



SETTEMBRE 2025

INVESTIRE NEI BENI INTANGIBILI: IL VERO CAPITALE DELLE IMPRESE MODERNE

Negli ultimi anni, il panorama economico globale ha subito una trasformazione silenziosa ma radicale: il baricentro degli investimenti si è spostato dai **beni tangibili** – macchinari, immobili, infrastrutture – ai beni intangibili, come Ricerca e Sviluppo, proprietà intellettuale, segreti commerciali, know-how, software e banche dati ecc.

Il [rapporto World Intangible Investment Highlights 2025 \(WIIH 2025\)](#), pubblicato recentemente dall'Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale (WIPO) in collaborazione con la Luiss Business School (LBS), fotografando con chiarezza questa evoluzione, non lascia spazio a dubbi: siamo nel pieno di una profonda trasformazione economica in cui il vero vantaggio competitivo per le aziende risiede sempre di più nei beni intangibili.

La crescita inarrestabile degli intangibili

Il rapporto WIIH 2025 rivela che, a livello

globale, l'investimento in asset **intangibili** ha superato stabilmente l'investimento in asset tangibili.

Tra il 2008 e il 2024, gli investimenti in intangibili sono cresciuti ben oltre tre volte più velocemente rispetto agli investimenti tangibili, per la precisione 3,7 volte più velocemente. Analizzando un arco temporale più ampio, dal 1995 l'investimento intangibile è cresciuto del 143%, mentre quello tangibile è aumentato solo del 32%.

In particolare, gli investimenti in intangibili hanno raggiunto, nel 2024, i 7,6 trilioni di dollari, sostenendo la crescita complessiva degli investimenti nonostante i venti contrari dell'economia, l'incertezza e l'aumento dei tassi di interesse.

Il rapporto WIIH 2025 evidenzia che gli asset intangibili rappresentano una quota crescente del Prodotto Interno Lordo (PIL) aggregato, avendo superato l'investimento tangibile (come

quota del PIL) per la prima volta nel 2009, e da allora il divario si è allargato.

Questi dati non rappresentano, evidentemente, semplici statistiche, bensì un cambio di paradigma che ogni impresa – grande o piccola – deve considerare nella propria strategia di crescita.

Gli intangibili contano più dei macchinari

Il rapporto WIIH 2025 sottolinea che oggi le aziende più competitive non si distinguono per la quantità di fabbriche o impianti posseduti, ma per la forza dei loro **asset immateriali**.

- **Software e dati** sono la categoria in più rapida crescita, trainata dal boom dell'Intelligenza Artificiale (AI).
- **Capitale organizzativo** (il know-how gestionale e i processi operativi interni) rappresenta quasi un terzo degli investimenti intangibili globali.
- **Marchi e design** hanno registrato una crescita a doppia cifra negli ultimi anni, segno che la reputazione e l'esperienza del cliente sono ormai centrali nella creazione di valore.

In altre parole, ciò che rende un'impresa resiliente e attrattiva non è più (solo) ciò che possiede fisicamente, ma ciò che sa **creare, proteggere e valorizzare** sul piano immateriale.

Intangibili come leva finanziaria: dal costo all'attivo strategico

Un aspetto spesso sottovalutato è che i beni intangibili non sono soltanto strumenti di innovazione, ma possono diventare **leve finanziarie concrete**. Sempre più istituti di credito e fondi di investimento riconoscono il valore degli asset immateriali come **garanzie per l'accesso a finanziamenti**.

Un portafoglio ben strutturato di brevetti, marchi e know-how documentato può:

- aumentare la **valutazione complessiva dell'impresa**;
- facilitare l'ottenimento di **linee di credito dedicate**;

- attrarre **investitori e partner industriali**, interessati a tecnologie e brand solidamente protetti.

In questo senso, la gestione dei beni intangibili non è più un tema "tecnico", riservato agli uffici legali o di R&D, ma diventa una **scelta strategica di gestione d'impresa**: significa saper valorizzare brevetti, design, marchi e know-how come veri e propri **asset aziendali**.

Italia: un'occasione da non perdere

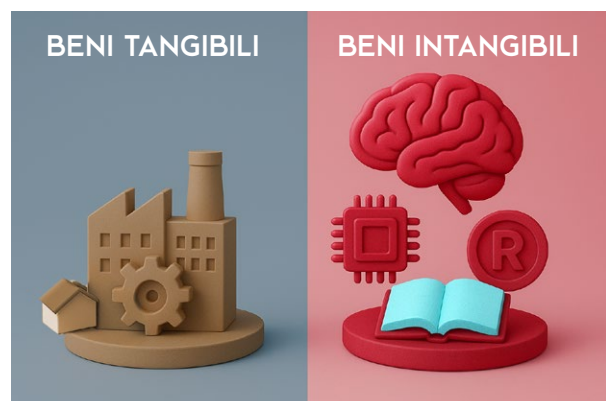
Il rapporto WIIH 2025 mostra che Paesi come la Svezia e gli Stati Uniti guidano la classifica per intensità di investimenti intangibili, con quote superiori al 15% del PIL. L'Italia, pur crescendo, resta ancora sotto la soglia del 10%.

Questo significa che esiste un importante **margin di miglioramento**: le imprese italiane hanno l'opportunità di colmare il gap, rafforzando i propri investimenti in beni intangibili e trasformandoli in un vero motore di crescita e competitività.

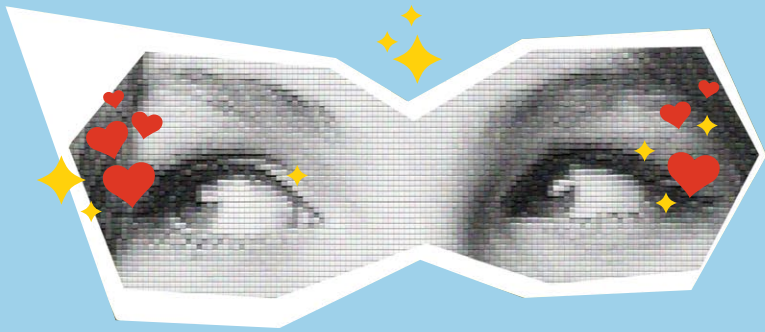
Il nostro invito all'azione

La tendenza è chiara: gli intangibili non sono più un complemento, ma il cuore pulsante dell'economia globale. Le imprese che sapranno investire, proteggere e valorizzare i propri asset immateriali saranno quelle che guideranno i mercati nei prossimi anni.

In questo contesto, i consulenti di Interpatent potranno aiutarvi nella scelta delle strategie di protezione più adatte (brevetti, marchi, design, segreti industriali), nella gestione del vostro portfolio IP (monitoraggio, rinnovi e difesa dei diritti IP nel tempo) e nella sua valutazione.



“OCCHI SPACCANTI” E “BUONGIORNO ESSERE SPECIALE”: TRA VIRALITÀ MEDIATICA E PROTEZIONE MARCHI



È nota a tutti la vicenda che ha coinvolto il famoso attore Raoul Bova, vittima della diffusione virale di messaggi e audio privati che lo stesso aveva inviato ad una modella. I contenuti dei messaggi sono stati resi pubblici da un altrettanto noto personaggio dello spettacolo, apparentemente senza il consenso di Bova, suscitando grande clamore sul web.

Tra le varie espressioni usate da Bova, due hanno avuto una risonanza mediatica eccezionale: **“Occhi Spaccanti”** e **“Buongiorno essere speciale dal sorriso meraviglioso e dagli occhi spaccanti”**.

Moltissimi utenti delle maggiori piattaforme social hanno sia diffuso gli audio ma anche creato meme e sketch utilizzando tali espressioni. Inoltre, le stesse sono state anche riprese da alcune aziende a scopo pubblicitario.

Ryanair ha, infatti, ironizzato su Raoul Bova usando la frase «Buongiorno passeggeri dal sorriso meraviglioso e gli occhi spaccanti» sui social, mentre il Napoli Calcio ha impiegato la dicitura «dal sorriso meraviglioso e dagli occhi spaccanti» per presentare un nuovo giocatore.

Raoul Bova ha, quindi, minacciato di fare causa sia a Ryanair che al Napoli Calcio per aver violato la sua privacy e aver usato i suoi messaggi vocali privati a fini commerciali, causando un danno alla sua immagine.

Inoltre, il 5 agosto scorso, Raoul Bova ha deciso di depositare i marchi “Occhi Spaccanti” e “Buongiorno essere speciale dal sorriso meraviglioso e dagli occhi spaccanti” sia in Italia sia in Unione Europea, rivendicando numerose classi merceologiche, spaziando dai cosmetici

all’abbigliamento, dai servizi pubblicitari all’organizzazione di eventi, fino ad arrivare a contraddistinguere anche armi e munizioni in sede di deposito.

I legali di Raoul Bova hanno definito tale strategia come volta a **far cessare la circolazione dei messaggi inviati alla modella ed impedire l’uso a scopo commerciale delle predette espressioni**.

Ma il deposito di un marchio permette di conseguire entrambi questi obiettivi?

Come noto, la funzione del marchio è quella di permettere al consumatore di distinguere i prodotti e servizi di un’impresa da quelli di un’altra impresa.

La registrazione di un marchio permette al suo titolare di farne uso esclusivo nonché di vietare a terzi l’uso nell’attività economica di un segno identico o simile per prodotti e/o servizi identici o affini.

Tali diritti non includono, però, quello del titolare di impiegare il marchio per prevenire e sanzionare violazioni della sua privacy nonché la diffusione di messaggi privati, per esempio, sui social.

Tale condotta, invece, potrà integrare gli estremi di illeciti penali e civili e dovrà essere sanzionata nelle opportune sedi giudiziarie.

La registrazione dei marchi del Sig. Bova non potrà, quindi, impedire alla stampa ed al pubblico in generale di parlare della vicenda.

Anzitutto, perché tali soggetti non utilizzerebbero le espressioni come marchi, quindi con il precipuo scopo di distinguere i propri prodotti o servizi da quelli di un’altra impresa.

Inoltre, anche volendo aderire all’opinione dei legali di Raoul Bova, l’utilizzo delle espressioni da parte del pubblico - per esempio, in articoli di giornale - potrebbe essere considerato un uso lecito del marchio poiché avrebbe finalità meramente descrittive. I giornali, infatti, non userebbero l’espressione “Occhi Spaccanti” come

marchio, bensì unicamente per raccontare la vicenda. Pertanto, il Sig. Bova non potrebbe invocare i suoi diritti esclusivi sul marchio per contrastare tale utilizzo.

Possiamo, quindi, dire che il primo obiettivo che i legali del Sig. Bova si sono prefissati, difficilmente potrà essere raggiunto tramite il deposito dei marchi.

Il deposito potrebbe, invece, soddisfare il secondo obiettivo, ovvero quello di impedire a terzi di utilizzare le espressioni per finalità commerciali. Si pensi al caso in cui terzi appongano la dicitura “Occhi Spaccanti” su T-shirt o gadget e questi vengano commercializzati.

Come detto poc’anzi, il titolare di un marchio può, infatti, vietarne l’uso da parte di terzi se questo avviene nell’attività economica e faccia conseguire un vantaggio economico. Quindi, teoricamente, il Sig. Bova potrebbe contestare un siffatto uso tramite le sue domande di marchio.

Tuttavia, vi sono alcuni aspetti da considerare.

Premettiamo, anzitutto, che il marchio italiano “Buongiorno essere speciale dal sorriso meraviglioso e dagli occhi spaccanti” ha superato positivamente l’esame dell’UIBM circa gli impedimenti assoluti alla registrazione. La domanda di marchio “Occhi Spaccanti” – invece – è ancora sotto esame.

Ad ogni modo, non è scontato che l’Ufficio marchi europeo (EUIPO) giunga alla medesima conclusione e dia “luce verde” alla registrazione dei marchi.

Come sappiamo, possono costituire oggetto di registrazione come marchio di impresa i segni che siano atti a distinguere i prodotti e servizi di un’impresa da quelli di altre imprese.

Sebbene sia possibile registrare come marchi anche espressioni o frasi lunghe, queste devono necessariamente rispettare tale principio e, quindi, essere percepite come segni distintivi che identificano l’origine commerciale di un prodotto o servizio, e non come semplici messaggi promozionali o formule generiche.

Pertanto, la domanda da porsi è la seguente:
può una frase lunga come “Buongiorno essere speciale dal sorriso meraviglioso e dagli occhi spaccanti” essere in grado di garantire l’identificazione dell’origine commerciale dei

prodotti e servizi sul mercato?

Se la risposta che l’EUIPO darà a tale domanda sarà negativa, il marchio non potrà pervenire a registrazione.

Un’altra criticità che si pone è il fatto che alcune classi merceologiche non sono state rivendicate dal Sig. Bova. Si pensi alla classe 28 che include prodotti quali i giocattoli oppure alla classe 14 che comprende i gioielli.

Se un terzo dovesse usare il segno “Occhi Spaccanti” su un peluche o su un braccialetto, il Sig. Bova difficilmente potrà intervenire, non avendo lo stesso rivendicato tali prodotti in sede di deposito.

E questa non è una possibilità remota: basti pensare che pochi giorni dopo il deposito da parte del Sig. Bova, l’UIBM ha ricevuto due domande di deposito del marchio “Occhi Spaccanti” in classi “scoperte” dal deposito dell’attore (classi 09, 28 e 43).

Un’altra sfida a cui il Sig. Bova probabilmente andrà incontro concerne la decadenza per non uso.

La normativa nazionale e comunitaria prevede che il marchio debba essere effettivamente utilizzato dal titolare o con il suo consenso per i prodotti o servizi per i quali è stato registrato. Se il marchio non viene usato in modo effettivo per un periodo ininterrotto di cinque anni, può essere dichiarato decaduto, salvo che la mancata utilizzazione sia giustificata da un motivo legittimo.

Pertanto, se il Sig. Bova non sarà in grado di dimostrare un uso effettivo dei marchi, questi potranno essere oggetto di azioni di decadenza per non uso da parte di terzi e, in caso di soccombenza, chiunque potrebbe appropriarsene.

In conclusione, la vicenda dei marchi depositati da Raoul Bova rappresenta un interessante caso di intersezione tra privacy, viralità mediatica e diritto della proprietà industriale. Sebbene la registrazione dei marchi “Occhi Spaccanti” e “Buongiorno essere speciale dal sorriso meraviglioso e dagli occhi spaccanti” non possa impedire al pubblico e ai media di discutere della vicenda, essa potrebbe costituire uno strumento utile per impedire l’uso commerciale non autorizzato delle espressioni, purché Raoul Bova ottenga la concessione dei marchi e sia in grado di difenderli adeguatamente.

LO SAPEVATE CHE...

Quando un brevetto europeo viene concesso dall'EPO, per produrre effetti giuridici nei singoli Stati è necessario procedere alla sua convalida nei singoli stati di interesse e/o, dal 2023, alla convalida con effetto unitario (cosiddetto Brevetto Unitario). La **convalida nei singoli stati di interesse**, a seconda della legislazione nazionale, può comportare l'obbligo di depositare una traduzione del brevetto o almeno delle sue rivendicazioni nella lingua ufficiale dello Stato interessato. Tale traduzione ha storicamente rappresentato una voce di costo significativa per i titolari di brevetti.

Per ridurre questo onere, nel 2008 è entrato in vigore l'**Accordo di Londra** (*London Agreement*). Si tratta di un accordo opzionale con cui i Paesi che vi aderiscono rinunciano in tutto o in parte

alle traduzioni dei brevetti europei. In pratica, negli Stati che condividono una lingua ufficiale con l'EPO (inglese, francese o tedesco), non è richiesta alcuna traduzione, mentre, negli altri Stati aderenti, è in genere richiesta la traduzione delle sole rivendicazioni.

Una recente novità è che anche il **Montenegro** ha deciso di aderire all'Accordo: dal **1° agosto 2025**, chi convaliderà un brevetto europeo in questo Paese non dovrà più tradurre l'intero testo se il brevetto è in inglese, ma solo le rivendicazioni in lingua montenegrina.

L'adesione del Montenegro porta a 23 il numero degli Stati aderenti all'Accordo, confermando la tendenza europea a semplificare e ridurre i costi di convalida dei brevetti.



Con questa newsletter ci proponiamo di mantenere aggiornati i nostri clienti sugli sviluppi nel settore della Proprietà Industriale in generale e della nostra struttura in particolare. Desideriamo garantire in questo modo una visione più ampia degli strumenti che il campo dei marchi, nomi a dominio, brevetti, disegni e diritti connessi offre agli imprenditori, per valorizzare e difendere il loro impegno nella ricerca e sviluppo di nuove soluzioni e idee.



Members of FICPI and AIPPI

INTERPATENT Studio Tecnico Brevettuale S.R.L. - Sede Legale Via Caboto, 35 - 10129 TORINO - Capitale Sociale € 50000
Registro Imprese di Torino 08327040013 - Codice Fiscale e Partita IVA (V.A.T.) 08327040013 - REA 963838

email@interpatent.com - www.interpatent.com