



FEBBRAIO 2026

OLIMPIADI E PROPRIETÀ INTELLETTUALE: IL VALORE DEI SEGNI DISTINTIVI

Ogni quattro anni, i Giochi Olimpici catturano l'attenzione di milioni di spettatori in tutto il mondo. Ma dietro le medaglie e le competizioni, c'è un altro campo di gara altrettanto strategico: la protezione dei marchi e della proprietà intellettuale.

Il Comitato Olimpico Internazionale (CIO), infatti, protegge e regola con vigore la proprietà intellettuale dei Giochi, denominata **“Proprietà Olimpica e Paralimpica”**.

La proprietà olimpica più conosciuta è costituita dai Cinque Cerchi, l'unico simbolo al mondo a essere tutelato da un Trattato internazionale. Tuttavia, la nozione di Proprietà olimpica (e paralimpica) è molto più ampia e variegata: comprende infatti ogni emblema, simbolo, marchio, logo, mascotte, motto, inno o denominazione, così come le opere protette dal diritto d'autore, i design, i brevetti, le informazioni riservate e qualsiasi altro elemento utile all'organizzazione dei Giochi Olimpici e Paralimpici. Tra questi rientrano:

- L'**emblema** Olimpico, ovvero i Cinque Cerchi

Olimpici, e l'emblema paralimpico (Agitos Paralimpico)

- I **marchi** ufficiali dei Giochi di Milano Cortina 2026
- I **simboli**, i **pittogrammi**, le **mascotte**, l'identità visiva dei Giochi (c.d. “Look of the Games”)
- Le **espressioni ufficiali** e le designazioni Olimpiche e Paralimpiche, tra cui “Olimpico/a/i”, “Olimpiade/i”, “Giochi Olimpici e Paralimpici”, “Olimpiade di Milano Cortina 2026”, “Olimpiade Di Milano Cortina”, “Milano Cortina 2026”, “Milano Cortina”, “Giochi Olimpici E Paralimpici Invernali”, “Giochi Del 2026”, “Giochi Di Milano Cortina 2026”, “Giochi Di Milano Cortina”, “I XXV Giochi Olimpici Invernali”.
- Il **motto** Olimpico “*Altius, Citius, Fortius-Communiter*” e il motto Paralimpico “*Spirit in Motion*” e ogni traduzione in qualsiasi lingua degli stessi.

- Il **credo** Olimpico “*The most important thing in the Olympic Games is not to win but to take part, just as the most important thing in life is not the triumph but the struggle*” ed il credo Paralimpico “*To enable Paralympic athletes to achieve sporting excellence and to inspire and excite the world*” e ogni traduzione in qualsiasi lingua degli stessi.
- La **bandiera**, la **torcia**, la **fiamma** e le **medaglie** Olimpiche e Paralimpiche.

A questi si aggiungono le immagini e il materiale audiovisivo, le pubblicazioni e qualsiasi altro materiale relativo ai Giochi di Milano Cortina 2026 nonché quelli di repertorio dei Giochi passati, qualsiasi design, brevetto, informazione segreta che sia funzionale alla organizzazione dei Giochi Olimpici ed il merchandising ufficiale.

Ma qual è la normativa che tutela tale Proprietà Olimpica e Paralimpica?

- **Trattato di Nairobi** del 26 settembre 1981: prevede che il simbolo Olimpico non può costituire oggetto di registrazione come marchio o altro segno distintivo di impresa, per qualsiasi classe di prodotti o servizi, ad eccezione dei casi di espressa autorizzazione scritta del Comitato Olimpico Internazionale (CIO).
- **Codice civile**: la riproduzione della Proprietà Olimpica o Paralimpica può costituire concorrenza sleale per uso di nomi o segni distintivi idonei a produrre confusione con nomi o segni distintivi legittimamente usati da altri, per imitazione servile di prodotti di un concorrente o per appropriazione di pregi.
- **Legge sul diritto d'autore**: la riproduzione della Proprietà Olimpica o Paralimpica può altresì costituire una violazione del diritto d'autore poiché qualsiasi creatività legata ai Giochi Olimpici (se sussistono i requisiti previsti dalla legge) può essere considerata come opera dell'ingegno tutelata da tale legge.
- **Codice della Proprietà Industriale (c.p.i.)**: oltre agli articoli che impediscono la registrazione di un marchio o di un design

identico o simile a quello detenuto da altri, l'articolo 8, comma 3 del c.p.i. stabilisce espressamente che la registrazione e l'utilizzo come marchio dei segni notori impiegati in ambito sportivo - tra cui i segni distintivi e identificativi dei Giochi - siano riservati agli organizzatori dei Giochi Olimpici e Paralimpici, oppure subordinati al loro consenso. La stessa disposizione si applica anche alle immagini che riproducono trofei (comprese le medaglie olimpiche e paralimpiche), alle denominazioni e sigle delle manifestazioni - incluse quelle olimpiche e paralimpiche - nonché ai relativi emblemi caratteristici.

Inoltre, nei territori interessati dai Giochi sono previste **normative speciali e linee guida** rivolte agli esercenti, che stabiliscono con precisione i limiti entro cui i soggetti terzi possono utilizzare determinati segni o riferimenti.

Il Comitato Olimpico Internazionale impone, tramite specifici accordi contrattuali, alla città ospitante - e, per suo tramite, allo Stato ospitante - l'obbligo di adottare una legislazione *ad hoc*. Tale normativa deve rafforzare le tutele già garantite dagli strumenti giuridici ordinari, assicurando una protezione efficace e tempestiva contro fenomeni quali l'ambush marketing - ovvero chi trae beneficio da un'indebita associazione con i Giochi per conseguire un vantaggio in ambito commerciale -, la vendita non autorizzata di biglietti, ogni violazione dei diritti di marketing e la contraffazione, al fine di preservare il valore dell'evento.

È stato, quindi, emanato il decreto-legge 11 marzo 2020, n. 16, coordinato con la legge di conversione 8 maggio 2020, n. 31, recante: “*Disposizioni urgenti per l'organizzazione e lo svolgimento dei Giochi olimpici e paralimpici invernali Milano Cortina 2026 e delle finali ATP Torino 2021-2025, nonché in materia di divieto di attività parassitarie*”.

Il decreto in questione potenzia la disciplina ordinaria a tutela della proprietà industriale e intellettuale, riservando l'utilizzo delle Proprietà Olimpiche esclusivamente ai soggetti legittimati. Inoltre, vieta espressamente la registrazione come marchio - per qualunque categoria di prodotti o servizi e in qualsiasi

lingua - di termini o riferimenti che richiama direttamente il simbolo olimpico, i Giochi e gli eventi connessi, qualora tali elementi possano oggettivamente suggerire un collegamento con l'organizzazione o lo svolgimento delle manifestazioni. Tra questi rientrano, ad esempio, le parole "Olimpico", "Olimpiade" e "Milano Cortina 2026", nonché espressioni equivalenti.

Il provvedimento introduce anche il divieto di attuare pratiche promozionali e commerciali di tipo parassitario, fraudolento, ingannevole o fuorviante - note come ambush marketing - prevedendo specifiche sanzioni e misure di contrasto contro tali condotte sleali.

Inoltre, l'indebito utilizzo delle Proprietà Olimpiche è qualificato come illecito amministrativo assoggettabile a sanzione pecuniaria da 100.000 euro a 2,5 milioni di euro, salvo che la condotta costituisca reato o un più grave illecito amministrativo. È previsto, altresì, ad opera della Guardia di Finanza, il sequestro o la descrizione nel corso dei Giochi di tutto quanto risulti prodotto, commercializzato, utilizzato o diffuso in violazione dei divieti di cui alla legge.

Per di più, la Fondazione Milano Cortina 2026, in collaborazione con il Comitato Olimpico

Internazionale e INDICAM (un'associazione italiana che riunisce aziende titolari di marchi con l'obiettivo di contrastare la contraffazione e tutelare la proprietà intellettuale), ha attuato una campagna di sensibilizzazione tramite conferenze internazionali dedicate per contrastare l'uso non autorizzato dei segni distintivi.

Il 24 ottobre 2025 è stato, infatti, organizzato l'evento *"IP Protection in the context of Milano Cortina 2026"*, un'iniziativa che mirava ad evidenziare l'importanza strategica della proprietà intellettuale nel settore sportivo, dedicando particolare attenzione ai grandi eventi di rilievo internazionale, come i Giochi Olimpici. Come affermato dagli organizzatori *"una tutela efficace dei diritti IP rappresenta un presidio fondamentale contro fenomeni come ambush marketing, contraffazione e utilizzo non autorizzato di segni distintivi, salvaguardando i diritti di consumatori, sponsor ufficiali, atleti ed istituzioni"*.

Mentre le Olimpiadi celebrano l'eccellenza sportiva, il mondo dei marchi e della proprietà intellettuale ci ricorda che ogni vittoria richiede una solida difesa. Restate al passo con le strategie vincenti per tutelare i vostri asset intangibili!

DIVULGARE PRIMA DI BREVETTARE: IL "GRACE PERIOD" TRA ANCORA DI SALVATAGGIO E CAMPO MINATO



Nel mondo dei brevetti esiste un dogma quasi religioso: la **novità assoluta**. Secondo questo principio, un'invenzione per essere brevettabile non deve essere mai stata resa pubblica in alcun modo - né con un articolo scientifico, né con un post sui social, né tantomeno con una fiera di settore - prima della data di deposito della domanda di brevetto.

Tuttavia, errare è umano. Capita che l'entusiasmo di un ricercatore o la necessità commerciale di presentare un prototipo superino la prudenza legale. Cosa succede se l'invenzione viene divulgata "troppo presto"? È tutto perduto? La risposta è: "Dipende da dove ti trovi". Entriamo nel complesso mondo del

Grace Period (periodo di grazia).

Il requisito della novità: il pilastro (spesso) infrangibile

Per l'Ufficio Europeo dei Brevetti (EPO) e per l'Italia, la novità è un requisito oggettivo e assoluto. Qualsiasi cosa resa accessibile al pubblico prima del deposito distrugge la brevettabilità. È una regola ferrea che garantisce certezza ai terzi: se una tecnologia è pubblica, chiunque deve poterla usare senza temere rivendicazioni future. Ma non tutto il mondo ragiona così.

Il Grace Period: tre approcci globali

Alcuni ordinamenti riconoscono che il "peccato" della pre-divulgazione meriti una possibilità di redenzione. Sebbene il panorama in tema di "Grace Period" sia estremamente vario - come evidenziato anche nel dettagliato [prospetto comparativo fornito dal WIPO](#), utile per chi desidera approfondire le specificità di ogni singola giurisdizione - è possibile classificare il Grace Period (GP) in tre macro-categorie.

1. Il modello "nordamericano" (USA, Canada)

Negli Usa e in Canada, il Grace Period è visto come un diritto dell'inventore. Se l'inventore (o chi ha ottenuto l'informazione da lui) divulga l'invenzione, ha **12 mesi** di tempo per depositare la domanda. In questo lasso di tempo, la sua stessa divulgazione non "brucia" la novità del suo brevetto. Inoltre, anche divulgazioni ad opera di terzi e derivanti dalla divulgazione iniziale dell'inventore non rientrano nello stato dell'arte.

2. Il modello "Pacifico" (Australia, Giappone, Corea del Sud)

In Australia, Giappone e Corea del Sud, il Grace Period esiste (12 mesi per Giappone e Corea del Sud, 6 o 12 mesi per l'Australia) ma è spesso limitato a casi specifici ed è accompagnato da oneri formali. Ad esempio, è necessario presentare una dichiarazione al momento del deposito indicando quali divulgazioni si intendono "graziare". Inoltre, in questi paesi il Grace Period non protegge da divulgazioni fatte da terzi in modo indipendente. In definitiva, si tratta di una rete di sicurezza, ma non una licenza di trascuratezza.

3. Il modello "conservatore" (Europa, Cina, India)

L'Europa (attraverso l'EPO) e paesi come Cina e India prevedono un Grace Period estremamente ristretto. In genere, la "grazia" scatta solo in due casi:

- i. Un **evidente abuso** ai danni del richiedente (es. spionaggio industriale o violazione di un accordo di riservatezza);
- ii. L'esposizione in **mostre internazionali ufficialmente riconosciute** (eventi rari e molto specifici).

Al di fuori di questi casi, la pre-divulgazione in questi Paesi è solitamente fatale.

Il "trucco" di San Marino: una porta sul mercato italiano

Esiste un'anomalia normativa interessante che ogni azienda italiana dovrebbe conoscere. La Repubblica di San Marino prevede nel suo ordinamento un **Grace Period di 6 mesi** per divulgazioni effettuate dall'inventore.

Perché dovrebbe interessarvi? Perché grazie alla storica **Convenzione di amicizia e buon vicinato del 1939** tra Italia e San Marino, i brevetti ottenuti a San Marino possono essere azionati sul territorio italiano. Se un'azienda italiana ha divulgato accidentalmente un'invenzione, non può più ottenere un brevetto italiano valido. Tuttavia, potrebbe depositare una domanda di brevetto a San Marino, sfruttando il periodo di grazia, e poi, teoricamente, azionare il brevetto sanmarinese sul suolo italiano. È una strategia complessa, da maneggiare con estrema cautela, ma rappresenta un'ultima spiaggia preziosa.

Considerazioni strategiche: vantaggi e problematiche

Nei paesi che lo prevedono, il Grace Period è un'**opportunità** in quanto protegge le aziende da dipendenti troppo zelanti o fughe di notizie, permette ai ricercatori di pubblicare su riviste scientifiche senza precludere immediatamente lo sfruttamento commerciale dei risultati e consente di testare l'interesse del mercato o cercare investitori mostrando il prodotto "apertamente" prima di sostenere i costi di una strategia brevettuale globale.

Il Grace Period non è però la panacea. Se venisse esteso universalmente senza regole

rigide, porterebbe a una grande **incertezza del diritto**. Si pensi ad un'azienda che vede un prodotto sul mercato, verifica che non sia brevettato e investe nella produzione, salvo poi scoprire che è stata depositata, successivamente alla comparsa del prodotto sul mercato, una domanda di brevetto che rivendica proprio quel prodotto. Inoltre, le analisi di Libertà di Attuazione (**Freedom to Operate**), volte proprio a verificare che un prodotto possa essere immesso sul mercato senza rischi di contraffazione, diventerebbero molto più onerose e incerte.

La **mancaanza di armonizzazione** sul tema è in generale un grande problema. A fronte di un commercio globale, la presenza di normative brevettuali frammentate rende il portafoglio brevettuale non uniforme e, spesso, si traduce in una potenziale trappola per le aziende che operano su più mercati.

Conclusioni

Il Grace Period è come un paracadute di emergenza: è vitale averlo quando l'aereo è in fiamme, ma è fondamentale accertarsi che funzioni in tutti i Paesi in cui si intende atterrare.

Per andare sul sicuro, la nostra raccomandazione rimane invariata: **mantenere la massima riservatezza fino al deposito della domanda di brevetto**. Tuttavia, se il "danno" è fatto, il Grace Period, nella misura prevista dai vari paesi, rappresenta uno strumento per mitigarne le conseguenze.

Il nostro Studio è naturalmente a vostra disposizione per analizzare casi specifici e assistervi tempestivamente qualora doveste riscontrare problematiche inerenti a una pre-divulgazione, individuando le migliori strategie di rimedio ancora percorribili a livello nazionale e internazionale.

EPO: IN ARRIVO AUMENTI DELLE TASSE BREVETTUALI - PERCHÉ CONVIENE VALUTARE ORA NUOVI DEPOSITI



L'**European Patent Office (EPO)** ha annunciato un aggiornamento delle tasse ufficiali relative alle procedure brevettuali europee **a partire dal 1° aprile 2026**. L'incremento riguarda diverse voci - tra cui tasse di deposito, ricerca, esame, designazione e rinnovo - con un impatto complessivo significativo sui costi di prosecuzione e mantenimento delle domande di brevetto europeo.

L'adeguamento rientra nella revisione periodica delle tasse dell'EPO ed è motivato dall'esigenza di garantire sostenibilità finanziaria, copertura dei costi operativi e investimenti nei servizi digitali.

Perché la tempistica è determinante

Come di consueto, le nuove tariffe si applicano alle tasse pagate **a partire dalla data di entrata in vigore dell'aumento**.

Ciò significa che, per beneficiare delle tariffe attuali, non è sufficiente pianificare il pagamento delle tasse rilevanti ma è necessario che esso **avvenga prima della data di efficacia delle nuove tasse**.

Cosa significa in concreto per imprese e innovatori

Alla luce dell'aumento annunciato, può essere opportuno valutare le seguenti possibilità:

✓ **Anticipare nuovi depositi**

Se sono in fase di finalizzazione nuove domande di brevetto europeo, completare il deposito prima dell'entrata in vigore delle nuove tariffe consente di contenere i costi iniziali (tassa di deposito, ricerca, designazione).

✓ **Anticipare pagamenti già pianificati**

Ove strategicamente coerente, può essere utile verificare se alcune tasse prossime alla scadenza possano essere versate prima dell'aumento.

✓ **Rivedere il budget IP 2026**

Per aziende con portafogli ampi o con programmi di deposito strutturati, anche incrementi percentualmente contenuti possono tradursi in un impatto economico rilevante nel medio periodo.

Alla luce di quanto sopra vi invitiamo a contattare i professionisti di INTERPATENT insieme ai quali suggeriamo di:

- verificare eventuali invenzioni pronte per il deposito;
- valutare la possibilità di anticipare i pagamenti prima della data in cui aumenteranno;
- rivedere le previsioni di budget per il 2026 alla luce delle nuove tariffe.

Un'analisi tempestiva nelle prossime settimane può consentire di ottimizzare i costi e mantenere una strategia brevettuale solida ed efficiente a livello europeo.

UKIPO: AUMENTANO I COSTI PER MARCHI, BREVETTI E DESIGN - PERCHÉ CONVIENE AGIRE PRIMA DEL 1° APRILE 2026



L'**Intellectual Property Office (IPO)** del Regno Unito ha annunciato un significativo **aumento delle tariffe ufficiali** per marchi, brevetti e design, previsto, salvo approvazione parlamentare, dal **1° aprile 2026**.

Si tratta della prima revisione dei costi dopo molti anni: per i marchi, infatti, le tariffe non erano state ritoccate dal **1998**, mentre per brevetti e design non si vedevano adeguamenti dal **2018** e **2016**, **rispettivamente**.

L'aumento medio sarà di circa il **25%**, riflettendo l'inflazione accumulata negli ultimi anni e la necessità per l'UKIPO di sostenere investimenti tecnologici (tra cui il nuovo sistema digitale "One IPO").

✦ **Esempi di tariffe che subiranno aumenti:**

- Tasse per il deposito online di un marchio;
- Tasse di rinnovo di marchi;
- Tasse di ricerca brevettuale;
- Tasse di esame brevetti.

Perché conviene anticipare ora azioni di tutela di marchi e brevetti

In vista dell'aumento delle tariffe, è strategico considerare alcune azioni **prima dell'entrata in vigore delle nuove tariffe**:

✓ **Rinnovo anticipato dei diritti esistenti**

I diritti di proprietà intellettuale nel Regno

Unito possono essere rinnovati con anticipo rispetto alla scadenza (fino a 6 mesi per marchi e design e fino a 3 mesi per i brevetti); approfittare di questa possibilità consente di **congelare il costo alle tariffe attuali**, risparmiando sulla registrazione con le future tariffe più elevate.

✓ **Deposito di nuove domande prima di aprile 2026**

Anche per **nuove domande di marchio o brevetto**, presentare le domande **prima del 1° aprile 2026** significa pagare le **tariffe attuali**, evitando l'incremento previsto. Questo è particolarmente rilevante per chi sta pianificando nuove protezioni di brand o invenzioni nel Regno Unito.

Ad eccezione di alcune specifiche particolarità procedurali (ad esempio in materia di periodi di grazia per i marchi o richieste di differimento per i design), in linea generale, **qualsiasi pagamento effettuato dal 1° aprile 2026 in poi sarà soggetto alle nuove tariffe**.

Diventa quindi determinante **provvedere al pagamento** entro il 31 marzo 2026 per beneficiare delle tariffe oggi applicabili.

Cosa significa in concreto

- Se state pianificando **nuovi depositi di marchi, brevetti o design nel Regno Unito**, è opportuno completare **deposito e pagamento** prima del 1° aprile 2026 per beneficiare degli attuali diritti ufficiali.

- Per quanto riguarda i **rinnovi**, poiché i marchi nel Regno Unito possono essere rinnovati **fino a sei mesi prima della data di scadenza**, in termini pratici, ciò significa che **tutti i marchi con rinnovo in scadenza entro il 30 settembre 2026 dovrebbero essere rinnovati entro il 31 marzo 2026**, così da beneficiare delle attuali tasse ufficiali più contenute.

Alla luce di quanto sopra, consigliamo di rivolgervi ai professionisti INTERPATENT per:

- effettuare un **audit immediato del portafoglio UK**;
- individuare i rinnovi con scadenza entro settembre 2026;
- valutare eventuali **nuovi depositi pianificati** ma non ancora presentati;
- programmare i pagamenti entro il 31 marzo 2026.

Un intervento tempestivo nelle prossime settimane può tradursi in un **risparmio concreto e misurabile**, oltre che in una pianificazione più efficiente dei costi di tutela nel Regno Unito.

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