

INDICE

	<i>pag.</i>
<i>Premessa</i>	XI
Capitolo I	
LA TEORIA DELLA DISCRIMINAZIONE DEL PREZZO	
1. Il mercato digitale ed il fenomeno del <i>dynamic pricing</i> : uno sguardo introduttivo	1
2. La teoria della discriminazione del prezzo	4
3. La discriminazione intertemporale del prezzo	14
4. La discriminazione intersoggettiva del prezzo. Il prezzo personalizzato	20
5. Il mutato contesto fattuale del mercato digitale: analisi delle attuali condizioni di praticabilità della discriminazione perfetta di prezzo. L'impatto dei <i>big data</i> e l'emersione normativa del prezzo personalizzato	22
6. Novità giuridica del fenomeno: dalla standardizzazione all'individualizzazione dei rapporti di consumo	35
Capitolo II	
IL PREZZO DISCRIMINATO	
7. I profili di rilevanza giuridica della discriminazione di prezzo: atto e attività. La visione atomistica: prezzo discriminato e prezzo personalizzato	39

	<i>pag.</i>
8. La formazione del contratto telematico concluso a prezzo personalizzato. Dall'offerta al pubblico alla proposta individuale al consumatore	46
9. <i>Segue.</i> Analisi delle implicazioni. Divieti di discriminazione ed obbligo di parità di trattamento	69
10. <i>Segue.</i> Il prezzo personalizzato ed il divieto di decisioni totalmente automatizzate	81
11. Lesività <i>ultra dimidium</i> del prezzo discriminato: esclusione. Prezzo discriminato ed usura reale	93
12. La potenziale vessatorietà del prezzo discriminato: il contratto di consumo opaco a prezzo discriminato	97
13. L'obbligo informativo precontrattuale di comunicare il prezzo personalizzato nei contratti di consumo a distanza. Reticenza e dolo omissivo	114

Capitolo III

L'ATTIVITÀ DI DISCRIMINAZIONE

14. Discriminazione del prezzo e concorrenza	133
15. L'abuso di posizione dominante. La discriminazione intersoggettiva di prezzo come pratica abusiva tipica vietata e come abuso di sfruttamento (verticale). Riflessi civilistici	137
16. L'attività di discriminazione del prezzo come pratica commerciale scorretta. Analisi della trama normativa	148
17. <i>Segue.</i> La discriminazione intersoggettiva perfetta: la reticenza dell'impresa discriminante come pratica commerciale omissiva ingannevole	159
18. <i>Segue.</i> La discriminazione intertemporale del prezzo come pratica commerciale aggressiva	166
19. La discriminazione di prezzo come atto di concorrenza sleale. Cenni	169
20. Il quadro frammentato della tutela del consumatore avverso l'attività di discriminazione	171