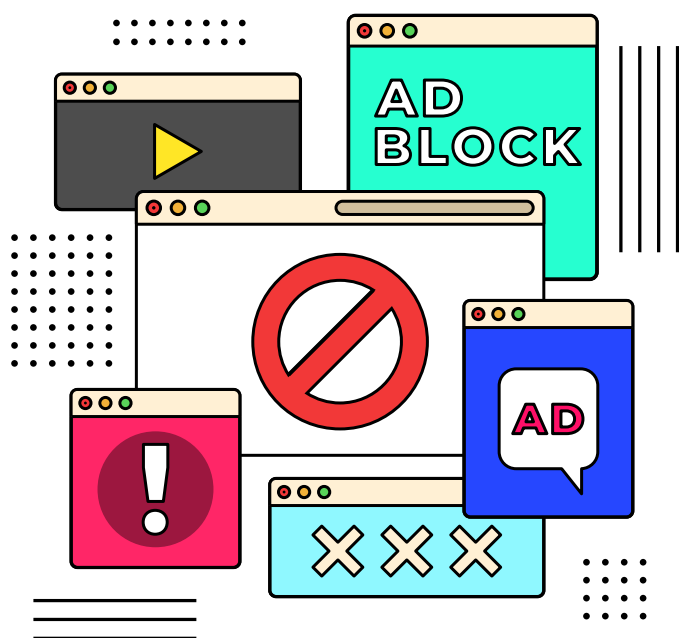


PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE NEL CONTESTO DIGITALE:

UNA ANALISI COMPARATIVA FRA ORDINAMENTO
ITALIANO E SPAGNOLO

EDOARDO VINCHESI





Disfrute gratuitamente **DURANTE UN AÑO** de los eBook y audiolibros de las obras de Editorial Colex*

- Acceda a la página web de la editorial **www.colex.es**
- Identifíquese con su usuario y contraseña. En caso de no disponer de una cuenta regístrese.
- Acceda en el menú de usuario a la pestaña «Mis códigos» e introduzca el que aparece a continuación:

RASCAR PARA VISUALIZAR EL CÓDIGO

- Una vez se valide el código, aparecerá una ventana de confirmación y su eBook y/o audiolibro estará disponible **durante 1 año desde su activación** en la pestaña «Mis libros» en el menú de usuario.

* Los audiolibros están disponibles en las ediciones más recientes de nuestras obras. Se excluyen expresamente las colecciones «Códigos comentados», «Biblioteca digital» y los productos de www.vademecumlegal.es.

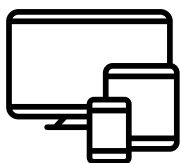
No se admitirá la devolución si el código promocional ha sido manipulado y/o utilizado.



¡Gracias por confiar en nosotros!

La obra que acaba de adquirir incluye de forma gratuita la versión electrónica. Acceda a nuestra página web para aprovechar todas las funcionalidades de las que dispone en nuestro lector.

Funcionalidades eBook



**Acceso desde
cualquier dispositivo con
conexión a internet**



**Idéntica visualización
a la edición de papel**



Navegación intuitiva



Tamaño del texto adaptable

Síguenos en:



PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE NEL CONTESTO DIGITALE:

**una analisi comparativa fra
ordinamento italiano e spagnolo**

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE NEL CONTESTO DIGITALE:

**una analisi comparativa fra
ordinamento italiano e spagnolo**

Edoardo Vinchesi

COLEX 2025

Copyright © 2025

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs. del Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos (www.cedro.org) garantiza el respeto de los citados derechos.

Editorial Colex S.L. vela por la exactitud de los textos legales publicados. No obstante, advierte que la única normativa oficial se encuentra publicada en el BOE o Boletín Oficial correspondiente, siendo esta la única legalmente válida, y declinando cualquier responsabilidad por daños que puedan causarse debido a inexactitudes e incorrecciones en los mismos.

Editorial Colex S.L. habilitará a través de la web www.colex.es un servicio online para acceder a las eventuales correcciones de erratas de cualquier libro perteneciente a nuestra editorial.

© Edoardo Vinchesi

© Editorial Colex, S.L.
Calle Costa Rica, número 5, 3.º B (local comercial)
A Coruña, 15004, A Coruña (Galicia)
info@colex.es
www.colex.es

I.S.B.N.: 979-13-7011-410-7
Depósito legal: C 1677-2025
DOI: <https://doi.org/10.69592/979-13-7011-410-7>

SOMMARIO

INTRODUZIONE	11
---------------------------	----

CAPITOLO I

LA NORMATIVA EUROPEA SULLE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE: LA DIRETTIVA 29/2005 CE E LA DIRETTIVA 2161/2019

1. Premessa	17
1.1. Ambito di applicazione della direttiva 2005/29/CE e le modifiche apportate dalla direttiva 2019/2161/UE.	21
1.2. L'obiettivo di tutela	25
1.3. La pratica commerciale scorretta disciplinata dalle Direttiva 2005/29/CE e 2019/2161/UE	26
1.4. Classificazioni delle condotte ingannevoli e delle pratiche commerciali aggressive e scorrette, le azioni ingannevoli nella pratica commerciale . . .	30
1.4.1. Le pratiche commerciali aggressive.	31
1.4.2. La disciplina delle pratiche commerciali scorrette	31
1.5. L'individuazione delle pratiche commerciali sleali	32
1.5.1. La pratica è contraria all'obbligo della diligenza professionale	32
1.5.2. La pratica falsa o è idonea a falsare in misura rilevante il comportamento economico del consumatore medio	33
1.5.3. La lista nera delle pratiche commerciali sleali.	33
1.6. L'impostazione dottrina e giurisprudenziale nell'attuazione della direttiva.	37
1.7. La centralità della buona fede oggettiva	40
1.8. Il recepimento delle direttive in Italia, fra applicazione della direttiva e nozione di consumatore medio.	46
1.8.1. Il recepimento delle direttive in Italia	46
1.8.2. Analisi sistematica della nozione di consumatore medio, dal D.Lgs. n. 146/2007 all'evoluzione della nozione secondo la giurisprudenza . . .	50
1.8.3. Il sistema di protezione del consumatore fra codici di condotta e sanzione amministrativa	59
1.8.4. Analisi sistematica del D.Lgs. n. 146/2007: le pratiche "aggressive" . . .	64
1.8.5. Analisi sistematica del D.Lgs. n. 146/2007: il sistema rimedi (cenni) alla luce dell'evoluzione normativa	68

CAPITOLO II

**IL CONCRETO RECEPIMENTO DELLA NORMATIVA, IL CASO SPAGNOLO
E IL RAPPORTO TRA UTENTI E MEZZI DI COMUNICAZIONE E DI
VENDITA NELLA REALTÀ DELLE PIATTAFORME DIGITALI**

1. Primi cenni di comparazione: la normativa spagnola	79
1.1. Cenni di comparazione: il recepimento e l'attuazione della direttiva 29/2005 CEE in Spagna attraverso la Legge 29/2009 e l'attuazione della direttiva 2019/2161 attraverso il Real Decreto- Ley 24/2021	79
1.1.1. Cenni di comparazione: il regime delle pratiche commerciali " <i>Un- fair</i> " in Spagna	85
1.2. Cenni di comparazione: recepimento e attuazione delle Direttive 29/2005 e 2019/2161 CEE negli altri Paesi europei il caso del Portogallo come modello di impatto delle direttive in ambito contrattuale	95
1.2.1. L'approccio portoghese	98
2. La concreta applicazione, a tutela degli utenti, della normativa contro le pratiche commerciali scorrette	102
2.1. L'ambito di applicazione soggettivo.	105
2.2. L'ambito di applicazione oggettivo	107
2.2.1. L'ambito di applicazione oggettivo: considerazioni critiche e l'inter- vento della direttiva 2019/2161	109
3. Il divieto di pratiche commerciali scorrette: la clausola generale di cui all'art. 20	114
3.1. Struttura ed elementi costitutivi della fattispecie generale	116
3.2. La contrarietà alla diligenza professionale	117
3.3. Il rapporto tra la diligenza secondo il Codice del Consumo e la diligenza secondo il Codice Civile	119
3.4. L'idoneità a falsare in misura rilevante il comportamento economico del consumatore	120
4. Dalla normativa europea sulla protezione del consumatore alle piattafor- me digitali	124
4.1. Applicabilità al settore <i>online</i>	124
4.2. Le piattaforme digitali.	125
4.2.1. Le novità introdotte dalla Direttiva 2019/2161	130
4.3. Articolo 14, paragrafo 1 della direttiva 2000/31. La Direttiva sul com- mercio elettronico: " <i>Hosting</i> "	132
4.4. Articolo 15, paragrafo 1 della direttiva 2000/31. La Direttiva sul com- mercio elettronico: assenza dell'obbligo generale di sorveglianza	133
4.5. Le piattaforme di commercio elettronico.	136
4.6. L'Appstore	139
5. Economia collaborativa: cenni	141
6. I motori di ricerca	142
7. Gli strumenti di confronto	144
8. Gli strumenti di recensione degli utenti	149
9. La diffusione dei <i>social media</i>	154

10. Le piattaforme di acquisto collettivo	157
11. La tariffazione dinamica	158
11.1. La discriminazione dei prezzi	159
11.2. I prezzi personalizzati	160
11.3. Le attività di <i>marketing</i> e i prezzi personalizzati	162
12. Settori specifici: il settore dei viaggi e dei trasporti	163
12.1. Gli aspetti trasversali, prime considerazioni sulla protezione del consumatore nell'ambito digitale rispetto al contratto di trasporto	163
13. Gli <i>Influencer</i> e la protezione dell'utente digitale, brevi cenni sul quadro giuridico italiano	167
14. Ulteriori pronunce giurisprudenziali sulle pratiche commerciali scorrette	170
15. Brevi considerazioni sull'intreccio dello <i>status</i> di consumatore e interessato al trattamento dati, il tema dell'assetto rimediabile	173

CAPITOLO III

I RIMEDI DELL'ORDINAMENTO ALLE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE E LA PROTEZIONE DEL CONSUMATORE - UTENTE, DAL RISARCIMENTO DEL DANNO AGLI INTERVENTI DELLE AUTHORITY, FRA PRIVATE E PUBLIC ENFORCEMENT

1. Il ruolo dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato nel complesso delle attribuzioni delle Autorità amministrative indipendenti e nei rapporti con le autorità di settore: generalità.	177
1.1. Il rapporto tra la tutela del consumatore e la tutela della concorrenza, il caso dell'utente digitale	181
1.2. <i>Privacy</i> e concorrenza nella competenza delle Authority, sinergia fra protezione dei dati dell'utente e tutela della concorrenza	184
1.3. Richiamo al principio di legalità per le Autorità Indipendenti	188
2. Analisi critica delle soluzioni per rimediare ad una pratica commerciale scorretta e sorti del contratto a valle: generalità	190
2.1. L'evoluzione dottrinale sui profili rimediali e i poteri dell'AGCM	192
2.2. Ancora sull'AGCM, facoltà di indennizzo e dialogo con l'Autorità	195
2.3. Le conseguenze della condotta del professionista e della non collaborazione di esso	196
2.4. La Direttiva n. 2019/2161/UE: l'ampliamento del perimetro delle pratiche commerciali scorrette e l'applicabilità della disciplina consumeristica all'utente digitale	196
2.4.1. La tutela del consumatore nella disciplina spagnola, uno sguardo d'insieme sulla direttiva 2019/2161	202
2.4.2. La disciplina di <i>public enforcement</i> in Spagna	209
2.4.3. La direttiva 770/2019, la sua attuazione in Spagna e l'incremento di protezione per il consumatore spagnolo	212
2.4.4. Le azioni a tutela del consumatore e dell'utente digitale nell'ordinamento spagnolo, gli artt. 117 ss. della TRLGCU: fra dati personali e rapporto contrattuale	217

SOMMARIO

2.4.5. Gli <i>influencer</i> nella normativa spagnola, cenni sulla normativa pubblicitaria.	222
2.4.6. Il consumatore medio come <i>vulnus</i> al <i>public enforcement</i> , focus sull'ordinamento spagnolo	228
2.5. Segue: la nuova disciplina rimediale a tutela della collettività dei consumatori e l'attuazione della direttiva 2169/2019 in Italia.	231
2.6. Segue: la nuova disciplina rimediale a tutela dei singoli consumatori.	235
2.7. La direttiva (c.d. " <i>green</i> ") 827/2024: prime considerazioni.	236
2.7.1. La direttiva (c.d. " <i>green</i> ") 827/2024: gli effetti sulla disciplina vigente	239
2.7.2. La direttiva (c.d. " <i>green</i> ") 827/2024: profili rimediali, criticità e questioni aperte.	242
2.7.3. La direttiva (c.d. " <i>green</i> ") 827/2024: brevi riflessioni comparate	244
3. L'annullabilità del contratto.	245
4. La nullità del contratto e la nullità parziale della clausola frutto della pratica commerciale scorretta, il caso del contratto "a valle" di un accordo anticoncorrenziale	248
5. Il risarcimento del danno.	251
5.1. Il rimedio risarcitorio dell'utente digitale e l'insufficienza del rimedio rispetto ai provvedimenti di <i>public enforcement</i> : il caso della cancellazione del profilo digitale	252
6. Pratiche commerciali scorrette, condizioni generali di contratto e clausole vessatorie: classificazione e atipicità delle clausole	254
6.1. Gli oneri imposti	261
6.2. Effetti del contratto concluso mediante clausole unilateralmente predisposte e profili di tutela	264
7. Sull'inefficacia della dichiarazione di pratica commerciale scorretta nel rapporto privatistico, fra ordinamento spagnolo e italiano: riflessione comparata	271
CONCLUSIONI	277
BIBLIOGRAFIA	283

INTRODUZIONE

Negli ultimi decenni, la trasformazione digitale dei mercati e l'incremento esponenziale della circolazione di beni e servizi attraverso canali online hanno posto nuove e complesse sfide al diritto dei consumatori. L'evoluzione delle pratiche commerciali, sempre più sofisticate, personalizzate e – in alcuni casi – opache, ha reso necessario un continuo aggiornamento degli strumenti giuridici di tutela. In questo senso, l'intervento del legislatore europeo è stato straordinariamente prezioso, a dimostrazione della formidabile opportunità che l'armonizzazione sovranazionale può rappresentare per regolare in modo efficace fenomeni così recenti e innovativi. In questo contesto, la disciplina delle pratiche commerciali sleali ha assunto un ruolo centrale, rappresentando un punto di intersezione tra la tutela del consumatore, la regolazione del mercato e la garanzia del corretto funzionamento della concorrenza.

Il presente lavoro si propone di analizzare in maniera sistematica e approfondita la disciplina delle pratiche commerciali sleali così come configurata dalla Direttiva 2005/29/CE, oggetto di una revisione significativa ad opera della Direttiva (UE) 2019/2161, nonché le modalità con cui tale disciplina è stata recepita e applicata negli ordinamenti nazionali, in particolare in Italia e in Spagna. L'indagine si estende anche all'impatto delle pratiche sleali nei contesti digitali, con attenzione alle piattaforme online, ai social network, agli influencer, e si offriranno brevi cenni sui sistemi di fissazione algoritmica dei prezzi e di profilazione.

L'obiettivo principale della ricerca è duplice: da un lato, ricostruire il quadro normativo e giurisprudenziale europeo e nazionale in materia di pratiche commerciali sleali, mettendo in rilievo le criticità nell'applicazione, le evoluzioni interpretative e le prospettive di riforma; dall'altro, analizzare le connessioni tra tutela del consumatore, enforcement pubblico e diritto della concorrenza, con particolare riferimento alla protezione dell'utente digitale. Una parte rilevante del lavoro è inoltre dedicata allo studio dei rimedi contrattuali disponibili in caso di violazione delle norme sulle pratiche sleali e al ruolo delle autorità indipendenti (come l'AGCM e l'AGCOM nel diritto italiano; l'autorità di regolazione del mercato nell'ordinamento spagnolo, dove peraltro sussiste la particolarità di autorità di carattere locale) nel sistema multilivello di enforcement.

La metodologia seguita è di tipo qualitativo e comparato: si è proceduto a una ricostruzione dogmatica delle norme europee e nazionali, accompagnata dall'analisi critica della giurisprudenza e della dottrina più rilevante; inoltre, è stato adottato un approccio comparativo, con particolare attenzione al modello spagnolo e al caso portoghese, considerato un esempio paradigmatico nell'attuazione delle direttive europee in materia di consumo. A questa ricostruzione normativa e sistematica si aggiunge una riflessione sull'effettività della tutela, soprattutto nei contesti digitali, dove la vulnerabilità del consumatore risulta accresciuta dalla complessità degli strumenti tecnologici e informativi.

Il primo capitolo dell'opera si propone di offrire una ricostruzione sistematica della disciplina delle pratiche commerciali sleali nell'ordinamento dell'Unione europea, soffermandosi in particolare sull'evoluzione normativa rappresentata dalla Direttiva 2005/29/CE (denominata "Direttiva sulle pratiche commerciali sleali") e sulle modifiche introdotte dalla Direttiva (UE) 2019/2161, che ha aggiornato numerosi strumenti di protezione del consumatore nell'ambito del pacchetto legislativo "New Deal for Consumers".

Dopo una premessa generale, il capitolo si apre con una sezione dedicata all'ambito di applicazione della Direttiva 2005/29/CE e alle modifiche introdotte dalla Direttiva 2019/2161/UE. Qui si mette in rilievo l'estensione del campo di operatività della disciplina, in particolare per quanto riguarda le pratiche commerciali digitali, la trasparenza nelle interfacce online, la personalizzazione dei prezzi e la visibilità delle recensioni. L'analisi ha come obiettivo mostrare come l'evoluzione normativa rifletta l'intenzione dell'Unione di rafforzare la fiducia dei consumatori nei mercati digitali, garantendo al contempo una maggiore certezza giuridica per i professionisti.

Segue una ricostruzione dettagliata dell'obiettivo di tutela perseguito dal legislatore europeo: non solo la protezione del consumatore in senso tradizionale, ma anche la salvaguardia del corretto funzionamento del mercato e la promozione di pratiche leali tra operatori economici. La dimensione assiologica della normativa, basata sul principio di buona fede oggettiva e sulla tutela dell'autonomia decisionale del consumatore, costituisce l'asse teorico attorno al quale ruota l'intero impianto della disciplina.

Ampio spazio è dedicato alla definizione di pratica commerciale sleale, così come delineata da entrambe le direttive, nonché alla distinzione tra le diverse tipologie di condotte vietate. In particolare, si approfondiscono le pratiche ingannevoli, le azioni ingannevoli, le omissioni ingannevoli e le pratiche aggressive, attraverso una classificazione sistematica delle condotte e una riflessione sulle ipotesi previste dalla normativa.

L'analisi prosegue con l'esame dei criteri giuridici utilizzati per identificare una pratica commerciale sleale, soffermandosi su tre aspetti fondamentali: 1) la contrarietà alla diligenza professionale; 2) l'idoneità a falsare in maniera rilevante il comportamento economico del consumatore medio; 3) l'inclu-

sione nella cosiddetta “lista nera” delle pratiche vietate in ogni caso, indipendentemente dalla valutazione concreta dell’effetto.

Un paragrafo specifico è poi dedicato all’approccio dottrinale e giurisprudenziale nell’attuazione della direttiva, con particolare attenzione all’evoluzione interpretativa operata dalla giurisprudenza nazionale e dalla Corte di Giustizia. In questo contesto, si evidenzia la centralità del principio di buona fede oggettiva, come criterio di valutazione della correttezza delle pratiche commerciali e come parametro per l’applicazione della clausola generale dell’articolo 5 della Direttiva 2005/29/CE.

Una parte sostanziale del capitolo è infine riservata al recepimento delle direttive in Italia, con un focus sul Decreto Legislativo n. 146/2007, che ha introdotto nel Codice del Consumo italiano la disciplina delle pratiche commerciali sleali. L’analisi si concentra su alcune nozioni chiave, come quella del consumatore medio, e sul modo in cui la giurisprudenza e la prassi amministrativa ne hanno progressivamente delineato i contorni applicativi.

Si esaminano poi le pratiche aggressive, il sistema sanzionatorio e i codici di condotta, nonché i rimedi previsti, anche alla luce della recente evoluzione normativa. Infine, si propone un’analisi sistematica del Decreto Legislativo n. 146/2007, con l’obiettivo di mostrare la coerenza – o l’eventuale scostamento – tra il diritto interno e gli obiettivi perseguiti a livello europeo.

Il secondo capitolo si apre con una breve analisi comparativa della disciplina delle pratiche commerciali sleali nei principali ordinamenti europei, concentrandosi in particolare sul caso spagnolo (e con alcuni riferimenti al modello portoghese), con l’obiettivo di individuare affinità, divergenze e possibili buone pratiche nell’attuazione delle Direttive 2005/29/CE e 2019/2161/UE.

La prima sezione è dedicata alla Spagna, dove la disciplina delle pratiche commerciali sleali è stata recepita tramite la Legge 29/2009, che ha modificato il testo della Legge sulla Concorrenza Sleale, e successivamente integrata dal Real Decreto-ley 24/2021, strumento di recepimento della Direttiva 2019/2161. L’analisi si concentra su come l’ordinamento spagnolo abbia integrato il divieto di pratiche ingannevoli e aggressive nel proprio sistema di concorrenza sleale, sottolineando la duplice matrice della disciplina spagnola, nella quale le pratiche sleali vengono valutate anche in funzione del pregiudizio alla concorrenza e non soltanto della libertà decisionale del consumatore.

Segue un confronto con altri ordinamenti europei, tra i quali spicca il Portogallo, il cui approccio è considerato emblematico per l’attenzione dedicata alla dimensione contrattuale delle pratiche commerciali sleali. In particolare, il sistema portoghese è analizzato per la sua capacità di integrare in maniera organica la protezione del consumatore, la disciplina contrattuale e la repressione delle condotte sleali, anticipando alcune delle soluzioni adottate a livello europeo con la Direttiva 2019/2161. Qui si propongono ricostruzioni generali utili a livello comparativo, mentre sull’ordinamento spagnolo – soprattutto

per quanto riguarda l'applicabilità della disciplina nel contesto digitale – si tornerà ampiamente nel terzo capitolo.

Il secondo capitolo passa poi all'applicazione concreta della disciplina nell'ordinamento italiano, con una revisione sistematica dell'ambito soggettivo e oggettivo di applicazione delle norme, anche alla luce delle innovazioni introdotte dalla direttiva del 2019. Si esamina il ruolo del professionista e quello del consumatore, nonché la possibile estensione della tutela a soggetti vulnerabili o "deboli" che non rientrano nella nozione tradizionale di consumatore. L'ambito oggettivo è analizzato criticamente con riferimento alle condotte nuove o ibride, spesso legate all'ambiente digitale, e si mettono in evidenza le difficoltà di adattamento della disciplina tradizionale a fenomeni emergenti come la personalizzazione algoritmica, la presentazione ingannevole dell'interfaccia o l'uso strategico dell'informazione asimmetrica.

La seconda parte del capitolo è dedicata al tema dei rimedi disponibili di fronte a una pratica commerciale sleale e alle conseguenze giuridiche che ne derivano, con un'analisi articolata dei profili sostanziali e processuali. Si ripercorre l'evoluzione dottrinale in materia di poteri dell'AGCM, con riferimento alla possibilità – diretta o indiretta – di ottenere un risarcimento, all'effettività delle misure sanzionatorie e all'importanza del dialogo tra autorità amministrative e giurisdizionali. Si mette in evidenza il problema della mancata collaborazione del professionista, che può aggravare l'infrazione e incidere sull'entità della sanzione, oltre a generare ulteriori effetti pregiudizievoli per il consumatore.

Segue un'analisi dettagliata delle novità introdotte dalla Direttiva (UE) 2019/2161 in materia di estensione del perimetro delle pratiche commerciali sleali e di applicazione della disciplina al consumatore digitale, che ha condotto a una riformulazione di certi strumenti giuridici sia a livello europeo sia negli ordinamenti nazionali. Si analizzano le misure adottate in Italia per dare attuazione alla direttiva, con attenzione ai nuovi rimedi collettivi, all'informazione precontrattuale, ai meccanismi di controllo delle interfacce digitali e alla trasparenza delle recensioni online.

Si riserva, tuttavia, ampio spazio all'esperienza spagnola, dove sono state introdotte importanti innovazioni normative con un impatto rilevante sul public enforcement. In particolare, si analizza il recepimento della Direttiva 770/2019 sulla fornitura di contenuti e servizi digitali, e il modo in cui questa ha rafforzato la protezione del consumatore spagnolo, anche nei casi in cui la controprestazione è rappresentata da dati personali. Si esaminano con speciale attenzione gli articoli 117 e seguenti della Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (TRLGCU), che delineano le azioni di tutela dell'utente digitale, in un contesto in cui si accentua la relazione tra profilazione e rapporto contrattuale, incrociando l'analisi con la protezione offerta nell'ordinamento spagnolo dalla Legge sulla Concorrenza Sleale.

Un ulteriore approfondimento è dedicato alla disciplina pubblicitaria e alla responsabilità degli influencer alla luce della normativa spagnola, mettendo

in rilievo le criticità relative alla trasparenza, all'identificabilità della comunicazione commerciale e all'effettività dei controlli. Si analizza altresì la figura del consumatore medio come possibile punto critico dell'attuale sistema di enforcement, in particolare quando la soglia di tutela rischia di risultare troppo elevata rispetto alla reale vulnerabilità dell'utente digitale.

La parte finale del capitolo esamina in dettaglio il tema dei rimedi contrattuali e risarcitori. Si discutono le condizioni per l'annullabilità del contratto, la nullità nei casi di accordi "a posteriori" derivanti da pratiche anticoncorrenziali, e la possibilità di ottenere un risarcimento per danni e pregiudizi, inclusi quelli derivanti dalla chiusura ingiustificata di un profilo digitale. Si tratta inoltre la questione delle clausole abusive, delle condizioni generali di contratto e degli oneri informativi imposti unilateralmente, nel tentativo di individuare strumenti interpretativi e sistematici in grado di rafforzare la protezione del consumatore in un ecosistema digitale sempre più asimmetrico e complesso. In sintesi, al termine dell'esposizione si cerca di mettere sulla bilancia la relazione concreta tra gli effetti rimediali del public e del private enforcement, potendosi anticipare una chiara maggiore apprezzabilità dei primi.

Alla luce della breve introduzione esposta in precedenza, la presente opera si propone di offrire un contributo originale alla riflessione giuridica sul tema delle pratiche commerciali sleali, collocandosi all'incrocio tra diritto dei consumatori, diritto della concorrenza, diritto privato e diritto dell'Unione europea, con particolare attenzione alle sfide imposte dalla transizione digitale dei mercati.

Attraverso l'analisi integrata di fonti normative, giurisprudenza nazionale ed europea, atti delle autorità amministrative e dottrina, il lavoro intende mettere in rilievo le tensioni sistemiche e i nodi interpretativi che ancora oggi caratterizzano l'applicazione concreta della disciplina, in particolare per quanto riguarda: 1) il concetto di pratica sleale e la sua evoluzione nei contesti digitali; 2) la relazione tra tutela individuale e collettiva; 3) la funzione dell'enforcement pubblico affidato alle autorità indipendenti; 4) l'effettività dei rimedi contrattuali e risarcitori.

L'approccio comparato consente di osservare come l'attuazione delle direttive europee non sia stata uniforme nei diversi ordinamenti, e come l'esperienza spagnola, così come quella portoghese, possa offrire spunti di riforma o di riequilibrio per il legislatore italiano, soprattutto in settori come il commercio elettronico, la pubblicità digitale o l'uso dei dati personali come controprestazione nei rapporti contrattuali.

Un elemento di particolare rilevanza è costituito dall'indagine sul ruolo del consumatore digitale, figura oggi centrale ma ancora scarsamente tutelata nelle sue specificità. In ambienti dominati da algoritmi, strategie di personalizzazione, filtri opachi e segmentazione comportamentale (targeting), emerge con forza la necessità di una tutela più avanzata e dinamica, capace di superare il modello "standard" del consumatore medio e di tenere conto della vulnerabilità contestuale e dell'asimmetria informativa strutturale.

Infine, il lavoro aspira a valorizzare il ruolo delle autorità di enforcement, in particolare delle autorità di concorrenza (Antitrust), non soltanto come soggetti repressivi, ma anche come attori centrali nella promozione della legalità economica, nella tutela della concorrenza leale e nella protezione della fiducia del consumatore nel mercato, sia fisico sia digitale.

In questo quadro, l'opera intende offrire strumenti concettuali e interpretativi utili, contribuendo alla costruzione di una disciplina delle pratiche commerciali sleali come strumento sostanzialmente adeguato alle trasformazioni del mercato contemporaneo.



LA EDITORIAL JURÍDICA DE REFERENCIA PARA
LOS PROFESIONALES DEL DERECHO DESDE 1981



Paso a paso

Códigos
comentados

Vademecum



Formularios



Flashes
formativos



Colecciones
científicas

DESCUBRA NUESTRAS OBRAS EN:

www.colex.es

Editorial Colex SL

Tel.: 910 600 164

info@colex.es

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE NEL CONTESTO DIGITALE: UNA ANALISI COMPARATIVA FRA ORDINAMENTO ITALIANO E SPAGNOLO

La monografia analizza il regime giuridico delle pratiche commerciali scorrette nel diritto dell'Unione europea, concentrandosi sull'evoluzione della Direttiva 2005/29/CE e sulla sua riforma attraverso la Direttiva (UE) 2019/2161, nonché sulla loro trasposizione e applicazione in Italia e in Spagna. Attraverso un approccio comparato e dogmatico, esamina l'interazione tra tutela del consumatore, concorrenza, e protezione dei dati personali, in particolare nell'ambiente digitale. Vengono affrontate le nuove forme di pratiche commerciali scorrette collegate alle piattaforme online, ai social network, agli algoritmi, agli influencer e alla personalizzazione dei prezzi, evidenziando le lacune normative e le sfide legate all'enforcement. L'opera dedica un'attenzione particolare al ruolo delle autorità indipendenti (AGCM, CNMC) e ai rimedi contrattuali e risarcitori, sottolineando la crescente convergenza tra public e private enforcement. Nel suo complesso, offre una visione critica e integrata del sistema europeo di tutela del consumatore nell'economia digitale, evidenziando la necessità di adattare gli strumenti giuridici ai nuovi modelli di mercato e alla vulnerabilità dell'utente digitale.



EDOARDO VINCHESI

È Dottore di ricerca in Diritto privato presso l'Universidad Pública de Navarra e presso l'Università Ca' Foscari di Venezia, dove attualmente è Professore a contratto. Ex Magistrato ordinario in tirocinio e attuale Dirigente presso l'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale (INPS) in Italia, svolge la propria attività accademica nei settori del diritto digitale, della protezione dei dati e del diritto privato europeo. Autore di diverse pubblicazioni scientifiche, unisce l'attività di ricerca universitaria all'esperienza maturata nell'amministrazione pubblica italiana.

PVP: 40,00 €

ISBN: 979-13-7011-410-7



9 791370 114107