

## INDICE

INTRODUZIONE.....»	XIII
--------------------	------

*Raffaele Torino*

PREFAZIONE .....	XV
------------------	----

*Guido Alpa*

### CAPITOLO I

<b>I nuovi beni di consumo.....»</b>	<b>1</b>
--------------------------------------	----------

*Giuseppe Spoto*

1. La disciplina dei contratti di fornitura di contenuto digitale.....»	1
2. Il funzionamento di hardware e software.....»	5
3. Intelligenza artificiale, IoT e Metaverso .....	6
4. Dal bene in proprietà al godimento del servizio .....	8
5. I beni con elementi digitali: un nuovo inquadramento.....»	10
6. Modifica contrattuale del contenuto o del servizio digitale .....	15
7. Cibersicurezza e resilienza .....	15

### CAPITOLO II

<b>Informazione e pubblicità di beni con elementi digitali e dei contenuti e servizi digitali .....</b>	<b>19</b>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

*Sergio Perrotta*

1. Il ruolo dell'informazione nel codice del consumo alla luce dell'attuazione delle direttive gemelle nn. 770 e 771 del 2019 .....	19
2. Le peculiarità dei messaggi informativi per i beni con elementi digitali, contenuti e servizi digitali .....	24
3. Il ruolo della pubblicità e i suoi riflessi sulla responsabilità del venditore .....	31
4. Conclusioni.....»	33

### CAPITOLO III

<b>Stipulazione del contratto online e tutela dei consumatori di beni con elementi digitali e di contenuti e servizi digitali .....</b>	<b>35</b>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

*Roberto Sparano*

1. La Stipula dei contratti fra forma e formalismi.....»	35
2. Classificazione dei contratti informatici .....	39
3. Le complessità della regolamentazione dei contratti nel mondo virtuale.....»	42

4. Standardizzazione ed Asimmetrie.....»	44
5. Disciplina dei contratti telematici.....»	47
6. La Stipulazione on line.....»	51
7. Clausole vessatorie e la loro sottoscrizione.....»	59

#### CAPITOLO IV

<b>Clausole vessatorie nei contratti di beni con elementi digitali e di contenuti e servizi digitali.....»</b>	<b>63</b>
<i>Giovanni Adamo</i>	

1. Le novità di cui alla direttiva 2019/771 e d.lgs. 4 novembre 2021 n. 170.....»	63
2. La disciplina di riferimento delle clausole vessatorie nell’Ordinamento italiano.....»	64
3. Il problema della specifica approvazione per iscritto delle clausole vessatorie.....»	66
3.1. La sottoscrizione delle clausole vessatorie: quale tipo di firma elettronica?.....»	68
4. La doppia sottoscrizione nella contrattazione online: le pronunce giurisprudenziali.....»	70
5. Le piattaforme distributrici di beni e servizi con elementi digitali ..»	72
5.1. I regolamenti contrattuali e le clausole vessatorie imposte dalle piattaforme matchmaker – Le condizioni generali di Google .....	73
5.2. (... segue ...) Le condizioni generali di Amazon.....»	75

#### CAPITOLO V

<b>La conformità al contratto dei beni con elementi digitali e dei contenuti e servizi digitali. Le responsabilità del venditore e del fornitore .....</b>	<b>77</b>
<i>Arianna Paoletti – Elisa Di Marziantonio</i>	

1. Definizione di conformità e riferimenti normativi.....»	77
2. I requisiti soggettivi e oggettivi di conformità.....»	80
2.1. I requisiti soggettivi di conformità.....»	82
2.2. I requisiti oggettivi di conformità.....»	83
2.2.1. Deroga ai requisiti oggettivi di conformità.....»	86
3. I vizi giuridici.....»	89
4. Gli obblighi di informativa e aggiornamento.....»	91
5. Il difetto di conformità per errata installazione dei beni o per errata integrazione dei contenuti e servizi digitali.....»	93
6. La responsabilità del venditore e del fornitore.....»	94

## CAPITOLO VI

**L'errata installazione dei beni con elementi digitali e l'errata integrazione dei contenuti e servizi digitali** .....» 101*Calogero Alberto Valenza*

1. Premessa.....» 101
2. Alcuni aspetti della nuova garanzia per il difetto di conformità e la particolare attenzione del legislatore per i beni con elementi digitali ..» 105
3. L'errata installazione dei beni con elementi digitali .....» 110
4. L'errata integrazione del contenuto o servizio digitale nell'ambiente digitale del consumatore.....» 115

## CAPITOLO VII

**Le modifiche e l'aggiornamento del contenuto digitale e dei servizi digitali**.....» 119*Giovanna Capilli*

1. Introduzione .....» 119
2. L'obbligo di fornire gli aggiornamenti .....» 123
  - 2.1. Aggiornamenti necessari e aggiornamenti non necessari.....» 125
  - 2.2. Differenza tra aggiornamento e modifica del contenuto digitale o del servizio digitale.....» 128
3. La modifica del contenuto digitale e del servizio digitale. Presupposti.....» 130
4. Quando il consumatore può recedere dal contratto.....» 134
5. La durata dell'obbligo del venditore di fornire gli aggiornamenti...» 136
6. Mancata fornitura dell'aggiornamento e rimedi a tutela del consumatore.....» 140
7. Conclusioni.....» 141

## CAPITOLO VIII

**Le garanzie convenzionali rispetto ai beni con elementi digitali e ai contenuti e servizi digitali**.....» 143*Leo Stilo*

1. Un *quid pluris* di natura negoziale: aspetti introduttivi.....» 143
2. Il perimetro di operatività delle garanzie convenzionali rispetto ai beni con elementi digitali e ai contenuti e servizi digitali.....» 144
  - 2.1. Il perimetro esterno ... al di là dell'ambito di applicazione.....» 148
3. La garanzia commerciale/convenzionale: aspetti storici e definitivi» 149
4. Il valore *oriented* delle garanzie commerciali per i prodotti ad alto contenuto tecnologico.....» 153
5. Le garanzie commerciali della direttiva 2019/771/UE.....» 154
6. Dalle garanzie commerciali alle garanzie convenzionali .....» 155

7. La natura sussidiaria e/o accessoria delle garanzie commerciali/ convenzionale.....»	157
8. La natura giuridica di un “qualsiasi impegno” posto a fondamento della garanzia.....»	159
9. Le parti della garanzia convenzionale tra tipicità e autonomia negoziale.....»	161
10. Il contenuto e l’oggetto della garanzia convenzionale.....»	162
11. Garanzia di durabilità vs obsolescenza programmata.....»	165
12. Il supporto durevole tra contenuto e contenitore.....»	167
13. Le informazioni fornite al consumatore tra lingua, linguaggio e <i>duty to disclose</i> .....»	173
14. La <i>warranty runs with goods</i> nella circolazione della garanzia convenzionale.....»	176

## CAPITOLO IX

<b>Consumatori di beni con elementi digitali e di contenuti e servizi digitali e pratiche commerciali sleali.....»</b>	<b>179</b>
<i>Claudia Frisani – Maddalena Valli</i>	

1. Le modifiche al Codice del Consumo: il D.lgs. 170/2021 e il D.lgs. 173/2021.....»	179
1.1. L’ambito applicativo del D.Lgs.170/2021 e del D.Lgs. 173/2021.....»	181
2. Economia digitale e piattaforme online.....»	184
3. Beni con elementi digitali, contenuti digitali e servizi digitali.....»	185
4. Le pratiche commerciali sleali.....»	186
5. Le pratiche commerciali sleali alla luce delle novità normative.....»	189
6. La Direttiva “Omnibus”, contenuti e servizi digitali e pratiche com- merciali sleali.....»	195
7. Conclusioni.....»	202

## CAPITOLO X

<b>La tutela degli utenti di servizi finanziari online.....»</b>	<b>203</b>
<i>Federico Raffaele – Marco Coluzzi</i>	

1. Introduzione e scopo dell’analisi.....»	203
2. Ricostruzione storica.....»	207
3. Il recepimento della Direttiva 2002/65/CE.....»	208
4. La proposta di direttiva di maggio 2022 (cenni).....»	210
5. Ambito oggettivo di applicazione.....»	210
6. Gli obblighi di trasparenza.....»	212
7. Il diritto di recesso-ripensamento.....»	216
8. Le sanzioni.....»	220

9. I rimedi .....	» 224
10. Il pagamento dei servizi finanziari offerti a distanza.....	» 226
11. Il commercio elettronico (cenni) .....	» 228

## CAPITOLO XI

<b>Dai robber barons al Leviatano digitale, dall'Agcm all'AGCom: il public enforcement nei rapporti P2B</b> .....	» 229
<i>Carlo Edoardo Cazzato</i>	

1. Dalla asimmetria "tradizionale" a quella digitale .....	» 229
2. La risposta comunitaria .....	» 232
3. Principi generali e norme di dettaglio .....	» 235
4. Il nuovo ruolo di AGCom in Italia .....	» 240

## CAPITOLO XII

<b>I contratti di beni con elementi digitali e di contenuti e servizi digitali e tutela transnazionale del consumatore</b> .....	» 243
<i>Ilaria Ricci</i>	

1. La disciplina sui beni con elementi digitali e sulla fornitura di contenuti e servizi digitali: il quadro generale .....	» 244
1.1. Le Direttive (UE) 2019/770 e (UE) 2019/771 sui contenuti e servizi digitali e sui contratti di vendita di beni e l'attuazione nell'Ordinamento italiano.....	» 244
1.2. Ambito di applicazione della nuova disciplina del Codice del Consumo sui beni con elementi digitali e sulla fornitura di contenuti e servizi digitali.....	» 247
1.3. La garanzia di conformità.....	» 249
1.4. Le azioni esperibili dal consumatore.....	» 249
2. La tutela transazionale del consumatore: cenni introduttivi.....	» 250
3. La legge applicabile ai contratti conclusi da un consumatore .....	» 252
3.1. La nozione di consumatore ai sensi del Regolamento (CE) 593/2008 .....	» 252
3.2. La rilevanza del domicilio del consumatore e dell'attività diretta dal professionista ai sensi del Regolamento (CE) 593/2008 .....	» 254
3.3. I criteri di individuazione della legislazione applicabile ai contratti conclusi dai consumatori.....	» 255
4. La giurisdizione competente a conoscere della controversia relativa ai contratti conclusi da un consumatore .....	» 256
4.1. La nozione di consumatore ai sensi del Regolamento (UE) 1215/2012 .....	» 256
4.2. La rilevanza del domicilio del consumatore e dell'attività diretta dal professionista ai sensi del Regolamento (UE) 1215/2012.....	» 257

4.3. I criteri di individuazione della giurisdizione competente in tema di contratti conclusi dai consumatori.....»	258
4.3.1. I principi generali .....	258
4.3.2. L' <i>electio fori</i> .....	259
4.3.3. I requisiti di validità degli accordi sulla giurisdizione.....»	260
4.3.4. L'efficacia nei confronti di terzi della clausola di <i>electio fori</i> .....	263

### CAPITOLO XIII

#### **Consumi digitali e dati personali**.....» 267

*Enzo Maria Tripodi*

1. Premessa .....	267
2. La genesi della disposizione .....	269
3. L'art. 135- <i>octies</i> del codice del consumo .....	272
4. Il "valore" dei dati personali .....	276
5. L'applicazione delle regole del codice del consumo .....	278
6. Segue: l'applicazione del codice del consumo. Necessario rinvio.....»	280
7. La disciplina del trattamento dei dati personali .....	281
7.1. Generalità .....	281
7.2. Il consenso .....	283
8. Sommarie conclusioni .....	286

### CAPITOLO XIV

#### **Digitalizzazione dell'opera d'arte e tutela dei consumatori**.....» 291

*Andrea Montanari*

1. Opera d'arte materiale e opera d'arte effimera: la <i>performance</i> artistica .....	291
2. L'arte performativa e le «arti performative» .....	296
3. <i>Performance</i> artistica e videoperformance.....»	298
4. <i>Segue</i> . La digitalizzazione della <i>performance</i> e il <i>token</i> non fungibile.....»	299
5. La vendita della <i>performance</i> artistica digitalizzata su Internet.....»	303
5.1. <i>Segue</i> . Gli obblighi d'informazione e lo <i>ius poenitendi</i> .....	305
6. La fornitura della <i>performance</i> artistica digitalizzata .....	307
7. Mancata fornitura della <i>performance</i> artistica digitalizzata e difetto di conformità .....	309
8. Documentazione sull'autenticità della <i>performance</i> e tutela .....	312
9. Consegna di una <i>performance</i> digitalizzata diversa da quella pattuita: errore essenziale o <i>aliud pro alio</i> ?.....»	318
10. <i>Aliud pro alio</i> e conformità al contratto.....»	327
11. Il reato di messa in commercio dell'opera contraffatta e le sue conseguenze sul contratto.....»	331

## CAPITOLO XV

**La tutela penalistica della privacy dei consumatori di beni con elementi digitali e di contenuti e servizi digitali.....» 335***Vincenzo Di Terlizzi*

- 1. Rilievi introduttivi .....» 335
- 2. La tutela penalistica della *privacy*.....» 338
- 3. Nuove prospettive di tutela per i consumatori di beni con elementi digitali e di contenuti e servizi digitali .....» 348
- 4. Brevi considerazioni conclusive.....» 351

## CAPITOLO XVI

**Software e protezione del consumatore.....» 353***Laura Chimienti*

- 1. Il software come bene digitale .....» 353
  - 1.1. Interazione del Codice del Consumo con la tutela del Diritto d'autore nella commercializzazione del software: due discipline speciali a confronto .....» 356
- 2. La conformità del software e i rimedi in caso di difetti .....» 360
- 3. Installazione del software .....» 366
- 4. L'aggiornamento e la durabilità del software .....» 367