

# INDICE

	<i>pag.</i>
<i>Gli Autori</i>	XV
<i>Introduzione</i>	XVII

## PARTE I PROFILI INTRODUTTIVI

### CAPITOLO PRIMO

#### **IL DIRITTO DEI CONSUMI: *LAW IN A CHANGING SOCIETY***

*(Maddalena Rabitti)*

1. Le origini e le diverse fasi del diritto dei consumi	3
2. Il diritto dei consumi come <i>Law in a Changing Society</i>	6
3. I consumatori nel “contesto”	8
4. L’impatto dell’economia digitale sul diritto dei consumi	9

### CAPITOLO SECONDO

#### **FONTI DEL DIRITTO DEI CONSUMI**

*(Marco Cappai)*

1. L’eterogeneità delle fonti e la complessità del sistema	11
2. Il ruolo delle parti private nell’elaborazione delle regole di comportamento	16
3. Le fonti euro-unitarie tra armonizzazione e uniformazione. Direttive di armonizzazione massima e minima, Regolamenti, Decisioni e Regolamenti delegati	18
4. Le fonti nazionali. Codice civile, Codice del consumo e codici di settore	21
5. La mobile struttura del Codice del consumo e la suggestione di un nuovo Codice del consumo	24
6. La matrice regolatoria: i consumi come silos orizzontali	25
7. Il circolo regolatorio e la regolazione partecipata	26

## CAPITOLO TERZO

**SOGGETTI/ATTORI***(Maddalena Rabitti, Paolo Occhiuzzi)*

1. La nozione di consumatore o utente (lo scopo dell'atto)	29
2. Attualità della figura del consumatore	31
3. Il consumatore medio	32
4. I tipi di consumatore	33
5. Il consumatore vulnerabile. Il consumatore come <i>stakeholder</i>	34
6. Il professionista o l'intermediario	37
7. Nuovi mercanti: le piattaforme digitali	39
8. Il produttore e il distributore	41
9. La microimpresa	42

## CAPITOLO QUARTO

**DIRITTI FONDAMENTALI TRA TUTELA DELLA PERSONA  
E TUTELA DEL CONSUMATORE***(Liliana Rossi Carleo, Marco Cappai)*

1. Centralità della persona e diritti fondamentali dei consumatori	43
2. L'elenco dei diritti riconosciuti come fondamentali dal comma 2 dell'art. 2 del Codice del consumo	45
3. I caratteri peculiari: specificità e complementarità	48
4. Informazione ed educazione	49
5. Diritti fondamentali e nuove tecnologie	52
6. Tutela del consumatore nell'economia solidale necessaria	55

## CAPITOLO QUINTO

**IL DIRITTO DEI CONSUMATORI  
NELLA MATRICE REGOLATORIA***(Maddalena Rabitti, Susanna Sandulli, Paolo Occhiuzzi)*

1. Principi, regole dei mercati e tutela del consumatore	57
2. Il diritto bancario e la tutela del consumatore tra regole e principi	60
3. Il credito al consumo	65
4. <i>Segue</i> : le prospettive del credito ai consumatori. La Direttiva 2023/2225/UE, c.d. CCD II	66
5. Il settore dei trasporti	68
6. <i>Segue</i> : tutela del consumatore e settore dei trasporti	70

PARTE II  
**IL CONTRATTO DEL CONSUMATORE  
 NEL CODICE DEL CONSUMO**

CAPITOLO SESTO

**IL CONTRATTO DEI CONSUMATORI:  
 PROFILI STRUTTURALI**

*(Giorgia Biferali, Maddalena Rabitti)*

1.	Il contratto dei consumatori	75
2.	La disciplina sulle clausole vessatorie tra Codice civile e Codice del consumo	77
3.	La Direttiva 93/13/CEE e il suo recepimento	78
4.	L'art. 33, comma 1, cod. cons. e la previsione generale di vessatorietà	81
5.	Il principio di trasparenza e la clausola "chiara e comprensibile"	83
6.	L'inefficacia delle clausole vessatorie e il rimedio della nullità di protezione	85
7.	L'azione inibitoria collettiva	88
8.	La tutela amministrativa contro le clausole vessatorie	89

CAPITOLO SETTIMO

**I DIRITTI DEI CONSUMATORI NEI CONTRATTI**

*(Sara Perugini)*

1.	L'ambito di applicazione della disciplina	91
2.	Il contratto di vendita, il contratto di servizio e i contratti misti	93
3.	Il contratto a distanza e il contratto negoziato fuori dei locali commerciali	94
4.	I contratti "diversi" dai contratti a distanza e negoziati fuori dai locali commerciali	95
5.	Gli obblighi informativi precontrattuali	96
6.	I requisiti di forma	100
7.	Il recesso	104

CAPITOLO OTTAVO

**LE VICENDE SUCCESSIVE AL CONTRATTO**

*(Aurora Saija)*

1.	La disciplina della consegna dei beni e del passaggio del rischio	107
2.	Tariffe per l'utilizzo di mezzi di pagamento	109

	<i>pag.</i>
3. Assistenza post-vendita e costo delle chiamate telefoniche	111
4. Pagamenti per prestazioni accessorie e contratti a tacito rinnovo	112
5. Le garanzie nei contratti di vendita e fornitura di contenuti e servizi digitali	113
5.1. Premessa	113
5.2. Ambito di applicazione e superamento della nozione di “bene di consumo”	115
5.3. La conformità dei beni e gli obblighi del venditore	116
5.4. L’esercizio dei diritti del consumatore: termini e rimedi	118
5.5. Le garanzie convenzionali	121
5.6. La conformità del contenuto digitale e del servizio digitale	122

### PARTE III

## L'ATTIVITÀ E I DOVERI DEL PROFESSIONISTA

### CAPITOLO NONO

#### LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

*(Sara Perugini)*

1. Le pratiche commerciali scorrette: nozioni generali e ambito di applicazione	129
2. La clausola generale di scorrettezza: la diligenza professionale e l’alterazione del comportamento economico	133
3. Le azioni ingannevoli	136
4. Le omissioni ingannevoli	139
5. Le pratiche aggressive	142
6. Le <i>black list</i> : le pratiche “in ogni caso scorrette”	145

### CAPITOLO DECIMO

#### SICUREZZA DEI PRODOTTI E RESPONSABILITÀ

*(Elena Bellisario)*

1. La libera circolazione di merci sicure: l’evoluzione del sistema	153
2. La sicurezza dei prodotti: il “nuovo” quadro legislativo	161
3. <i>Segue</i> : vigilanza del mercato e sanzioni	163
4. La “rete di sicurezza”: la responsabilità per danno da prodotto difettoso	166

PARTE IV  
**LE TUTELE TRA *PUBLIC* E *PRIVATE ENFORCEMENT***

CAPITOLO UNDICESIMO

**RIMEDI E FORME DI TUTELA**

*(Liliana Rossi Carleo, Maddalena Rabitti)*

1.	Public enforcement e private enforcement: la complementarità delle tutele	175
2.	I rimedi nel sistema delle tutele degli interessi del consumatore	178
3.	Le nullità di protezione e la tutela del mercato	181
4.	Le azioni rappresentative a tutela degli interessi collettivi dei consumatori: profili generali	184
5.	Provvedimenti inibitori	185
6.	Provvedimenti compensativi	188

CAPITOLO DODICESIMO

**L'ENFORCEMENT**

*(Paolo Occhiuzzi)*

1.	La tutela amministrativa per la repressione degli illeciti consumeristici	191
2.	Segue: la tutela amministrativa delle clausole vessatorie	193
2.1.	Segue: ambito oggettivo del controllo	194
3.	I poteri dell'Autorità	195
4.	Il procedimento	198
4.1.	La fase preistruttoria	198
4.2.	La fase istruttoria	199
4.3.	L'eventuale fase consultiva	201
4.4.	La fase decisoria	201
4.5.	Le peculiarità dei procedimenti in materia di clausole vessatorie	202
4.6.	L'interpello in materia di clausole vessatorie	204
5.	Le sanzioni	204
6.	Il riparto di competenze e la cooperazione con le Autorità settoriali	206
7.	Il <i>private enforcement</i> tra AGO e Autorità	208

## CAPITOLO TREDICESIMO

**LE TUTELE ALTERNATIVE***(Maria Cecilia Paglietti)*

1. ADR	209
2. Mediazione e conciliazione	212
3. ADR finanziarie	215

## PARTE V

**L'ATTIVITÀ NELL'ECONOMIA DIGITALE**

## CAPITOLO QUATTORDICESIMO

**L'ECOSISTEMA DIGITALE***(Marco Cappai, Paolo Occhiuzzi)*

1. Il diritto dei consumi alla prova dell'innovazione	221
2. La <i>data economy</i> : <i>Big Data</i> , algoritmi e piattaforme digitali	222
3. I servizi di intermediazione <i>online</i>	224
4. L'applicazione del Codice del consumo alle piattaforme	226
4.1. I rapporti tra professionista e consumatore	227
4.2. Le relazioni tra professionista e piattaforma	230
4.3. Le relazioni tra consumatori	231
5. Dalle piattaforme digitali agli ecosistemi digitali	231

## CAPITOLO QUINDICESIMO

**DIRITTI DEGLI UTENTI DAL WEB2 AL WEB3***(Maddalena Rabitti, Fabio Bassan)*

1. Dal <i>Web2</i> al <i>Web3</i>	233
1.1. L'evoluzione del <i>Web</i>	233
1.2. La transizione del <i>Web</i>	234
2. La regolamentazione del <i>Web2</i>	235
2.1. Il Digital Market Act: tra equità e contendibilità dei mercati digitali	235
2.2. Il Digital Services Act	237
2.3. Il Data Act	243
3. L'attuale approccio regolatorio europeo tra <i>Web2</i> e <i>Web3</i>	244
3.1. Regolazione per tecnologia	245

	<i>pag.</i>
3.2. Regolazione partecipata attraverso la tecnologia	245
3.3. Dagli ecosistemi agli insiemi: l'insiemistica applicata	246

## CAPITOLO SEDICESIMO

**NUOVE TECNOLOGIE TRA REGOLE DEL MERCATO  
E TUTELE DEI CONSUMATORI***(Maddalena Rabitti, Elena Bellisario)*

1. <i>Smart contracts</i> e <i>blockchain</i> in B2C	249
2. <i>Smart contracts</i> e tutela dei consumatori	252
3. Introduzione tecnica all'Intelligenza Artificiale	255
4. <i>Segue</i> : il Regolamento europeo sull'Intelligenza Artificiale	257
5. Le applicazioni dell'IA ai consumatori. <i>Cenni</i>	263
6. La responsabilità per danno cagionato dall'Intelligenza Artificiale	265
 <i>Appendice</i>	 271

