

INDICE SOMMARIO

<i>Prefazione</i> , di Francesco Antonio Genovese	xI
<i>Introduzione</i>	1

Capitolo I DIRITTO D'AUTORE

1. L'estendibilità del diritto d'autore alle produzioni algoritmiche	9
1.1. Brevi cenni sui concetti di originalità e di paternità	12
1.2. Forme di creatività assistita vs. forme di creatività automatizzata	16
1.3. La posizione statunitense: trionfo del formalismo?	18
1.4. Il realismo della giurisprudenza cinese	30
1.5. La decisione della Corte di Cassazione italiana sulla creatività assistita	32
1.6. ...e quella del Tribunale di Praga sulla creatività automatizzata	35
1.7. I divisivi obblighi di trasparenza nell'AI Act	37
1.8. L'impaziente proposta di legge francese	39
1.9. Il perfettibile disegno di legge italiano	41
1.10. Il controverso riconoscimento di un diritto <i>sui generis</i> per i risultati algoritmici nella legge ucraina	45
1.11. Il trattamento dei <i>computer-generated works</i> nel Regno Unito e in altri ordinamenti di <i>common law</i>	47
1.12. I succinti principi di diritto d'autore espressi nelle linee guida vaticane in materia di intelligenza artificiale	52
1.13. La prova della creatività umana	53
2. La tutela autoriale delle componenti necessarie al funzionamento del sistema di intelligenza artificiale	57
2.1. L'algoritmo di intelligenza artificiale	57
2.2. Il modello di apprendimento automatizzato e i dati da esso ottenuti	61
2.3. I <i>prompts</i>	62
2.4. ...e oltre	65
3. Lo sfruttamento dei contenuti protetti dal diritto d'autore per il <i>training</i> algoritmico	69
3.1. Le prime risposte giurisprudenziali statunitensi	73
3.2. L'eccezione giapponese di non godimento e l'acclamato ambiente paradisiaco per il <i>machine learning</i>	77
3.3. L'approccio pro-autori nel panorama normativo e giurisprudenziale cinese	79
3.4. La normativa europea sull'estrazione di testo e di dati prima del boom di ChatGPT: encomiabile lungimiranza o (s)fortunata coincidenza?	83
3.5. Promesse e limiti delle disposizioni per la tutela del diritto d'autore contenute nell'AI Act	88
3.6. Le proposte avanzate dalla dottrina	101

3.7.	Il primo stress test sul corretto esercizio dell' <i>opt-out</i> dinanzi alla Corte distrettuale di Amburgo	112
3.8.	Le emergenti pratiche di <i>compliance</i>	114
4.	La disumanizzazione dell' <i>enforcement</i> del diritto d'autore nei mercati digitali	121
4.1.	La rinnovata responsabilità delle piattaforme di condivisione di contenuti online nell'art. 17 della direttiva 2019/790	122
4.2.	I filtri algoritmici tra necessità pratica e tutela dei diritti fondamentali	127
4.3.	La parallela responsabilità delle piattaforme di produzione di contenuti (para)artificiali	133

Capitolo 2

DIRITTO DEI BREVETTI

1.	La brevettabilità delle invenzioni computazionali	139
1.1.	Panoramica preliminare dei requisiti di brevettazione	141
1.1.1.	La novità	142
1.1.2.	L'inventività	144
1.1.3.	L'industrialità	148
1.1.4.	La liceità	150
1.1.5.	La domanda di brevetto: la descrizione, i disegni e le rivendicazioni	152
1.2.	Il formalismo antropocentrico dell'orientamento maggioritario	155
1.2.1.	Il formalismo del Regno Unito	156
1.2.2.	L'irrinunciabile sforzo mentale negli Stati Uniti	161
1.2.3.	L'accezione personalistica di inventore in Europa	167
1.2.4.	L'allineamento umano-centrico in Brasile, Canada, Corea, India e Nuova Zelanda	171
1.2.5.	Il filo conduttore delle decisioni di sbarramento alla paternità robotica delle invenzioni	173
1.3.	Il fondamento politico-teleologico dell'orientamento minoritario	179
1.3.1.	La natura mercantilista della decisione sudafricana	180
1.3.2.	La temporanea deviazione australiana	182
1.4.	La desiderabilità di una convergenza internazionale	183
2.	La protezione brevettuale dell'algoritmo di intelligenza artificiale: <i>nihil sub sole novum?</i>	186
2.1.	Minimi cenni storici	187
2.2.	L'equiparazione tra <i>computer-implemented inventions</i> e <i>AI-implemented inventions</i> nella prassi statunitense	189
2.3.	...e in quella UEB	191
2.4.	Il convergente principio dell' <i>"always speaking"</i> nel Regno Unito	192
3.	L'opportunità di ricalibrare gli standard di novità e originalità in relazione all'uso di sistemi di AI	195
3.1.	L'ampliamento delle anteriorità rilevanti per il giudizio di novità	196
3.2.	L'adattamento del test di originalità allo strumentario tecnologico disponibile	197
3.3.	Le linee guida come modello regolatorio flessibile delle transizioni tecnologiche: l'esempio giapponese	200

4. L'alternativa tra tutela brevettuale e segreto commerciale nel prisma della trasparenza algoritmica 201

Capitolo 3

DIRITTO DEI MARCHI

1. L'impiego di algoritmi di intelligenza artificiale nella fase costitutiva del marchio 211
- 1.1. Premesse minime sui requisiti di tutela del marchio 213
- 1.1.1. La novità 214
- 1.1.2. La capacità distintiva 215
- 1.1.3. La liceità 217
- 1.2. L'assistenza computazionale nella ideazione del marchio 217
- 1.3. ...e nelle attività preparatorie alla registrazione 219
2. La parallela razionalizzazione delle attività degli Uffici Marchi mediante strumenti di *machine learning*. 222
3. L'automazione del *keyword advertising* tra interessi degli intermediari digitali e dei titolari di marchi 224
- 3.1. Le interferenze tra *keyword advertising* e protezione del marchio 225
- 3.2. Verso una maggiore responsabilizzazione dei (grandi) intermediari digitali per le pratiche pubblicitarie online 229
- 3.3. L'uso legittimo e illegittimo del marchio nell'ambito del *computational keyword advertising*. 231
- 3.4. L'eclissi dell'autodeterminazione del consumatore come ultima frontiera della pubblicità automatizzata 233
4. L'*enforcement* computazionale del marchio: benefici e criticità 234

Capitolo 4

DIRITTO DEI DISEGNI E MODELLI

1. La registrabilità dei risultati del *computer-aided design* generativo 239
- 1.1. L'integrazione dell'intelligenza artificiale nel CAD: prime testimonianze 240
- 1.2. Le iniziali reazioni istituzionali e dottrinali 242
- 1.3. L'irrelevanza dell'origine algoritmica del design per l'accesso alla privativa industriale 243
- 1.3.1. Note introduttive sull'oggetto del design 244
- 1.3.2. ...e sui requisiti di tutela 245
2. Un design senza designer umano? 248
3. La (il)legittimità del *training* algoritmico tramite disegni e modelli 252
4. Opportunità e ostacoli dell'intercettazione automatizzata delle contraffazioni 254

- Conclusioni* 257
- Postfazione*, di Vincenzo Franceschelli 271
- Bibliografia* 273

