

INDICE

Capitolo I

La concorrenza sleale	1
<i>Roberto Cesaro</i>	

I. INTRODUZIONE

1. Origini, evoluzione e inquadramento sistematico della disciplina della concorrenza sleale. . .	1
2. Rapporto tra la concorrenza sleale e l'illecito aquiliano.	3
3. Rapporto tra la concorrenza sleale e le altre discipline speciali in materie affini.	4

II. I PRESUPPOSTI PER L'APPLICABILITÀ DELL'ART. 2598 C.C.

4. I soggetti coinvolti.	6
a) lo status di imprenditore.	6
b) le associazioni professionali.	7
5. Il rapporto di concorrenza.	8
6. Il ruolo del terzo.	10
a) la concorrenza sleale per interposta persona	10
b) La responsabilità del terzo.	10

III. L'ART. 2598, N. 1, C.C.: LA CONCORRENZA SLEALE CONFUSORIA

7. Premessa generale.	11
a) la nozione di confusione.	11
b) i criteri per l'accertamento della confondibilità	14
c) Il consumatore rilevante	14
8. La confondibilità con nomi o (altri) segni distintivi altrui.	15
a) i segni tipici	15
b) i segni atipici e gli altri segni distintivi	17
9. L'imitazione servile.	17
a) le forme protette	17
b) le forme funzionali	18
c) le forme ornamentali	19
10. Gli altri mezzi idonei a creare confusione.	20

IV. L'ART. 2598, N. 2, C.C.: DENIGRAZIONE E APPROPRIAZIONE DI PREGI

11. La denigrazione.	21
a) profili generali	21
b) l' <i>exceptio veritatis</i> e la legittima difesa	23
c) la pubblicità comparativa e la magnificazione del proprio prodotto	24
d) le diffide e la diffusione di notizie relative a procedimenti giudiziari instaurati nei confronti di concorrenti	25
12. L'appropriazione di pregi.	26
a) i presupposti applicativi	26
b) appropriazione di pregi e mendacio concorrenziale	28
c) l'agganciamento	28

V. L'ART. 2598, N. 3, C.C.: I PRINCIPI DELLA CORRETTEZZA PROFESSIONALE E L'IDONEITÀ DELL'ATTO AD ARRECARRE UN DANNO CONCORRENZIALE

13. Rapporto tra la clausola generale di cui al n. 3 e le fattispecie riconducibili ai nn. 1 e 2 dell'art. 2598 c.c.	29
14. La nozione di principi della correttezza professionale.	30
15. Il danno concorrenziale.	32
16. Le fattispecie tipizzate dalla giurisprudenza.	33

a) lo storno di dipendenti	33
b) la sottrazione di segreti	34
c) il concorso nell'altrui inadempimento di obbligazioni	36
d) la concorrenza sleale per violazione di norme pubblicistiche	36
e) la vendita sottocosto	37
f) il boicottaggio	40
g) la concorrenza parassitaria	40
h) l'imitazione non confusoria	41
i) la pubblicità ingannevole	42

Capitolo II

Il marchio	45
<i>Riccardo Perotti</i>	

I. NOZIONI PRELIMINARI

1. Introduzione	46
2. Il marchio come strumento della circolazione dei beni e dei servizi: l'esigenza di coordinamento internazionale e la nascita di un diritto dei marchi europeo	46
3. Profili oggettivi del diritto di marchio: a) idoneità a contraddistinguere e rappresentabilità come requisiti preliminari d'accesso al diritto.	48
4. (<i>segue</i>): b) applicazione pratica del principio di chiara e precisa rappresentabilità: le entità che possono costituire oggetto del diritto di marchio. Lo iato fra segni distintivi registrabili come marchio e segni distintivi che non possono esserlo.	49
5. (<i>segue</i>): marchi semplici e marchi complessi.	52
6. (<i>segue</i>): distintività astratta e distintività concreta	53
7. (<i>segue</i>): classificazione dei marchi: generali o speciali, di prodotto o di servizio	54
8. Profili soggettivi. La legittimazione diffusa alla registrazione di un marchio	54
9. Eccezioni alla legittimazione diffusa: ritratti, segni notori e segni d'interesse pubblico	55
10. L'acquisto del diritto: a) tramite registrazione (nazionale, UE e internazionale).	57
11. (<i>segue</i>): b) tramite uso.	57
12. Coordinate spazio-temporali del diritto: a) lo spazio	58
13. (<i>segue</i>): b) il tempo.	59

II. I REQUISITI DI VALIDITÀ E IL POTERE ESCLUDENTE

14. La capacità distintiva come garanzia dell'idoneità del marchio a svolgere la sua funzione "essenziale".	61
15. Il "pubblico interessato" come parametro di riferimento per la valutazione della capacità distintiva	62
16. I segni privi di capacità distintiva. Ipotesi tipizzate.	63
16.1. <i>Ratio</i> . Altri casi di mancanza di capacità distintiva.	65
16.2. La capacità distintiva come concetto dinamico: il momento rilevante e la capacità distintiva sopravvenuta (c.d. " <i>secondary meaning</i> ").	66
16.3. I criteri per accertare la sussistenza della capacità distintiva.	66
16.4. I diversi livelli di capacità distintiva e il loro rilievo ai fini della definizione del diritto di marchio (rinvio)	67
17. La novità e il potere invalidante dei segni distintivi anteriori.	68
17.1. Il potere invalidante delle anteriorità costituite da marchi registrati o allo stato di domanda	68
17.2. Il (minore) potere invalidante dei segni distintivi non registrati.	71
17.3. L'ipotesi del marchio notoriamente conosciuto ai sensi dell'art. 6-bis CUP.	71
17.4. Le riserve di registrazione previste dal c.p.i. e il relativo potere invalidante.	71
17.5. La preclusione per tolleranza (o convalidazione).	72
18. La c.d. liceità del marchio.	73
18.1. I casi di illiceità: marchi contrari alla legge, all'ordine pubblico o al buon costume	73

18.2. Marchi decettivi.	75
18.3. Altri casi d'illiceità.	76
18.4. Il divieto d'uso dei marchi dichiarati nulli per illiceità.	76
18.5. Gli impedimenti alla registrazione essenzialmente derivanti da ragioni di ordine sistematico (rinvio).	77
19. La registrazione del marchio in mala fede.	77

III. NULLITÀ E DECADENZA

20. Nullità del marchio.	79
21. La conservazione del diritto e la decadenza.	79
21.1. La decadenza c.d. per volgarizzazione.	80
21.2. La decadenza per sopravvenuta decettività.	82
21.3. La decadenza per sopravvenuta contrarietà alla legge, all'ordine pubblico o al buon costume.	83
22. La decadenza per non uso. Il concetto di "uso effettivo".	83
22.1. <i>Dies a quo</i> dell'onere d'uso effettivo e ripresa (o inizio tardivo) dell'uso.	84
22.2. Motivi legittimi per il non uso.	85
23. La decadenza parziale.	85

IV. IL POTERE ESCLUDENTE. LA CONTRAFFAZIONE DI MARCHIO

24. Il potere escludente.	86
25. L'uso nell'attività economica (o "nel commercio") come confine inferiore del diritto di marchio.	86
26. Il concetto di uso del marchio rilevante ai fini della contraffazione.	87
26.1. Il problema dell'uso in funzione non distintiva.	88
26.2. Le tre ipotesi di contraffazione.	90
<i>i) la tutela contro la doppia identità (art. 20.1.a c.p.i.; art. 9.2.a RMUE).</i>	90
<i>ii) la tutela contro il rischio di confusione (art. 20.1.b c.p.i.; art. 9.2.b RMUE)</i>	90
<i>iii) la tutela del marchio rinomato e il concetto di "giusto motivo" (art. 20.1.c c.p.i.; art. 9.2.c RMUE).</i>	92
27. Il potere escludente dei segni distintivi non registrati.	94
28. I limiti al potere escludente del titolare del marchio e lo <i>IUS UTENDI</i> dei terzi: a) gli usi leciti tipizzati del marchio altrui.	95
29. (segue): b) il preuso con notorietà puramente locale come limite al diritto di marchio altrui.	96
30. (segue): c) la preclusione per tolleranza (o convalidazione) e lo <i>IUS UTENDI</i> del titolare del marchio posteriore.	96
31. (segue): d) l'esaurimento del diritto di marchio.	97

Capitolo III

Denominazioni di origine e indicazioni geografiche 101

Valeria Zanon

1. Introduzione. Inquadramento degli istituti, aspetti definitivi e funzione.	101
2. La disciplina internazionale: la Convenzione d'Unione di Parigi e l'Accordo di Madrid.	102
3. (segue): l'Accordo TRIPS.	104
4. (segue): il c.d. Sistema di Lisbona.	105
5. La disciplina europea.	108
6. La disciplina italiana. In particolare, il Codice della proprietà industriale.	119

Capitolo IV

I brevetti per invenzione e per modello di utilità 123

Mark Bosshard

I. DEFINIZIONE, FUNZIONE E NATURA DEL BREVETTO

1. I brevetti sull'innovazione tecnica come incentivo all'investimento organizzato in ricerca. . . 124

II. L'OGGETTO DEL BREVETTO

2. Il trovato tecnico come oggetto del brevetto. 126

3. Le esclusioni dalla brevettazione. 127

4. I tipi di trovato tecnico: invenzioni e modelli di utilità. 128

5. I tipi d'invenzione: prodotto, procedimento e nuovo uso. 130

III. I DIRITTI NASCENTI DALLA CREAZIONE DI UN TROVATO TECNICO

6. La prima fissazione su supporto materiale del trovato come fatto costitutivo dei diritti sul trovato tecnico. 132

7. I diritti morali e i diritti patrimoniali sul trovato. 133

8. La pluralità di inventori. 134

9. Il diritto al brevetto in capo al non inventore: a) le invenzioni dei dipendenti. 134

10. (*segue*): b) Le invenzioni su commessa, i contratti di ricerca e di opera intellettuale e i lavoratori parasubordinati. 140

11. (*segue*): c) Le invenzioni in ambito universitario. 141

12. Le legittime aspettative dei terzi, il divieto di abuso del diritto al brevetto e le invenzioni di interesse per la difesa del paese. 143

13. I rimedi speciali in caso di brevettazione del non avente diritto. 144

IV. LA PROCEDURA DI BREVETTAZIONE E LE MODIFICHE AL CONTENUTO DEL BREVETTO

14. Cosa è un brevetto. 145

15. La domanda di brevetto e la sua pubblicazione. 145

16. La pubblicazione della domanda e la sua notifica *ad personam*. 148

17. L'esame e la concessione. 149

18. L'opposizione al brevetto europeo e il procedimento per rendere efficace in Italia il brevetto Europeo. 151

19. La priorità unionista e la procedura di brevettazione ai sensi del trattato di cooperazione in materia brevettuale (PCT). 152

20. Le modifiche al brevetto, prima e dopo la sua concessione: il limite della domanda originaria. 153

21. La conversione del brevetto. 156

V. I REQUISITI DI VALIDA BREVETTABILITÀ DEL TROVATO

22. Questioni generali. 156

23. Industrialità. 158

24. Lo stato della tecnica: l'accessibilità al pubblico delle anteriorità e il tecnico medio del settore. 158

25. La novità (estrinseca) e la predivulgazione. 161

26. L'attività inventiva (dall'originalità di un tempo alla non ovvietà di oggi). 162

27. La maggiore comodità o praticità d'uso del modello di utilità e i suoi rapporti con i requisiti di validità del brevetto (anche europeo) per invenzione. 166

28. La sufficiente descrizione. 169

29. La liceità. 170

30. Il problema dell'unità dell'invenzione. 170

31. La brevettazione del non avente diritto (rinvio). 172

VI. IL DIRITTO DI ESCLUSIVA BREVETTUALE

32. La durata del brevetto e i certificati complementari..	173
33. L'estensione territoriale..	174

VII. L'OGGETTO DEL DIRITTO ESCLUSIVO

34. Cenni sull'evoluzione storica dell'oggetto di tutela del brevetto alla luce degli interessi tipicamente coinvolti nella sua individuazione..	175
35. L'identificazione del trovato mediante interpretazione del brevetto: le norme applicabili e i documenti rilevanti..	178
36. Le rivendicazioni come limite della contraffazione letterale..	179
37. La valida brevettabilità del trovato come limite per una indebita estensione a posteriori del brevetto..	181
38. I criteri di interpretazione del brevetto..	182
39. I criteri residuali in caso di dubbio..	184

VIII. L'ESTENSIONE DELLA TUTELA AGLI EQUIVALENTI

40. Natura e funzione del divieto di contraffazione per equivalenti..	185
41. L'evidenza dell'equivalenza, da valutare in concreto, come unico requisito di fattispecie..	187
42. Descrizione brevettuale e verifica dell'equivalenza: la resurrezione dell'idea inventiva generale..	190
43. Equivalenza sopravvenuta e questione dei disclaimer..	191

IX. MODELLI DI UTILITÀ E LIMITAZIONI VOLONTARIE: LE RAGIONI PER UNA TUTELA PIÙ RISTRETTA

44. L'esclusiva "ridotta" sul modello di utilità..	192
45. La delicata questione dell'estensione di tutela dei brevetti limitati volontariamente dopo la concessione: oltre l'estoppel?..	193

X. LE CONDOTTE VIETATE AI TERZI

46. Il brevetto come strumento di affermazione concorrenziale per il titolare e la definizione di contraffazione brevettuale..	195
47. Il consenso del titolare..	195
48. Le condotte illecite..	196
49. La contraffazione indiretta..	197
50. Gli usi leciti dell'altrui trovato brevettato..	200
51. L'esaurimento del diritto esclusivo di brevetto..	202
52. La valida brevettabilità rispetto al trovato anteriore come caso di "non esenzione" dell'invenzione derivata..	204

XI. DIRITTI, ONERI E OBBLIGHI DEL TITOLARE DI UN BREVETTO

53. L'onere di mantenimento del brevetto e quello di attuazione del trovato..	205
54. La cessione di brevetto..	207
55. I trasferimenti coatti di titolarità e le garanzie..	208
56. La licenza volontaria..	208
57. La licenza obbligatoria..	209
58. La licenza di pieno diritto..	211
59. Le conseguenze della revoca o della decadenza del brevetto sui contratti esistenti..	211
60. <i>Patent misuse</i> e abuso del diritto esclusivo..	213

XII. I TROVATI TECNICI NEI SETTORI "SPECIALI"

61. Brevetti e software..	216
62. I trovati nel campo della chimica (anche farmaceutica)..	217
63. Brevetti e biotecnologie: i limiti alla brevettabilità sul vivente..	220
64. Biotecnologie e i requisiti di brevettabilità generali..	222
65. La contraffazione del brevetto biotech..	223

66. Libere utilizzazioni e licenze obbligatorie in materia biotech.	224
--	-----

XIII. IL TRIBUNALE UNIFICATO DEI BREVETTI

67. La competenza della nuova corte e la sua struttura.	225
68. Cenni sulla procedura	227

Capitolo V

Le nuove varietà vegetali	229
---	-----

Francesca Morri

1. La privativa varietale.	229
2. L'oggetto della privativa.	229
2.1. Concetto di varietà vegetale.	229
2.2. Varietà vegetale e invenzione biotecnologica.	230
2.3. Procedimento.	232
3. Requisiti di tutela e loro verifica da parte degli Uffici competenti.	233
4. Soggetti del diritto.	235
5. Contenuto del diritto.	236
5.1 Atti riservati al titolare.	236
5.2 Esaurimento del diritto.	237
5.3. Limiti alle facoltà esclusive	239
5.4 L'esenzione agricola o privilegio dell'agricoltore.	239
5.5. Varietà derivate.	242
6. Durata ed estinzione del diritto.	243
7. Denominazione varietale.	244

Capitolo VI

La tutela di informazioni e dati: segreti commerciali

e banche di dati	245
--------------------------------	-----

Francesco Banterle

1. Premessa. L'appartenenza di informazioni e dati.	245
--	-----

I. SEGRETI COMMERCIALI

2. La disciplina dei segreti commerciali. Introduzione.	247
3. Oggetto di tutela: la nozione di segreto commerciale.	249
4. I requisiti di protezione.	250
4.1. La segretezza.	250
4.2. Il valore economico.	251
4.3. Le ragionevoli misure di sicurezza.	252
4.3.1. Gli accordi di confidenzialità (non-disclosure agreement).	253
4.3.2. I Trade Secrets Audit	254
5. La tutela.	254
5.1. L'estinzione del diritto.	256
5.2. Usi leciti ed eccezioni.	256
5.2.1. Gli usi leciti.	257
5.2.1.1. Il <i>reverse engineering</i>	257
5.2.2. Le eccezioni.	258
6. Misure di tutela e aspetti processuali.	260
7. La tutela concorrenziale residuale delle informazioni "meno riservate".	262
8. L'alternativa tra segreto e tutela brevettuale.	263
9. La circolazione dei diritti.	265
10. La tutela del segreto nei big data.	266
11. Brevi cenni sulla tutela dei segreti in ambito farmaceutico.	267

II. BANCHE DATI

12. La protezione di dati e informazioni nel diritto d'autore.....	268
13. La protezione autorale delle banche di dati creative.....	269
13.1. Contenuto dei diritti.....	271
13.2. Limiti di tutela.....	272
14. Le banche dati non creative.....	272
14.1. Contenuto dei diritti.....	276
14.2. Limiti di tutela e libere utilizzazioni.....	277
14.2.1. L'eccezione di text and data mining	278
14.3. Circolazione dei diritti e regolazione di banche di dati non tutelabili.....	281
14.4. Autonomia negoziale nella regolamentazione dei dati e nuove forme contrattuali.....	282
14.4.1. I data sharing agreement	283

Capitolo VII

Il diritto d'autore	285
----------------------------------	-----

Paola Magnani

1. La disciplina del diritto d'autore. Introduzione.....	285
2. Le opere protette.....	286
3. Il carattere creativo come requisito per l'accesso alla protezione.....	288
4. La protezione del diritto d'autore sulla forma espressiva.....	290
5. Particolari categorie di opere. Le fotografie. Le opere in esemplare unico.....	292
5.1. La protezione delle fotografie tra diritto d'autore e diritti connessi.....	292
5.2. Le opere in esemplare unico.....	295
6. Le opere create da più autori.....	297
6.1. Le elaborazioni creative.....	297
7. Le opere derivanti dalla collaborazione di più autori.....	298
8. Opere in comunione e opere collettive.....	299
9. Le opere composte da contributi creativi di generi diversi. Le opere cinematografiche e audiovisive.....	301
9.1. Il produttore cinematografico ed i suoi diritti di sfruttamento dell'opera.....	302
9.2. I diritti dei coautori sull'opera cinematografica e sui singoli contributi.....	303
10. La fattispecie costitutiva del diritto.....	304
11. I diritti attribuiti all'autore.....	305
12. I diritti patrimoniali.....	305
12.1. Il diritto di prima pubblicazione.....	307
12.2. Il diritto di riproduzione.....	307
12.3. Il diritto di distribuzione.....	309
12.4. Il diritto di noleggio e il diritto di prestito.....	310
12.5. I diritti di rappresentazione, esecuzione e recitazione.....	310
12.6. Il diritto di diffusione.....	311
12.7. Diritto di elaborazione.....	312
13. Le eccezioni al diritto di esclusiva e le libere utilizzazioni.....	313
14. La riproduzione ad uso personale.....	315
15. La durata dei diritti patrimoniali.....	316
16. I diritti morali.....	317
16.1. Il diritto di paternità.....	318
16.2. Il diritto all'integrità dell'opera.....	319
16.3. Il diritto di ritirare l'opera dal commercio.....	320
17. La circolazione dei diritti.....	321
18. Il contratto di edizione.....	323
19. I contratti di rappresentazione ed esecuzione di opere in pubblico.....	324
20. La gestione collettiva dei diritti d'autore. La SIAE.....	324
21. I diritti connessi al diritto d'autore.....	325
21.1. Diritti connessi del produttore di fonogrammi.....	326

21.2. Diritti connessi degli artisti interpreti ed esecutori.....	328
21.3. Diritti connessi sulle emissioni radiofoniche e televisive.....	329
21.4. Il diritto connesso degli editori per le pubblicazioni giornalistiche online	330

Capitolo VIII

La tutela della forma del prodotto industriale 333

Francesco Rossi

1. Premessa.	333
-------------------	-----

I. I DISEGNI E MODELLI

2. Natura e fonti normative.	334
3. Oggetto e requisiti di registrabilità.	335
3.1. Oggetto.	335
3.2. La novità (e la divulgazione).	336
3.3. Il carattere individuale.	338
3.4. La liceità e il limite alla registrazione delle forme “determinate unicamente dalla funzione tecnica”.	340
3.5. Ulteriori cause di nullità.	342
4. Fattispecie costitutiva, effetti e durata.	343
5. Ambito di protezione.	344
6. I disegni e modelli non registrati.	347

II. I MARCHI DI FORMA

7. Coordinate generali.	350
8. La capacità distintiva.	351
9. Gli impedimenti specifici dei marchi di forma.	352
9.1. In generale.	352
9.2. La forma imposta “dalla natura stessa del prodotto”.	353
9.3. La forma “necessaria a ottenere un risultato tecnico”.	354
9.4. La forma “che dà un valore sostanziale al prodotto”.	356
9.5. Questioni varie.	359

III. LA TUTELA D'AUTORE

10. Prima della riforma del 2001: la tutela negata.	360
11. La (prima) svolta: la riforma del 2001 e la tutela del design “alto”.	361
12. La (seconda) svolta: una nuova era nella tutela del design con il diritto d'autore?	364

Capitolo IX

Le azioni, il processo e le sanzioni (civili) 369

Michelle Vanzetti

1. Giurisdizione e competenza.	369
2. Premessa. Legittimazione all'azione di contraffazione.	372
3. Misure e sanzioni conseguenti all'accertamento della contraffazione: panoramica dell'art. 124 c.p.i.	374
4. L'inibitoria di merito.	376
5. Le penali di mora.	379
6. L'ordine di ritiro definitivo dal commercio e l'ordine di ritiro temporaneo dal commercio. ...	382
7. La distruzione.	383
8. L'assegnazione in proprietà.	384
9. Il sequestro fino all'estinzione del titolo e l'aggiudicazione.	386
10. Il procedimento sulle “contestazioni”.	387
11. La pubblicazione.	388
12. Il risarcimento del danno e la domanda di retroversione degli utili.	391

13. La tutela cautelare: premessa.	394
14. Descrizione e sequestro.	395
15. Le altre misure cautelari tipiche.	398
16. L'accertamento negativo della contraffazione domandato in via cautelare.	403
17. Rapporti tra procedimento cautelare e giudizio di merito.	404
18. La domanda di nullità o decadenza di una privativa: legittimazione e onere della prova. ...	406
19. L'efficacia <i>erga omnes</i> della declaratoria di nullità o decadenza.	410

Capitolo X

Tutela penale	413
----------------------------	-----

Gabriele Lazzeretti - Stefano Andres

1. La tutela penale dei diritti di proprietà industriale e intellettuale.	413
--	-----

I. I DELITTI CONTRO LA FEDE PUBBLICA

2. L'art. 473 c.p.	414
3. L'art. 474 c.p.	416
4. Momento da cui decorre la tutela per quanto riguarda i reati di cui agli artt. 473 e 474 c.p. .	417
5. Il bene tutelato dagli artt. 473 e 474 c.p. Il concetto di "fedes pubblica".	418
6. La condotta di alterazione di marchio (e di disegno e modello).	420
7. Artt. 474-ter e -quater c.p. L'aggravante e l'attenuante.	421
8. 474 bis e 475 C.P. Confisca e pena accessoria.	422

II. I DELITTI CONTRO L'ECONOMIA

9. L'art. 514 c.p.	423
10. L'art. 517 c.p. (e l'art. 515 c.p.).	423
11. L'art. 517-ter c.p.	425
12. L'art. 517-quater c.p.	429

III I REATI DI CUI AGLI ARTT. 648 C.P. E 712 C.P. IN RELAZIONE AI PRODOTTI CONTRAFFATTI E LA SANZIONE AMMINISTRATIVA APPLICABILE ALL'ACQUIRENTE FINALE DI PRODOTTI CONTRAFFATTI

IV I REATI PREVISTI DALLA LEGGE SUL DIRITTO D'AUTORE

13. La tutela penale dei diritti autoriali.	433
14. Le singole fattispecie di reato.	433

Capitolo XI

Proprietà intellettuale e antitrust	439
--	-----

Gian Diego Pini (con aggiornamento di Marco Bellia)

1. Premessa. Breve introduzione sul rapporto tra diritto antitrust e disciplina della proprietà intellettuale.	439
---	-----

I. INTESE

2. La disciplina delle intese. Introduzione.	441
3. Il trasferimento dei diritti di proprietà intellettuale e il diritto antitrust. Gli accordi di licenza. .	442
3.1. Gli accordi <i>de minimis</i>	442
3.2. Le esenzioni per categoria.	443
3.3. L'analisi di anti-competitività.	444
3.4. Le clausole di non concorrenza.	445
3.5. Le restrizioni territoriali.	445
3.6. L'esclusiva.	446
3.7. Gli obblighi di retrocessione.	446
3.8. Le clausole di non contestazione e di risoluzione.	446
3.9. Le restrizioni del campo di utilizzazione.	447

3.10. L'esenzione ai sensi dell'articolo 101(3).	447
4. La costituzione di pool tecnologici e la creazione di standard.	448
5. Accordi di transazione relativi a brevetti (<i>patent settlement agreements</i>).	449
6. Blocchi geografici (<i>geo-blocking</i>).	451
7. Limitazione delle vendite online.	451

II. ABUSI

8. La disciplina degli abusi di posizione dominante. Introduzione.	452
9. Proprietà intellettuale, definizione del mercato rilevante e posizione dominante.	453
10. Proprietà intellettuale e abusi di posizione dominante. Il rifiuto di concedere una licenza.	455
11. Azioni a tutela della privativa.	456
12. Abuso del processo brevettuale.	457
13. Abuso del diritto al brevetto e gineprai brevettuali.	457
14. L'imposizione di prezzi eccessivi.	458

III. LE CONCENTRAZIONI

15. La disciplina delle concentrazioni. Introduzione.	459
16. Disciplina delle concentrazioni e proprietà intellettuale.	460
16.1. Trasferimento di diritti di proprietà intellettuale e obbligo di notifica.	460
16.2. Proprietà intellettuale e valutazione sostanziale delle concentrazioni.	461

Capitolo XII

Servizi intermediari e tutela dei diritti su internet 463

Alberto Bellan

1. Servizi Intermediari, Piattaforme online e Motori di Ricerca di Varie Dimensioni.	463
1.1. Servizi intermediari e controversie online.	465
2. <i>Safe harbour</i>	466
2.1. Fondamenti costituzionali e ambito di applicazione.	468
3. Semplice Trasporto (<i>Mere Conduit</i>).	470
3.1. Blocco di siti.	471
4. Memorizzazione Temporanea (<i>Caching provider</i>).	473
4.1. Deindicizzazione di contenuti dal motore di ricerca.	475
5. Memorizzazione di informazioni (<i>Hosting provider</i>).	477
5.1. Illiceità manifesta e tutela dell'inerzia.	479
5.2. Specificità della segnalazione e <i>hosting provider</i> "attivo".	482
5.3. Responsabilità indiretta, responsabilità diretta e l'articolo 17 della Direttiva 2019/790.	485
6. Obblighi di monitoraggio specifici.	489

Capitolo XIII

Proprietà intellettuale e intelligenza artificiale 493

Valentina Moscon

1. Introduzione.	493
--------------------------	-----

I. LA TECNOLOGIA

2. L'architettura tecnologica.	494
3. Raccolta di dati e addestramento dei sistemi di intelligenza artificiale (<i>input</i>).	496
4. Intelligenza artificiale generativa e prodotti algoritmici (<i>output</i>).	497

II. INTELLIGENZA ARTIFICIALE E PROPRIETÀ INTELLETTUALE

5. Intelligenza artificiale e diritto d'autore.	499
5.1. Raccolta di dati, addestramento (<i>input</i>) ed eccezioni di <i>Text and Data Mining</i>	500
5.2. gli obblighi dei fornitori di "modelli di IA per finalità generali" introdotti con l'AI Act.	501

5.3. La remunerazione dei titolari dei diritti d'autore e connessi sui contenuti utilizzati per l'addestramento.	503
5.4. La tutelabilità dei prodotti dall'IA generativa.	504
5.5. produzioni algoritmiche e responsabilità per violazione di diritti d'autore e connessi. .	506
6. Invenzioni generate mediante sistemi algoritmici e sistema brevettuale	510
7. Intelligenza artificiale e design industriale.	511
8. Profili soggettivi.	512
8.1. Diritto d'autore.	512
8.2. Brevetti.	514
8.3. Design.	515
III. PROFILI CONCORRENZIALI	
9. intelligenza artificiale e politica della concorrenza.	515
Gli autori.	519