

Comitato scientifico:

Simone **ALECCI** (Magistrato) - Elisabetta **BERTACCHINI** (Professore ordinario di diritto commerciale, già Preside Facoltà Giurisprudenza) - Mauro **BOVE** (Professore ordinario di diritto processuale civile) - Giuseppe **BUFFONE** (Magistrato addetto alla direzione generale della giustizia civile presso il Ministero della Giustizia) - Tiziana **CARADONIO** (Magistrato) - Costanzo Mario **CEA** (Magistrato, già Presidente di sezione) - Paolo **CENDON** † (Professore ordinario di diritto privato) - Gianmarco **CESARI** † (Avvocato cassazionista dell'associazione Familiari e Vittime della strada, titolare dello Studio legale Cesari in Roma) - Caterina **CHIARAVALLOTTI** (Presidente di Corte di Appello) - Bona **CIACCIA** (Professore ordinario di diritto processuale civile) - Leonardo **CIRCELLI** (Magistrato, assistente di studio alla Corte Costituzionale) - Vittorio **CORASANITI** (Magistrato, ufficio studi del C.S.M.) - Mirella **DELIA** (Magistrato addetto all'Ufficio legislativo del Ministero della Giustizia) - Lorenzo **DELLI PRISCOLI** (Consigliere Suprema Corte di Cassazione) - Paolo **DI MARZIO** (Consigliere Suprema Corte di Cassazione) - Francesco **ELEFANTE** (Magistrato T.A.R.) - Annamaria **FASANO** (Consigliere di Stato) - Cosimo **FERRI** (già Magistrato, già Sottosegretario di Stato alla Giustizia) - Francesco **FIMMANO** (Professore ordinario di diritto commerciale, Direttore scientifico Università) - Eugenio **FORGILLO** (Presidente di Tribunale) - Lucilla **GATT** (Professore ordinario di diritto privato) - Andrea **GIORDANO** (Magistrato della Corte dei Conti) - Mariacarla **GIORGETTI** (Professore ordinario di diritto processuale civile) - Giusi **IANNI** (Magistrato) - Francesco **LUPIA** (Magistrato) - Giuseppe **MARSEGLIA** (Consigliere di Corte d'Appello) - Roberto **MARTINO** (Professore ordinario di diritto processuale civile, Preside Facoltà Giurisprudenza) - Francesca **MITE** (Professore Associato di diritto privato) - Francesca **PROIETTI** (Magistrato) - Serafino **RUSCICA** (Consigliere parlamentare presso il Senato della Repubblica) - Piero **SANDULLI** (Professore ordinario di diritto processuale civile) - Stefano **SCHIRO** (già Presidente del Tribunale Superiore delle Acque pubbliche) - Bruno **SPAGNA MUSSO** (già Consigliere di Cassazione ed assistente di studio alla Corte Costituzionale) - Paolo **SPAZIANI** (Magistrato dell'Ufficio del Massimario della Corte Suprema di Cassazione) - Antonella **STILO** (Magistrato, Presidente di sezione) - Antonio **URICCHIO** (Professore ordinario di diritto tributario, già Magnifico Rettore, Presidente Anvur) - Antonio **VALITUTTI** (già Presidente di Sezione presso la Suprema Corte di Cassazione) - Alessio **ZACCARIA** † (Professore ordinario di diritto privato, già componente laico C.S.M.).

Intelligenza artificiale genera automaticamente contenuti: responsabilità umana

L'utilizzo di sistemi di intelligenza artificiale per la generazione automatica di contenuti, integrati in piattaforme editoriali e pubblicati senza intervento umano diretto, non esime i soggetti responsabili dalla verifica della conformità dei contenuti stessi alle norme di correttezza professionale e pubblicità ingannevole. In particolare, l'attribuzione di pregi non verificabili ai propri prodotti, anche se generata automaticamente, costituisce violazione degli articoli 2598 c.c. (concorrenza sleale) e delle norme sulla pubblicità ingannevole, qualora non supportata da evidenze scientifiche o verificabili.

Tribunale di Pistoia, ordinanza del 19.3.2026

Tribunale Ordinario di Pistoia

...omissis...

che Parte_1 , premesso di essere titolare del marchio commerciale riguardante prodotti per il riposo e di avere sottoscritto contratto di sponsorizzazione con Controparte_2 e Controparte_3 , meglio noti con il nome d'arte di, ha dedotto che era venuta a conoscenza che CP_1 nel corso del 2024 aveva utilizzato il marchio registrato ".....e" per promuovere nella rete il proprio sito e che nel maggio 2025 aveva anche indebitamente utilizzato il nome " CP_4 come appurato per suo conto dalla consulente Parte_2 che aveva stilato un report tecnico; che quindi ha lamentato che dette condotte avevano integrato le seguenti fattispecie illecite:

a) concorrenza sleale confusoria ex art. 2598 c.c.;

b) concorrenza sleale per appropriazione di pregi ex art. 2598 c. 1 n. 2 c.c.;

c) atti contrari a correttezza professionale ex art. 2598 c. 1 n. 3 c.c.;

d) concorrenza sleale per discredito, pubblicità per agganciamento mediante la redazione di classifiche La Nuova Procedura Civile non veritiere (punto E)

e) concorrenza per denigrazione conseguenti a "classifiche pubblicate, prive di criteri oggettivi e verificabili, forniscono un'immagine distorta e non veritiera di Parte_1 , rappresentandola come un'impresa meno innovativa e meno competitiva di quanto effettivamente sia" ;

f) pubblicità ingannevole sub specie di attribuzione dei pregi ai propri prodotti del tutto ingannevoli (pag. 30 e ss perizia Parte_2

che ricorrerebbero i presupposti sia del "fumus boni iuris" – come sopra delineato – che del "periculum in mora" in quanto tale condotta determinerebbe un danno patrimoniale alla ricorrente aggravato dal loro ripetersi nel corso del tempo (e dopo un'iniziale interruzione a seguito di intimazione stragiudiziale);

che, quindi ha chiesto l'accoglimento delle seguenti conclusioni: "Inibire a CP_1 in persona del legale rappresentante pro tempore, l'utilizzo – diretto o indiretto anche come parola chiave, metatag, nei titoli o contenuti di annunci online, classifiche, articoli o materiali promozionali, nei contenuti pubblicitari, promozionali o redazionali diffusi attraverso il sito web [CP_5 , i relativi blog, social media, annunci sponsorizzati e ogni altro canale di comunicazione aziendale – dell'immagine, dei riferimenti o dei segni distintivi riconducibili alla ricorrente, ivi espressamente inclusi i testimonial " CP_6 ".](https://www. [...]</p></div><div data-bbox=)

2. Inibire a CP_1 in persona del legale rappresentante pro tempore, l'utilizzo – diretto o indiretto – di contenuti pubblicitari ingannevoli, comprese dichiarazioni relative a proprietà sanitarie o effetti benefici dei prodotti non adeguatamente comprovati da evidenze scientifiche pubbliche e verificabili nonché contenuti relativi agli stabilimenti di produzione, come documentati in atti. 3.

Inibire a CP_1 in persona del legale rappresentante pro tempore, ogni ulteriore condotta idonea a generare confusione, agganciamento, sviamento di clientela o discredito commerciale ai danni della ricorrente, nonché la prosecuzione di ogni condotta effettuata in violazione dell'art. 2598 c.c. c. 1 nn. 1, 2 e 3 dell'art. 20 D.lgs. 30/2005, del Codice del Consumo e del D.lgs. 145/2007. 4.

Ordinare la rimozione immediata, a cura e spese della resistente, di tutti i contenuti digitali e i materiali promozionali (incluse le classifiche presenti sul sito web, post social, articoli blog, schede prodotto, inserzioni pubblicitarie, video e testi indicizzati) contenenti riferimenti a Parte_1 e /o riferimenti ai suddetti testimonial ".....", ovvero contenenti La Nuova Procedura Civile messaggi non veritieri e/o ingannevoli

in merito alle caratteristiche e/o ai benefici sanitari dei prodotti commercializzati e/o agli stabilimenti di produzione, come documentati in atti. 5. Ordinare l'inserimento delle keywords "A....." come parole chiave negative sul motore di ricerca Google. 6. Disporre, ai sensi dell'art. 614-bis c.p.c., una penale, a

carico di CP_1 per ogni singola violazione e/o giorno di inadempimento e/o di ritardo nell'adempimento dell'ordine giudiziale, nella misura non inferiore a € 1.000,00 (mille/00), o quanto ritenuto congruo dall'Ill.mo Giudice adito, per ciascun giorno di ritardo nell'ottemperanza ovvero per ciascun contenuto mantenuto o nuovamente diffuso in violazione dell'ordinanza, 7. Con vittoria di spese"; che parte convenuta ha replicato che:

a) il ricorso introduttivo supererebbe il numero di pagine previsto dalla legge;

b) la convenuta aveva effettuato ingenti investimenti in pubblicità da cui era derivato l'incremento del fatturato che, quindi, non derivava dalla condotta contestata;

c) "a far data dal 24/12, non vi è più alcuna possibilità di visualizzare o rinvenire tali riferimenti sul sito di CP_1 della parola chiave CP_6 ;

d) "da una precisa analisi di tali dati non risulta alcuna evidenza significativa di traffico organico riconducibile alle query contenenti i termini "..... né risultano volumi apprezzabili di impression o click collegati a tali ricerche";

e) **"i contenuti del blog sono stati generati mediante un sistema automatico di generazione testi, basato su intelligenza artificiale, integrato nella piattaforma editoriale del sito, e che la pubblicazione è avvenuta in modo automatizzato, senza intervento umano diretto sui singoli contenuti e senza una volontà redazionale consapevole di riferirsi a soggetti specifici o di richiamare persone note per finalità commerciali";**

che, quindi, ha così concluso: "1) Dichiarare improcedibile e/o inammissibile il ricorso proposto dalla Parte_1 per tutti i motivi ex ante rappresentati; 2) rigettare nel merito le richieste attoree in quanto infondate e/o superate dagli eventi sopra richiamati. C) in via subordinata: nella denegata e non creduta ipotesi di accoglimento del ricorso della Parte_1 nella misura che sarà ritenuta di giustizia o di  quello che verrà accertato in corso di causa o

ridurre l'importo richiesto da controparte con la somma che risulterà di giustizia. Con vittoria di spese e compensi, anche tenendo conto della lunghezza e superflua abbondanza dell'atto introduttivo, oltre rimborso forfettario 15%, I.V.A. e C.P.A. come per legge"; ritenuto

che deve essere tenuta ferma la competenza sia funzionale che territoriale come indicata dall'ordinanza del Tribunale di Firenze – Sezione Imprese, dal momento che effettivamente in questo caso non si discorre (solamente) di segni distintivi della Parte_1 ;

che l'eccezione di superamento dei limiti dimensionali dell'atto giudiziario non può, in assenza di una specifica disposizione di legge che la commini, motivo di nullità di esso;

che, venendo al merito, si deve preliminarmente precisare come, in tema di inibitoria di condotte di concorrenza sleale, può rilevare solo un pericolo di danno che si può desumere dalla potenzialità lesiva della condotta come ricordato dalla giurisprudenza di legittimità secondo cui "l'illecito concorrenziale di cui all'art. 2598 c.c. non si perfeziona necessariamente attraverso la produzione di un pregiudizio attuale al patrimonio del soggetto concorrente, essendo sufficiente la potenzialità o il pericolo di un danno, concretantesi nell'idoneità della condotta vietata a cagionare un pregiudizio" (Cass. 10/01/2025, n. 626); che, così delineato il contesto, non rilevano le difese articolate dalla convenuta relative alla valutazione dell'effettiva distrazione di clientela (superiore punto b);

che parte ricorrente ha chiesto l'inibitoria sia dell'indebito uso per la pubblicizzazione dei prodotti della convenuta del nome dei testimonials del duo

" Tes_1 che della supposta pubblicità ingannevole;
che il fatto in sé che un'impresa concorrente utilizzi a scopo pubblicitario il richiamo ai testimonial legati da un rapporto di sponsorizzazione con altro imprenditore concorrente è configurabile come atto di concorrenza sleale ai sensi dell'art. 2598 c. 1 n. 2 c.c. in quanto finalizzata oggettivamente a sfruttare la notorietà degli stessi testimonial per la pubblicizzazione dei propri prodotti;

che nello specifico si tratta di sleale La Nuova Procedura Civile concorrenza per appropriazione della visibilità pubblica dei testimonial di impresa concorrente che produce un effetto di "pubblicità parassitaria" a spese del legittimo titolare;

che, peraltro, la documentazione prodotta (sia quella contenuta nella relazione dell'impresa specializzata B2 Commerce e inserita poi nel ricorso) testimonia l'esistenza di condotte che, tramite l'abbinamento della parole chiave

" Tes_1 ad CP_1 determinavano i seguenti effetti:

a) ove l'utente avesse digitato sul web la parola "Ale&Franz", il reindirizzamento alla pagine di CP_1

b) ove l'utente avesse svolto una ricerca riguardante il mondo del riposo, ed a seguito della comparsa del richiamo alla parola "Ale&Franz" collegata ad CP_1 la maggiore probabilità che l'utente scegliesse di aprire la pagina dello store di CP_1

che, dunque, l'illecita appropriazione degli sponsor ingaggiati da Per_1 lese aveva creato un effetto di indebito effetto di "trascinamento" a vantaggio di CP_1 a spese e detrimento della prima che si vedeva non solo sfruttare da altri la pubblicità dalla stessa pagata ma anche danneggiare per la potenziale perdita di clientela;

che, peraltro, anche parte convenuta ha ammesso che, almeno fino al dicembre 2025, dette condotte erano in essere salvo addebitare ciò ad un sistema di intelligenza artificiale che, tuttavia, almeno per ora, non è in grado di prendere nessuna iniziativa;

che, quanto alla condotta di pubblicità ingannevole, effettivamente si denota leggendo quanto riportato dalla perizia depositata che l'attribuzione di pregi alla merce di CP_1 (proprietà anti russamento, antirughe dei cuscini) non è fondata sulla benchè minima evidenza derivante se non proprio da ricerche scientifiche e cliniche ma comunque da specifiche esperienze di utenti ben identificabili;

che, da quanto punto di vista, non si può non osservare che la lecita attività di esaltazione dei propri prodotti non si può spingere anche all'attribuzione di pregi ove di essi non si fornisca un qualche credibile riscontro;

che infine la questione della pubblicizzazione dei reparti produzione (pag. 29 ricorso) non pare possa determinare un'apprezzabile pericolo di danno in quanto si deve ritenere che i prodotti della parte resistente siano pur sempre confezionati in stabilimenti "fisici";

che, conclusivamente, la domanda cautelare merita accoglimento;

che deve anche essere prevista una somma di denaro per ogni violazione dell'ordine soprattutto alla luce della "recidiva" addebitabile alla convenuta, somma che deve essere ridotta a € 200,00 per ogni violazione;

che le spese legali seguono la soccombenza e sono liquidate nel dispositivo secondo lo scaglione di La Nuova Procedura Civile valore indeterminabile, complessità media, nei

va-
lori massimi (in considerazione del pregio del ricorso), esclusa la fase istruttoria;

P . Q . M .

Il Tribunale, in accoglimento della domanda proposta da Parte_1 :

a) ordina a CP_1 di:

- non utilizzare mediante ogni mezzo disponibile l'immagine ed ogni riferimento ai segni distintivi riconducibili a Parte_1 , inclusi i testimonial " e F...." con ordine di inserimento delle keywords "....z" come parole chiave negative sul motore di ricerca Google;
- non utilizzare contenuti pubblicitari ingannevoli, comprese dichiarazioni relative a proprietà sanitarie o effetti benefici dei prodotti non adeguatamente comprovati da evidenze scientifiche pubbliche e verificabili;
- cessare ogni ulteriore condotta idonea a generare confusione, aggan- ciamento, sviamento di clientela o discredito commerciale ai danni della ricor- rente;

b) dispone, ai sensi dell'art. 614 bis c.p.c., la penale a carico di CP_1 di € 200,00 per:

- ogni giorno di ritardo nell'adempimento degli obblighi derivanti dal presente provvedimento da calcolarsi dal quinto giorno dalla data di deposito di esso;
- ogni ulteriore violazione della presente ordinanza che decorrerà dal giorno successivo alla formale contestazione di essa e conseguente diffida alla rimozione da parte di Parte_1 ;

c) condanna CP_1 a rifondere le spese legali per il presente giudizio sostenute da Parte_1 che si liquidano in € 6.300,00 oltre accessori co- me per legge.

Pistoia, 19/03/2026.

Il giudice

dott. Matteo Marini