



ORDINE INTERNAZIONALE E DIRITTI UMANI

*Monografie*

11

FRANCESCO BATTAGLIA

# Il consumatore digitale nel diritto dell'Unione europea

EDITORIALE SCIENTIFICA

ORDINE INTERNAZIONALE E DIRITTI UMANI

*Monografie*

Collana diretta da

CLAUDIO ZANGHÌ, LINA PANELLA, CARLO CURTI GIALDINO

11

ORDINE INTERNAZIONALE E DIRITTI UMANI

*Monografie*

Collana diretta da

CLAUDIO ZANGHÌ, LINA PANELLA, CARLO CURTI GIALDINO

*Comitato scientifico*

Rafâa Ben Achour – Anthony Arnull – Jean-Cristophe Barbato – Maria Caterina Baruffi – Andrea Biondi – Isabelle Bosse-Platière – Mouloud Boumghar – Laurence Burgogues-Larsen – Antonio Remiro Brotons – Ruggiero Cafari Panico – Giandonato Caggiano – Mario Pio Calogero – Andrea Cannone – Ida Caracciolo – Giovanni Cellamare – Consuelo Ramón Chornet – Gianluca Contaldi – Marcello Di Filippo – Zlata Drnas Clement – Jean-Paul Costa – Emmanuel Decaux – Alejandro del Valle Gálvez – Angela Del Vecchio – Angela Di Stasi – Carlos Villan Duran – Osman El Hajjié – Juan Manuel Faramiñan Gilbert – Pablo Antonio Fernandez Sanchez – Paolo Fois – Olivier de Frouville – Sergio García Ramírez – Pietro Gargiulo – Giancarlo Guarino – Hajer Gueldich – Luis Miguel Hinojosa-Martínez – Paola Ivaldi – Slim Laghmani – Jaime Ferrer Lloret – Alessio Lo Giudice – Sergio Marchisio – Magdalena María Martín Martínez – Paolo Mengozzi – Claudia Morviducci – Bruno Nascimbene – Massimo Panebianco – Nicoletta Parisi – Piero Pennetta – Béatriz Pérez De La Heras – Stelios Perrakis – Yves Petit – Carlos Jimenez Piernas – Pietro Pustorino – Guido Raimondi – Fabián Salvioli – Tullio Scovazzi – Lucia Serena Rossi – Antonio Ruggeri – Francesco Seatzu – Attila Tanzi – Paul Tavernier – Christian Tomuschat – Soledad Torrecuadrada García-Lozano – Sebastian Touzé – Takis Tridimas – Ennio Triggiani – Ugo Villani – Jorge E. Viñuales.

*Criteri di referaggio*

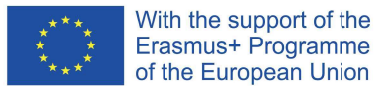
I volumi inseriti nella Collana *Monografie* della rivista *Ordine internazionale e diritti umani* sono preliminarmente sottoposti alla valutazione della Direzione circa l'attinenza del tema trattato con quelli oggetto della rivista. Ciascun lavoro sarà successivamente valutato in forma assolutamente anonima da tre *referees*, che a maggioranza decideranno sulla pubblicazione senza modifiche, con modifiche ovvero sulla non pubblicazione. Non sono sottoposti a tale procedura i lavori di Professori emeriti e di Professori ordinari in quiescenza dei settori scientifico-disciplinari di riferimento.

**Francesco Battaglia**

**IL CONSUMATORE DIGITALE  
NEL DIRITTO  
DELL'UNIONE EUROPEA**

Editoriale Scientifica

La pubblicazione del presente volume è finanziata con il contributo della  
Cattedra *Jean Monnet* «*The European Path of Artificial Intelligence*»  
(Reference number: 621313-EPP-1-2020-1-IT-EPPJMO-CHAIR).



*Proprietà letteraria riservata*  
© Copyright 2023 Editoriale Scientifica s.r.l.

Via San Biagio dei Librai, 39  
80138 Napoli

ISBN 979-12-5976-603-8

## INDICE

<i>Introduzione e piano del lavoro</i>	13
--	----

### CAPITOLO I IL CONSUMATORE NEL DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA ALLA LUCE DELLA SUA EVOLUZIONE DA CONSUMATORE TRADIZIONALE A CONSUMATORE DIGITALE

1. Origine ed evoluzione della tutela dei consumatori nel diritto dell'Unione europea	19
2. Osservazioni preliminari sulla definizione di consumatore	29
3. Il consumatore nel diritto dell'Unione europea	31
4. Il consumatore quale soggetto debole	39
4.1. I consumatori con elevate competenze tecniche	58
4.2. La condizione di debolezza del consumatore digitale	60
5. Il consumatore come soggetto informato e l'obbligo di trasparenza	62
5.1. Gli obblighi precontrattuali	69
5.2. Trasparenza e mercato digitale	71
6. Il consumatore medio	78
7. Il consumatore vulnerabile	83
8. Il consumatore nell'era digitale	87
8.1. La dichiarazione sui diritti digitali	94

### CAPITOLO II LA NORMATIVA DELL'UNIONE IN MATERIA DI COMMERCIO ELETTRONICO E LA SUA APPLICAZIONE AL MERCATO DIGITALE

1. Le ragioni che hanno portato alla riforma della legislazione sul commercio elettronico	99
2. Gli elementi essenziali della disciplina sul commercio elettronico	100
2.1. L'ambito di applicazione territoriale della normativa di riferimento	101
2.2. La definizione di "servizi della società dell'informazione"	103

2.2.1.	La giurisprudenza della Corte sui servizi misti	103
2.3.	Le deroghe alla libera circolazione dei servizi <i>online</i>	115
2.3.1.	La possibilità di deroga alla luce della giurisprudenza sulla vendita di medicinali <i>online</i>	116
2.3.2.	Sull'obbligo di notifica da parte degli Stati membri	118
2.4.	La responsabilità del prestatore relativamente ai contenuti caricati sulla piattaforma	120
2.4.1.	La violazione delle condizioni d'uso da parte dell'utente	122
2.4.1.1.	La pubblicazione sui <i>social network</i> di messaggi contenenti dichiarazioni lesive dell'onore della persona interessata	128
2.5.	Le comunicazioni commerciali	132
2.5.1.	Le professioni regolamentate	135
3.	Le modifiche apportate dal <i>Digital Services Act</i>	139
3.1.	L'ambito di applicazione del <i>Digital Services Act</i>	142
3.2.	Il regime di responsabilità dei servizi di intermediazione	147
3.2.1.	Gli ordini di contrastare contenuti illegali e di fornire informazioni	150
3.3.	Il dovere di diligenza	154
3.3.1.	Le piattaforme <i>online</i>	155

### CAPITOLO III

#### IL CONSUMATORE DIGITALE E LA NORMATIVA SUI CONTRATTI PER VIA ELETTRONICA

1.	L'impatto delle tecnologie digitali sui contratti	159
2.	Il quadro normativo dell'Unione europea	161
3.	La definizione di contratto a distanza e le parti contraenti	162
4.	Gli obblighi di informazione nei contratti elettronici	169
4.1.	Le informazioni sui contatti del prestatore dei servizi	171
4.2.	L'obbligo di fornire le informazioni in modo semplice e comprensibile	174
4.2.1.	Il caso <i>Tiketa</i>	176
4.3.	Le informazioni relative all'esistenza e alle condizioni dell'assistenza postvendita al consumatore	178
4.4.	Gli obblighi di informazione nell'ambito di ordini con obbligo di pagare	183

INDICE	9
5. Il recesso	186
5.1. I termini di recesso	188
5.2. L'esercizio del diritto di recesso	191
6. Le disposizioni in materia di contratti elettronici nel <i>Digital Services Act</i>	202

#### CAPITOLO IV LA TUTELA DEL CONSUMATORE DIGITALE NELLA DISCIPLINA SULLE COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

1. L'esigenza di riforma della normativa in materia di comunicazioni elettroniche	205
2. Il quadro normativo di riferimento	207
2.1. La direttiva <i>e-privacy</i>	210
2.1.1. La disciplina sul <i>data retention</i>	213
2.2. La proposta di modifica della direttiva <i>e-privacy</i>	233
2.2.1. La riservatezza dei dati delle comunicazioni elettroniche e il trattamento consentito	239
3. Il Codice europeo delle comunicazioni elettroniche	242
4. La neutralità della rete	253
4.1. La normativa sull'accesso ad un'Internet aperta	257

#### CAPITOLO V L'IMPORTANZA, IL VALORE E I MECCANISMI DI TRATTAMENTO DEI DATI NEL MERCATO DIGITALE

1. Il rapporto tra tutela dei consumatori e protezione dei dati	267
1.1. Alcune osservazioni sul grado di convergenze tra le discipline alla luce della concentrazione <i>Facebook/WhatsApp</i>	271
2. La raccolta di dati da siti terzi	275
2.1. Le due istruttorie dell'AGCM sul caso <i>Facebook</i>	276
2.2. L'indagine del <i>Bundeskartellamt</i>	279
2.3. L'esame della Corte di giustizia	281
3. Trattamento dei dati e consenso	286
3.1. La nozione di consenso e la relativa disciplina	287
3.1.1. Gli elementi del consenso: il suo carattere "libero"	290
3.1.2. <i>Segue</i> : l'obbligo di informare il consumatore	292



3.1.3. <i>Segue</i> : la natura specifica del consenso	297
3.2. Alcune precisazioni sulla nozione di consenso alla luce della giurisprudenza della Corte	300
4. Raccolta e profilazione dei dati a fini di <i>marketing</i>	305
4.1. Le pubblicità mirate	305
4.2. La commercializzazione diretta tramite <i>e-mail</i>	311
4.2.1. Il sistema dell' <i>Inbox Advertising</i> nell'ambito di strumenti di comunicazione differenti dalla <i>e-mail</i> alla luce del <i>Digital Services Act</i>	318
4.3. I messaggi pubblicitari indesiderati	320
5. La Strategia europea per i dati	324
5.1. Il <i>Data Governance Act</i>	326
5.2. Il <i>Data Act</i>	336
6. La tutela dei dati nel <i>Digital Markets Act</i>	342
6.1. L'obbligo di non combinare i dati	350
6.2. La portabilità dei dati	354
6.2.1. Su taluni ostacoli tecnici in materia di portabilità dei dati: i meccanismi di interoperabilità e il caso <i>Google/Hoda</i>	362

CAPITOLO VI  
LA TUTELA DEGLI INTERESSI GIURIDICI  
DEL CONSUMATORE DIGITALE

1. Gli strumenti giurisdizionali	367
1.1. Le azioni di classe	369
1.1.1. Le azioni di classe nei settori diversi dalla tutela dei consumatori	372
1.1.1.1. Il diritto della concorrenza	374
1.1.1.2. La normativa sulla protezione dei dati personali	378
1.1.2. La direttiva sui ricorsi collettivi dei consumatori	386
2. I sistemi alternativi di risoluzione delle controversie (ADR)	403
2.1. L'ADR in caso di rimozione dei contenuti illegali <i>online</i> : la disciplina contenuta nel <i>Digital Services Act</i>	410
3. Le controversie transfrontaliere e la rete giudiziaria europea in materia civile e commerciale: il regolamento 2017/2394	414

## CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

1. La tutela del consumatore digitale tra elementi innovatori e fattori di continuità	419
2. La nozione di consumatore digitale e le differenze rispetto al modello tradizionale	420
3. La posizione di debolezza del consumatore digitale e il necessario ripensamento del paradigma del consumatore informato	424
4. La riforma della disciplina sul commercio elettronico alla luce delle nuove sfide poste in materia di tutela del consumatore digitale	428
5. L'approccio del legislatore dell'Unione di fronte alle nuove forme di contratti digitali	431
6. L'importanza e il valore assunto dai dati alla luce dello scarso controllo su di essi da parte del consumatore: il fallimento del sistema del consenso	433
7. Osservazioni di sintesi	438
<i>Bibliografia</i>	441
<i>Giurisprudenza</i>	461
<i>Atti normativi</i>	471
<i>Documenti</i>	479