

A Iole e Giuseppe

Indice

	<i>pag.</i>
Introduzione	IX
<i>Capitolo I</i>	
Il «trionfo» dell'economia di mercato	
SEZIONE I	
<i>«Promozione» della concorrenza e neoliberalismo</i>	1
1. L'intervento pubblico nell'economia italiana	1
2. «Tutela» e «promozione» della concorrenza	3
3. Liberalizzazione e semplificazione	6
4. Il «trionfo» del neoliberalismo	8
5. Ordinamento nazionale e ordinamento dell'Unione europea: modelli economici a confronto	12
SEZIONE II	
<i>La liberalizzazione delle attività economiche nella legislazione statale e nella giurisprudenza: un'esemplificazione</i>	17
6. Premessa	17
7. Brevi cenni sulla liberalizzazione nel settore del commercio	19
8. <i>Segue</i> : ... gli effetti abrogativi sulla normazione regionale e locale di settore	26
9. Brevi cenni sulla liberalizzazione nel settore della somministrazione di alimenti e bevande	28
10. L'apporto della giurisprudenza amministrativa in materia di «urbanistica commerciale»: qualche spunto	30
11. Brevi cenni sulla liberalizzazione nel settore dei giochi e delle scommesse	32
12. <i>Segue</i> : ... e nel settore farmaceutico: il caso delle parafarmacie	36
13. Dalle attività commerciali alle attività professionali	38
14. <i>Segue</i> : ... il caso delle guide turistiche	40
15. <i>Segue</i> : ... e dell'autotrasporto non di linea con conducente	42

Capitolo II

Il principio di «promozione» della concorrenza nella giurisprudenza della Corte di giustizia dell'Unione europea e della Corte Costituzionale italiana

1. Premessa	45
2. La «promozione» della concorrenza nella giurisprudenza della Corte di giustizia dell'Unione europea	47
3. <i>Segue</i> : ... e nella giurisprudenza costituzionale: l'interpretazione dell'art. 117, comma 2, lett. e), Cost.	55
4. La «promozione» della concorrenza e l'autonomia regionale nella giurisprudenza costituzionale	57
5. <i>Segue</i> : ... l'esigenza di uniformazione territoriale della «promozione» della concorrenza	61
6. L'evoluzione interpretativa dell'art. 41 Cost. nella giurisprudenza costituzionale	63

Capitolo III

Il principio di «promozione» della concorrenza e la sua incidenza sulla regolazione amministrativa delle attività economiche: spunti ricostruttivi

1. Premessa	67
2. Il fondamento del principio di «promozione» della concorrenza nel diritto dell'Unione europea e nel diritto nazionale	69
3. La prospettiva fondata sul principio di «promozione» della concorrenza	73
4. <i>Segue</i> : ... e un possibile sviluppo in ordine al <i>modus procedendi</i> dei giudici nazionali	76
5. <i>Segue</i> : ... qualche suo ulteriore possibile sviluppo	80
6. <i>Segue</i> : ... la rilevanza della nozione di concorrenza	82
7. <i>Segue</i> : ... la rilevanza delle «restrizioni alla concorrenza»	85
8. <i>Segue</i> : ... qualche considerazione finale	91
Conclusioni	93
Bibliografia	97
Indice delle sentenze	105