia offrendo criteri utili anche agli operatori di altri settori, con l'obiettivo di promuovere recensioni autentiche, pertinenti e attendibili, preservando al contempo la libertà di espressione dei consumatori.

Ambito di applicazione e obblighi di trasparenza

Le Linee guida si rivolgono ai professionisti operanti sul mercato italiano e che mettono a disposizione strumenti o servizi per la pubblicazione di recensioni online. Sono interessati sia **gli operatori che consentono di recensire i propri prodotti o servizi**, sia **i soggetti che ospitano o gestiscono valutazioni relative a beni e servizi offerti da terzi**, nei limiti indicati dall'Autorità.

La nozione di recensione è intesa in senso ampio e comprende giudizi,



apprezzamenti e valutazioni espressi online, indipendentemente dalla forma utilizzata. Gli operatori devono chiarire le modalità di raccolta, i criteri (oggettivi e verificabili) di selezione, le modalità di pubblicazione, classificazione e moderazione dei contenuti, la modalità di calcolo dell'eventuale punteggio medio, nonché i criteri impiegati per qualificarli come “verificati” o “autentici”. Andrà inoltre precisato se il punteggio o la presentazione delle recensioni risentono della presenza di contenuti incentivati o di altri rapporti contrattuali.

Verifica dell'autenticità e misure di controllo

I professionisti che consentono la pubblicazione di recensioni devono adottare misure ragionevoli e proporzionate per assicurare che i contenuti rappresentino esperienze reali e pertinenti. L'intensità dei controlli può variare in funzione della natura dell'attività, delle dimensioni dell'impresa, delle caratteristiche del servizio e del rischio di comportamenti fraudolenti.

Le Linee guida individuano diverse tipologie di strumenti utilizzabili, tra cui:

- 1** **Verifica dell'effettiva esperienza di acquisto o utilizzo** mediante richiesta di documentazione fiscale o contabile, numero d'ordine o di prenotazione; invio di un collegamento per recensire dopo il completamento dell'ordine o la fruizione del servizio; raccolta delle valutazioni attraverso aree riservate o canali dedicati.
- 2** **Tracciabilità dell'autore** mediante registrazione degli utenti, conferma dell'indirizzo e-mail o altri sistemi idonei a ricondurre la recensione al relativo autore.
- 3** **Rilevazione di anomalie** mediante strumenti automatizzati per individuare, ad esempio, numerose recensioni pubblicate in un breve intervallo dallo stesso indirizzo IP, schemi linguistici ripetitivi o profili non riconducibili a consumatori reali.

Recensioni incentivata e divieto di manipolazione

Le Linee guida chiariscono che sono illecite le recensioni il cui contenuto sia il risultato dell'incentivo offerto. Qualora, invece, il vantaggio non sia idoneo



a condizionare il giudizio espresso, il professionista dovrebbe comunque informare chiaramente il pubblico dell'esistenza dell'incentivo, utilizzando indicazioni ed elementi grafici facilmente percepibili.

Sono altresì vietate pratiche che possano alterare la rappresentazione dell'esperienza dei consumatori, tra cui:

- rimuovere o occultare selettivamente le recensioni negative, scoraggiare la pubblicazione di giudizi sfavorevoli;
- predisporre modelli precompilati di recensioni positive;
- attribuire le valutazioni dei consumatori a contenuti diversi da quelli effettivamente intesi;
- sollecitare la modifica o la cancellazione di recensioni già pubblicate attraverso il processo di moderazione;
- presentare punteggi aggregati sulla base di criteri non esplicitati o non trasparenti.

Recensioni obsolete e requisiti di tempestività

Le Linee guida richiedono poi trasparenza anche nella gestione delle recensioni non più attuali, ossia non più rappresentative delle caratteristiche o delle condizioni presenti del prodotto o servizio.

I criteri adottati per gestire tali contenuti dovrebbero essere oggettivi, pertinenti e applicati in modo uniforme alle recensioni positive e negative. L'obsolescenza non dovrebbe quindi diventare un pretesto per eliminare soltanto i giudizi sfavorevoli o per alterare il punteggio complessivo dell'attività.

Per i settori specificamente interessati dalla Legge n. 34/2026, l'art. 19 stabilisce inoltre che la recensione è lecita se rilasciata entro trenta giorni dall'utilizzo del prodotto o dalla fruizione del servizio. Secondo le Linee guida, il termine decorre dal completamento della fruizione: per un soggiorno alberghiero, ad esempio, dalla data del check-out. La pubblicazione tardiva di una recensione, tuttavia, non costituisce di per sé una violazione del Codice del consumo.

Gestione delle segnalazioni e rimozione dei contenuti illeciti

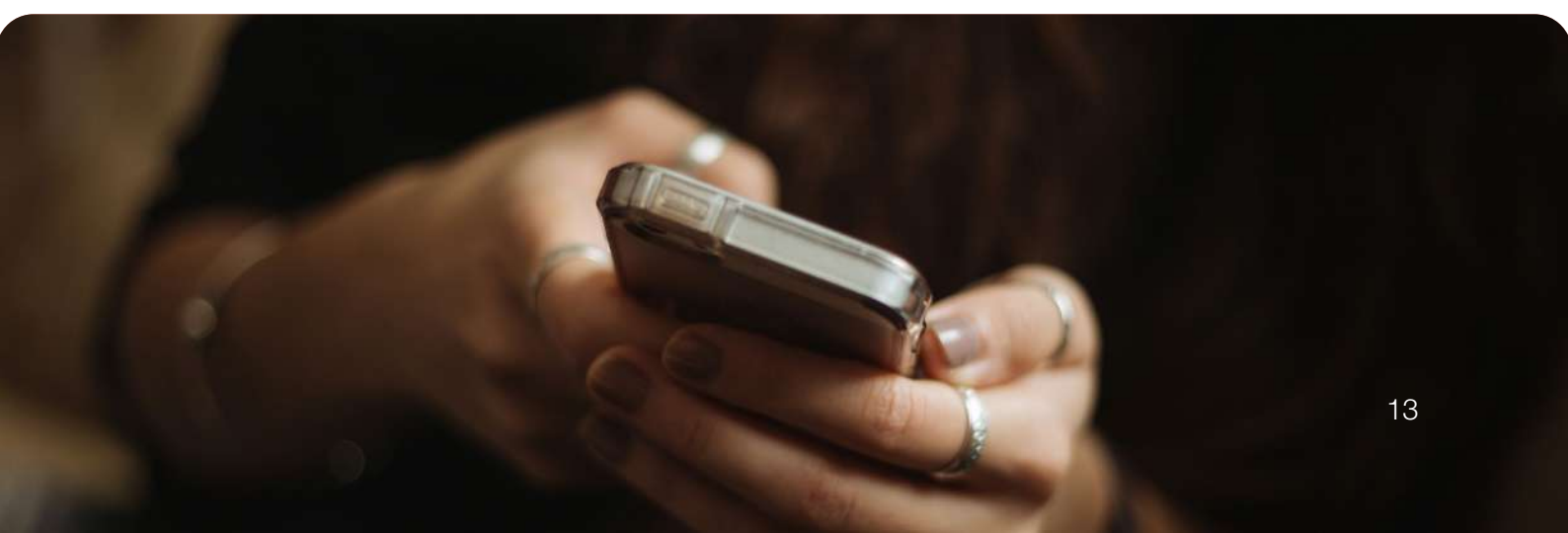
Le Linee guida si soffermano anche sulle procedure di contestazione delle recensioni, distinguendo il ruolo dei professionisti che pubblicano valutazioni sui propri prodotti o servizi da quello degli operatori che ospitano recensioni relative a beni e servizi di terzi.



Per questi ultimi, l'AGCM raccomanda una gestione tempestiva e trasparente dei reclami e la rimozione delle recensioni illecite. Quando l'illiceità è manifesta — ad esempio, per l'assenza dei requisiti previsti dalla Legge n. 34/2026 — oppure è già stata accertata dall'autorità competente, la rimozione dovrebbe avvenire senza ritardo.

Le richieste di rimozione devono essere sufficientemente precise e motivate. Al contempo, il segnalante non dovrebbe essere obbligato a dimostrare l'illiceità di una recensione quando questa non è corredata della documentazione prevista dagli strumenti di verifica indicati nelle Linee guida. In presenza di una segnalazione non manifestamente infondata, dovrebbe essere consentito sia all'autore della recensione sia a chi ne contesta la liceità di fornire elementi a sostegno della propria posizione.

È inoltre opportuno conservare traccia dell'origine della recensione, delle verifiche effettuate, delle eventuali anomalie rilevate, delle decisioni di pubblicazione o rimozione e della gestione degli eventuali reclami successivi. Una simile tracciabilità agevola la ricostruzione delle decisioni adottate e la verifica della coerenza delle procedure interne.



Pillole di giurisprudenza

Fotografie per finalità commerciali: la tutela richiede la prova della paternità e dei presupposti previsti dalla legge

(Trib. Torino, n. 5368/2025)

Con sentenza del 10.12.2025, il Tribunale di Torino ha precisato che chi agisce per la violazione dei diritti su fotografie deve provare la propria paternità degli scatti, che non può essere desunta dalla semplice pubblicazione delle immagini su un sito internet privo di indicazioni sull'autore, né da atti relativi a controversie con soggetti terzi.

Il Tribunale ha inoltre chiarito che le fotografie destinate alla promozione commerciale di prodotti sono, di regola, tutelate come semplici fotografie, ai sensi degli artt. 87 e seguenti della legge sul diritto d'autore, e non come opere fotografiche dotate di carattere creativo.

Di conseguenza, per contestarne la riproduzione abusiva, il fotografo deve dimostrare che gli originali riportavano il proprio nome e la data di produzione, ai sensi dell'art. 90 l.d.a., oppure provare la malafede di chi li ha riprodotti.

L'avvocato consiglia

Per tutelare efficacemente le fotografie utilizzate nella comunicazione commerciale, è opportuno documentarne la paternità e conservare gli originali con indicazione dell'autore e della data di realizzazione. È inoltre consigliabile disciplinare per iscritto gli incarichi fotografici e i relativi diritti di utilizzo, anche con il coordinamento con i propri legali specializzati in diritto d'autore, così da ridurre le incertezze probatorie e agevolare eventuali azioni contro riproduzioni non autorizzate.

Marchio societario contenente il nome del socio: titolarità dei diritti e tutela autonoma del diritto al nome

(Trib. Venezia, n. 3818/2025)

Con sentenza del 24.07.2025, il Tribunale di Venezia ha chiarito che il socio non è legittimato ad agire per contraffazione di un marchio registrato a nome della società, anche quando il segno contenga il suo nome e cognome, poiché il diritto sul marchio e il relativo potere di tutela spettano alla società titolare. Analogamente, il danno da sviamento della clientela può essere fatto valere dalla società che esercita l'attività d'impresa, e non dal socio in quanto tale.

Il Tribunale ha tuttavia precisato che l'utilizzo non autorizzato del nome di una persona a fini promozionali o pubblicitari può integrare una violazione del diritto al nome ai sensi dell'art. 7 c.c., anche dopo la cessazione del rapporto



professionale, quando sia idoneo a richiamare l'identità e la notorietà.

Tale condotta può ledere la sfera personale e patrimoniale dell'interessato e dare luogo al risarcimento del danno, da liquidarsi equitativamente anche in considerazione della durata e delle modalità dell'utilizzo.

L'avvocato consiglia

È opportuno distinguere con attenzione la titolarità dei diritti sul marchio dalla tutela dei diritti della personalità del socio o del professionista cui il segno richiama. In particolare, le società dovrebbero disciplinare, per mezzo di contratti redatti con la consulenza di professionisti della materia, l'utilizzo del nome e dell'immagine dei soci e dei collaboratori, anche dopo la cessazione del rapporto, mentre gli interessati dovrebbero valutare autonomamente eventuali iniziative a tutela del proprio diritto al nome in caso di utilizzi promozionali non autorizzati.



Potrebbe interessarti anche

Dati, algoritmi e training di sistemi IA: quale tutela possibile?

[Leggi l'articolo de Il Sole 24 Ore](#)

Recensioni online, nuove procedure UDRP per la tutela dei marchi alle Maldive: le novità IP di aprile 2026.

[Leggi la newsletter](#)

Contatti

Francesco Inturri

Partner

francesco.inturri@it.andersen.com

Emanuele Sacchetto

Manager

emanuele.sacchetto@it.andersen.com

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

