

INDICE SOMMARIO

Prefazione di <i>Guido Alpa</i>	v
Gli autori	XXIII

CAPITOLO 1

LA NASCITA DEL CONSUMERISMO

di *Massimiliano Dona*

1. Prima del consumerismo.	1
2. Nasce oltreoceano un nuovo protagonista del mercato	3
3. Consumatori di automobili	5
4. Politica ed economia si accorgono del consumatore	8
5. La protezione dei consumatori in Europa	12
6. Il consumerismo in Italia e le prime associazioni di consumatori	16
7. Dalla legge n. 281/1998 al codice del consumo.	18
8. Il ruolo del consumerismo al giorno d'oggi	21

CAPITOLO 2

LA NORMATIVA COMUNITARIA

di *Sara Perugini*

1. La Carta europea del Consiglio d'Europa del 1973 e la Risoluzione sui diritti dei consumatori del 1975	27
2. Il diritto dei consumatori nell'esperienza dei Trattati europei	32
3. Le fasi di evoluzione delle politiche europee a tutela dei consumatori	35
4. L'evoluzione del mercato digitale e la qualificazione dei dati come corrispettivo contrattuale nell'ambito del <i>New Deal for Consumers</i>	41
5. Il pacchetto di modernizzazione del diritto dei consumatori: la c.d. direttiva <i>Omnibus</i>	45

CAPITOLO 3

LA TUTELA DEL CONSUMATORE: PROFILI COSTITUZIONALI

di *Davide De Lungo*

1. Il quadro costituzionale: cenni introduttivi e profili comparatistici.	53
2. La dimensione "individuale" della tutela del consumatore: natura e struttura dei diritti dei consumatori	55
3. La dimensione "sistemica" della tutela del consumatore: forma di Stato, ordine giuridico del mercato e politiche pubbliche.	59

CAPITOLO 4

EVOLUZIONE NORMATIVA NAZIONALE E CODICE DEL CONSUMO

di *Sara Perugini*

1.	L'evoluzione della normativa nazionale in materia di tutela del consumatore . . .	65
2.	Il dibattito della dottrina sull'utilizzo del termine codice	73
3.	Il codice del consumo tra codificazione e decodificazione.	76
4.	Impianto sistematico del codice del consumo e prospettive di riforma	81

CAPITOLO 5

LE FONTI PRIMARIE SETTORIALI. ANALOGIE E DIFFERENZE
CON LA TUTELA DEL CODICE DEL CONSUMO

di *Angelo Maria Rovati*

1.	Osservazioni generali.	93
2.	Un'ipotesi particolare di relazione tra normativa generale e settoriale: l'art. 23, lett. <i>m</i>) del Codice del consumo	98

CAPITOLO 6

TUTELA DEL CONSUMATORE E LEGISLAZIONE EMERGENZIALE
IN PERIODO DI PANDEMIA. BREVI NOTE

di *Giovanna Capilli*

1.	Pandemia e legislazione emergenziale	101
2.	L'impatto delle regole emergenziali sulla tutela dei consumatori	103
	2.1. Settore turismo e trasporti	104
	2.2. Il settore dello spettacolo.	107
	2.3. Il caso delle scuole private	108
3.	L'incentivazione degli strumenti alternativi delle controversie quale soluzione alle controversie sorte in periodo di pandemia e non solo	109

CAPITOLO 7

PROFILI SOGGETTIVI DELLA TUTELA

di *Claudia Mariani*

1.	La figura del Consumatore e del Professionista tra dato normativo ed evoluzione giurisprudenziale	113
	1.1. Le fonti	113
	1.2. Il consumatore come agente di razionalità del Mercato	115
	1.3. La definizione di Consumatore e Professionista	117
	1.4. La tutela inibitoria e amministrativa	122
	1.5. Il Consumatore anziano	125
2.	I contratti di gioco e scommessa come contratti del consumatore	128
	2.1. Il gioco e la scommessa nel codice civile	128
	2.2. Il gioco e la scommessa nel codice penale	130
	2.3. Il gioco e scommessa pubblici	131

2.4.	Il gioco e la scommessa tra le esigenze di ordine pubblico interno, la protezione dei consumatori/giocatori e le libertà fondamentali garantite dall'Unione.	133
2.5.	L'applicazione della disciplina consumeristica al gioco e scommessa.	136

CAPITOLO 8

LA RELAZIONE NEGOZIALE

di *Giovanni Adamo*

1.	La relazione negoziale	145
1.1.	La tutela del contraente debole e l'evoluzione della disciplina	145
1.2.	Il rapporto di consumo.	152
1.3.	L'evoluzione della tutela del contraente debole	157
2.	Il diritto fondamentale all'informazione	163
2.1.	Le informazioni ai consumatori	163
2.2.	L'informazione nello specifico caso del contratto concluso a distanza e la disciplina speciale del commercio elettronico	168
3.	La tutela precontrattuale tra codice civile e codice del consumo.	173
3.1.	La responsabilità precontrattuale, il diritto all'autodeterminazione dei consumatori e l'educazione del consumatore.	173
3.2.	L'informazione precontrattuale	177
4.	Le pratiche commerciali scorrette. Disciplina, casi e questioni	181
4.1.	La pratica commerciale come fattispecie autonoma di illecito.	188
5.	La tutela nelle moderne modalità di contatto. Il <i>telemarketing</i>	191
5.1.	Inquadramento normativo e nuove casistiche	191
5.2.	Il telemarketing	195
6.	Il c.d. "collegamento negoziale" nei contratti del consumatore.	200
6.1.	Il credito al consumo	204

CAPITOLO 9

LE CONDIZIONI GENERALI DI CONTRATTO.
IL CONTRATTO DEL CONSUMATORE: LE CLAUSOLE VESSATORIE
ED IL DIRITTO DI RECESSO

di *Bruno Tassone e Nicola Russo*

Sezione I. - *Il contratto del consumatore. Profili generali*

1.	Introduzione.	216
2.	L'evoluzione normativa del contratto del consumatore. Le condizioni generali di contratto e le clausole abusive	220
2.1.	(<i>Segue</i>): i contratti negoziati fuori dai locali commerciali e i contratti conclusi a distanza	223
2.2.	Il rapporto tra il codice del consumo e il codice civile	225

Sezione II. - *Le condizioni generali di contratto e i contratti conclusi mediante moduli e formulari del codice civile*

3.	Le condizioni generali di contratto.	227
3.1.	I requisiti delle condizioni generali di contratto: la generalità e la predisposizione unilaterale.	228

3.2. (<i>Segue</i>): la conoscenza e la conoscibilità	230
3.3. Le clausole vessatorie disciplinate dall'art. 1341 del codice civile	231
3.4. (<i>Segue</i>): le singole clausole elencate dal codice civile.	234
3.5. I contratti conclusi mediante moduli o formulari.	241
Sezione III. - <i>Le clausole vessatorie. Profili sostanziali e rimedi civilisti</i>	
4. Le clausole vessatorie nel codice del consumo. L'ambito di applicazione.	243
4.1. La nozione di clausola vessatoria: la buona fede e il significativo squilibrio.	247
4.2. Le clausole vessatorie fino a prova contraria: la c.d. lista grigia	249
4.3. L'accertamento della vessatorietà	255
4.4. (<i>Segue</i>): le ipotesi di esclusione della vessatorietà. Le clausole c.d. dichiarative e la trattativa individuale	258
4.5. L'interpretazione delle clausole	262
4.6. La nullità di protezione	264
4.7. La c.d. «lista nera» delle clausole vessatorie.	268
4.8. L'azione inibitoria	270
4.9. La tutela amministrativa contro le clausole vessatorie	275
Sezione IV . - <i>Il recesso</i>	
5. Il diritto di recesso nel codice civile e nel codice del consumo.	276
5.1. Le caratteristiche ed i tempi del recesso nel codice del consumo	278
5.2. L'informazione sul diritto di recesso	281
5.3. Le modalità di esercizio e gli effetti del ripensamento.	283
5.4. (<i>Segue</i>): gli obblighi del professionista e del consumatore.	285
5.5. Le eccezioni al diritto di recesso	288

CAPITOLO 10

LA TUTELA DEL CONSUMATORE “TURISTA”

di *Jacopo Liguori, Veronica Muratori*

1. I pacchetti turistici e i servizi turistici collegati del d.lgs. 21 maggio 2018, n. 62.	295
1.1. La direttiva (UE) n. 2015/2302 relativa ai pacchetti turistici e ai servizi turistici	296
1.2. Il recepimento in Italia della direttiva n. 2015/2302 UE.	298
2. Definizioni ed ambito applicativo.	298
2.1. Il pacchetto turistico	298
2.2. Obblighi informativi e contenuto del contratto di pacchetto turistico	304
2.3. La forma del contratto di pacchetto turistico	308
2.4. Le modifiche del contratto di pacchetto turistico.	310
2.5. Il diritto di recesso	311
3. I servizi turistici “collegati”	313
3.1. Definizione di servizi turistici collegati	313
3.2. Obblighi informativi	315
4. I profili di responsabilità dell'organizzatore e i diritti del consumatore	316
4.1. Dal concetto di “mancato o inesatto adempimento” al “difetto di conformità”	316
4.2. La responsabilità dell'organizzatore.	317
4.3. Il risarcimento del danno.	319
4.4. La responsabilità del venditore	323

4.5.	La responsabilità per l'inadempimento di servizi prestati da "altri fornitori"	326
4.6.	Obblighi assicurativi e di protezione in caso di insolvenza o fallimento . .	328
5.	Sistema sanzionatorio.	329
6.	Profili giurisprudenziali	331
6.1.	Sugli obblighi informativi	331
6.2.	Sulla responsabilità di organizzatore e venditore	336
6.3.	Sulla responsabilità degli ausiliari o dei terzi	337

CAPITOLO 11

LA TUTELA DEL CONSUMATORE IN ALCUNI PECULIARI
SERVIZI DI RESIDENZA TURISTICA ED OSPITALITÀ

di Enzo Maria Tripodi

Sezione I. - *Considerazioni introduttive: il codice del turismo. Le imprese turistiche e le strutture ricettive*

1.	Premessa	342
2.	Il codice del turismo	342
3.	Le disposizioni generali	344
4.	Il (complicato) rapporto Stato-Regioni sulla regolazione del turismo	346
5.	La sentenza della Corte costituzionale n. 80/2012	349
6.	Il turismo "accessibile" (e il correlativo diritto?)	353
7.	Le imprese turistiche.	356
8.	Il demanio marittimo e gli stabilimenti balneari. Un mero cenno	358
9.	Il mercato e le strutture ricettive	359
10.	(Segue): le disposizioni comuni per le strutture ricettive.	366

Sezione II. - *Alcuni particolari servizi di residenza turistica ed ospitalità*

11.	L'albergo diffuso	367
12.	<i>Condbotel</i>	370
12.1.	Finalità	370
12.2.	La disciplina legislativa dei <i>Condbotel</i> : il decreto "Sbocca Italia".	371
12.3.	Il ricorso alla Consulta da parte delle province autonome.	373
12.4.	Il d.P.C.M. 22 gennaio 2018, n. 13: questioni generali.	377
12.5.	(Segue): la rimozione del vincolo di destinazione e l'attuazione compiuta della disciplina.	383
12.6.	(Segue): l'adeguamento da parte delle Regioni.	384
13.	<i>Bed and breakfast</i>	385
13.1.	Introduzione	385
13.2.	I servizi minimi	386
13.3.	Le principali differenze regionali	387
13.4.	Ulteriori obblighi	389
13.5.	Altre questioni	390
13.6.	(Segue): la somministrazione di alimenti e bevande agli ospiti.	391
13.7.	(Segue): attività di <i>bed and breakfast</i> nei condomini	392
14.	<i>Home sharing</i>	395
15.	<i>Social eating</i> e <i>Home restaurant</i>	397
15.1.	Premessa	397

15.2. Prime indicazioni disciplinari	398
15.3. I tentativi di una disciplina del fenomeno	401
15.4. La somministrazione di alimenti e bevande	407
Sezione III. - <i>Elementi utili alla costruzione della tutela</i>	
16. Introduzione.	408
17. Il contratto di albergo	409
17.1. Definizione e oggetto	409
17.2. Le parti	413
17.3. La forma	413
17.4. Perfezionamento del contratto.	414
17.5. La prenotazione alberghiera	415
17.6. Obblighi delle parti	418
17.7. Recesso e risoluzione dal contratto	420
17.8. La valutazione del danno.	421
18. <i>Segue</i> : alcune responsabilità “tipiche” dell'albergatore.	422
18.1. Responsabilità dell'albergatore per le cose dei clienti.	422
18.2. La responsabilità civile e penale.	425
18.3. (<i>Segue</i>): a proposito del concetto di “abitazione”	426
18.4. Adempimenti di pubblica sicurezza.	427
19. Adempimenti relativi al trattamento dei dati personali	428
20. Le prenotazioni “telematiche”: a proposito di Booking e Tripadvisor.	431
20.1. Booking.	431
20.2. TripAdvisor	437
21. <i>Bed and breakfast</i>	441
22. <i>Condbotel</i>	443
23. <i>Home restaurant</i> (e ristorazione)	443
23.1. Considerazioni preliminari: somministrazione e ristorazione.	443
23.2. Diritti del cliente(-consumatore) delle attività di ristorazione	446
24. Il danno da vacanza rovinata	453
24.1. Breve sintesi delle questioni	453
24.2. Il danno da vacanza rovinata nel codice del turismo	455
24.3. (<i>Segue</i>): la quantificazione del danno	460
25. Cenni sulle conseguenze della pandemia da Coronavirus (COVID-19) sui contratti di ospitalità e soggiorno.	463

CAPITOLO 12

LA TUTELA DEL CONSUMATORE-VIAGGIATORE

di *Bruno Tassone e Greta Costanza*

1. Introduzione.	469
2. Il regolamento (CE) 261/2004 a tutela dei passeggeri aerei.	473
2.1. Il diritto alla compensazione pecuniaria	476
2.2. Il diritto al rimborso o all'imbarco su un volo alternativo	480
2.3. Il diritto all'assistenza.	483
2.4. La sistemazione in classe superiore o inferiore	486
2.5. Il risarcimento supplementare	487
2.6. Il diritto dei passeggeri ad essere informati	489
2.7. Il negato imbarco	491

2.8.	La cancellazione del volo e le circostanze che escludono la compensazione.	493
2.9.	Il ritardo	496
2.10.	Il carattere “imperativo” del regolamento (CE) 261/2004, la giurisdizione e la decadenza	498
3.	Il regolamento (CE) n. 1371/2007: i diritti dei passeggeri nel trasporto ferroviario.	501
3.1.	Il diritto all’informazione.	505
3.2.	Persone con disabilità e a mobilità ridotta	506
3.3.	Responsabilità del vettore	509
3.4.	Indennizzo e assistenza in caso di ritardo, soppressione e perdita di coincidenze.	513
3.5.	Reclami e applicazione del regolamento	520
4.	Il regolamento (CE) n. 1177/2010: i diritti dei passeggeri marittimi.	523
4.1.	I diritti delle persone con disabilità e a mobilità ridotta	525
4.2.	Il diritto all’informazione.	527
4.3.	I diritti dei passeggeri in caso di cancellazione o ritardo.	529
4.4.	Il diritto alla compensazione pecuniaria e le cause di esclusione	533
4.5.	Reclami e risarcimento di ulteriori danni.	536
5.	Il regolamento (UE) n. 181/2011 relativo ai diritti dei passeggeri nel trasporto effettuato con autobus	537
5.1.	I diritti dei passeggeri con disabilità o a mobilità ridotta ai sensi del regolamento (UE) n. 181/2011	539
5.2.	I diritti dei passeggeri in caso di cancellazione e ritardo.	541
6.	Considerazioni conclusive	543

CAPITOLO 13

LA RESPONSABILITÀ PER DANNO DA PRODOTTI DIFETTOSI

di *Giovanni Adamo*

1.	La responsabilità per danno da prodotti difettosi	547
1.1.	Le origini	550
1.2.	Le garanzie offerte dal codice civile	550
1.2.1.	La responsabilità contrattuale.	550
1.2.2.	La responsabilità extracontrattuale.	552
1.3.	La giurisprudenza in soccorso del consumatore.	553
1.3.1.	Il problema	553
1.3.2.	L’adattamento dell’art. 2043 c.c	554
1.3.3.	L’applicazione degli artt. 2049, 2050 e 2051 c.c	557
2.	L’attuazione della normativa europea nel diritto italiano	559
2.1.	L’approvazione della direttiva	559
2.1.1.	I progetti.	559
2.1.2.	L’approvazione	560
2.1.3.	Provvedimenti successivi in diritto UE.	561
2.2.	Il recepimento nell’ordinamento italiano	561
2.2.1.	Il concorso di azioni	562
2.2.2.	I rischi per l’armonizzazione	564
2.3.	L’applicazione	566
2.3.1.	L’iniziale diffidenza.	566
2.3.2.	La progressiva accettazione	567
3.	La natura della responsabilità del produttore e l’onere della prova	568

3.1.	La natura della responsabilità	568
3.1.1.	L'ipotesi della responsabilità oggettiva.	569
3.2.	L'onere della prova	574
3.2.1.	La prova del difetto	575
3.2.2.	La prova del nesso di causalità	577
3.2.3.	Prova contraria	579
4.	La nozione di prodotto, di produttore e di difetto.	579
4.1.	Il prodotto	579
4.1.1.	La messa in circolazione	580
4.2.	Il produttore	581
4.3.	Il difetto	583
4.3.1.	I parametri di valutazione del difetto	584
4.3.2.	Categorie di difetti	589
5.	Il danno risarcibile e le limitazioni di responsabilità	591
5.1.	Il danno risarcibile	591
5.1.1.	Danni alle persone	591
5.1.2.	Il danno provocato alle cose	593
5.2.	L'azione del consumatore	593
5.2.1.	Legittimazione attiva	593
5.2.2.	Legittimazione passiva	594
5.2.3.	Termini per agire	596
5.3.	Le limitazioni di responsabilità	597
5.3.1.	Clausole di esonero di responsabilità.	599
5.3.2.	Concorso di colpa del danneggiato.	600
6.	Profili giurisprudenziali	601
6.1.	Responsabilità del produttore per danno da prodotti alimentari difettosi.	601
6.1.1.	Il caso Olanlat (Cass. 30 agosto 1991, n. 9277)	601
6.1.2.	Il caso F.lli Saclà (Cass. 10 luglio 2014, n. 15824)	603
6.2.	Responsabilità del produttore per danno da prodotti medici difettosi	603
6.2.1.	I danni cagionati da trasfusioni ed emoderivati difettosi	603
6.2.2.	Dispositivi medici difettosi	605

CAPITOLO 14

LA TUTELA DEL CONSUMATORE ONLINE

di *Claudio Di Maio*

1.	Gli atti di consumo online.	611
2.	La pubblicità online	617
3.	La disciplina generale dei contratti del consumatore e consumo online.	622
4.	Gli specifici obblighi informativi precedenti la conclusione del contratto online.	625
5.	La raccolta dei dati del consumatore online.	629
6.	Il divieto di <i>geoblocking</i> e la tutela del consumatore.	636
7.	La vendita e l'acquisto di servizi digitali e di prodotti digitali	640

CAPITOLO 15

LA TUTELA DEL CONSUMATORE DI PRODOTTI ALIMENTARI

di *Raffaele Torino*

1.	Introduzione.	647
----	-----------------------	-----

2.	La salubrità dei prodotti alimentari: rischio, controlli e responsabilità	649
2.1.	Le responsabilità nei confronti di altri operatori della filiera alimentare . .	650
2.2.	Profili penalistici.	657
3.	Informazione e conoscenza dei prodotti alimentari	659
3.1.	L'etichettatura dei prodotti alimentari	660
3.2.	Promozione e <i>claim</i> dei prodotti alimentari	663
3.2.1.	I <i>claim</i> nutrizionali e salutistici	664
3.2.2.	I <i>claim</i> sull'origine del prodotto	675
4.	Le responsabilità nei confronti del consumatore	683

CAPITOLO 16

GARANZIE LEGALI DI CONFORMITÀ E GARANZIE COMMERCIALI
NELLA VENDITA DEI BENI DI CONSUMO

di *Giovanna Capilli*

1.	Garanzie nella vendita dei beni di consumo: ambiti di applicazione.	687
2.	Beni non conformi e responsabilità del venditore	696
3.	La tutela e i diritti del consumatore	701
4.	Le differenze tra la garanzia legale e convenzionale	712

CAPITOLO 17

LA TUTELA CONSUMERISTA DELLA PSD E DELLA PSD 2

di *Alessandro Benincampi*

1.	La tutela consumerista della PSD e della PSD 2	721
2.	Le fonti normative e profili soggettivi della disciplina	735
3.	La trasparenza delle condizioni e i requisiti informativi per i servizi di pagamento.	743
4.	I diritti e gli obblighi relativi alla prestazione e all'uso dei servizi di pagamento.	754
5.	Responsabilità e rimedi	762

CAPITOLO 18

LA TUTELA SPECIALE NEL SETTORE BANCARIO,
FINANZIARIO E ASSICURATIVO

di *Antonio Dell'Osso*

1.	Premessa	777
2.	Le fonti normative primarie e secondarie nel settore bancario. La trasparenza bancaria in fase precontrattuale in generale (cenni)	778
2.1.	(<i>Segue</i>) la trasparenza e la correttezza in fase precontrattuale nel credito ai consumatori	788
3.	La tutela dei consumatori nei provvedimenti dell'arbitro bancario finanziario: casi e questioni	811
4.	La tutela dei consumatori in fase precontrattuale nel settore finanziario	818
5.	La tutela del cliente in fase precontrattuale nel settore assicurativo (cenni).	828
6.	La tutela dei consumatori nei provvedimenti dell'Arbitro per le Controversie Finanziarie: casi e questioni	833

CAPITOLO 19

L'ACCESSO AL CREDITO DEL CONSUMATORE

di *Gian Paolo Guarnieri*

1.	L'accesso al credito del consumatore. Strumenti e tutele	845
2.	Rimedi specifici in materia di credito ai consumatori	855
3.	La <i>Mortgage Credit Directive</i> ed il credito immobiliare ai consumatori	860
4.	L'anatocismo l'usura e il sovraindebitamento	872

CAPITOLO 20

IL CONSUMATORE ACQUIRENTE DI IMMOBILE DA COSTRUIRE

di *Flaviano Peluso e Marta Fernandes Dos Santos*

1.	L'acquisto di immobili "sulla carta" e in costruzione: introduzione	887
2.	L'ambito di applicazione del d.lgs. n. 122/2005. Il profilo soggettivo tra acquirente, consumatore e costruttore	890
2.1.	(<i>Segue</i>) il profilo oggettivo: l'immobile da costruire.	893
2.2.1.	(<i>Segue</i>) il permesso di costruire nella delimitazione dell'ambito temporale di applicazione del d.lgs. n. 122/2005	897
3.	Le fattispecie negoziali ammesse	899
3.1.	(<i>Segue</i>) il contenuto del contratto preliminare.	901
4.	I diritti speciali. La fideiussione bancaria	904
4.1.	(<i>Segue</i>) l'escussione della fideiussione.	907
4.1.1.	La polizza assicurativa	910
4.2.	Il diritto di prelazione	912
5.	L'allargamento della tutela per l'acquirente. L'obbligo di cancellazione o frazionamento dell'ipoteca antecedente alla compravendita	914
5.1.	Esenzioni e limiti alla revocatoria fallimentare.	915
5.2.	Il fondo di solidarietà.	917

CAPITOLO 21

LE AUTORITÀ DI VIGILANZA. COMPETENZE E LIMITI

di *Angelo Maria Rovati*

1.	Il quadro normativo europeo e nazionale: disciplina generale e di settore	923
2.	Le norme di conflitto tra la disciplina generale e quelle speciali	928
3.	La procedura di infrazione n. 2013/2169 e la mancata attuazione della direttiva n. 2005/29 nel settore delle comunicazioni elettroniche	930
4.	L'ordinanza di rimessione e la pronuncia dell'Adunanza plenaria 9 febbraio 2016, n. 3	933
5.	L'ordinanza di rimessione del Consiglio di Stato alla Corte di giustizia n. 168/2017.	937
6.	Le decisioni della Corte di giustizia nelle cause riunite C-54/17 e C-55/17 in materia di tutela del consumatore nel mercato delle comunicazioni elettroniche e nelle cause riunite da C-406/17 a C-408/17 e C-417/17 nel mercato dell'energia elettrica e del gas naturale.	940
7.	Le pronunce del Consiglio di Stato di recepimento della giurisprudenza della Corte di giustizia	942

8. Il parere obbligatorio e non vincolante delle Autorità di regolazione *ex art.* 27, comma 1-*bis*, del Codice del consumo 946

CAPITOLO 22

I SISTEMI ADR

di *Giovanna Capilli*

1. Negoziazione e mediazione 949
2. I metodi di risoluzione alternativa delle controversie in Italia prima del d.lgs. 28/2010 955
3. L'istituto della mediazione civile e commerciale nel panorama giuridico italiano. Il decreto legislativo 4 marzo 2010, n. 28 e il d.m. n. 180/2010 957
4. Lo sviluppo delle *online dispute resolution*: ODR 961
5. Le ADR per i consumatori e la riforma del 2015. 964
6. I sistemi ADR nel settore bancario e finanziario: ABF e ACF 971
- 6.1. L'Arbitro bancario e finanziario (ABF). 971
- 6.2. L'Arbitro per le controversie finanziarie (ACF) 978
- 6.3. L'arbitro per le controversie assicurative (ACA) 980

CAPITOLO 23

LA COMUNICAZIONE NEL CONSUMERISMO

di *Simone Bonavita*

1. Il consumerismo sulla carta stampata, in radio e Tv. Le *class action* e le nuove tecnologie 987
2. La monetizzazione dei dati 990
3. Il ruolo dei media nelle scelte del consumatore 991
4. L'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria 992
5. L'Autodisciplina pubblicitaria: i rischi di una comunicazione non omogenea sul territorio europeo: il caso di Poltronosofà 995
6. Gli *influencers* e la comunicazione commerciale riconoscibile 997
7. La comunicazione istituzionale delle Autorità di vigilanza 1002
8. La comunicazione delle associazioni dei consumatori 1007

CAPITOLO 24

AUTORITÀ DI VIGILANZA (ENFORCEMENT) PER LA TUTELA DEI CONSUMATORI CON LE AZIONI ESERCITABILI

di *Alfonso Contaldo e Francesca Zambuco*

1. Le carte dei servizi e la loro funzione consumeristica 1011
- 1.1. Le caratteristiche della qualità dei servizi 1015
- 1.2. Le carte dei servizi ed il decreto-legge cd. liberalizzazioni 1016
2. Le criticità delle competenze delle Autorità di regolazione di settore 1017
3. Le competenze in via generale della AGCM 1019
4. Rapporti con le norme di settore e autorità incaricate del relativo *enforcement* 1022
5. Le pratiche commerciali scorrette: brevi cenni 1025
- 5.1. Gli elementi costitutivi della fattispecie come declinati dalle Autorità e dalla giurisprudenza amministrativa 1026

6.	Le sanzioni amministrative	1028
6.1.	I criteri di irrogazione delle sanzioni	1029
6.2.	Il procedimento presupposto dell'irrogazione della sanzione	1031
7.	La direttiva <i>Omnibus</i> e gli effetti sull' <i>enforcement</i>	1033
7.1.	Le novità introdotte dalla direttiva <i>Omnibus</i>	1034
8.	Conclusioni	1036

CAPITOLO 25

TUTELA SPECIALE NEL SETTORE
DELLE COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

di *Gilberto Nava e Luca Tomazzoli*

1.	La tutela del contraente debole nel settore delle comunicazioni elettroniche . . .	1042
1.1.	Il contratto nel settore delle comunicazioni elettroniche e le parti: alcune preliminari precisazioni	1044
1.2.	L'evoluzione delle tutele previste dalle prime direttive europee sulla fornitura di servizi di comunicazione elettronica	1047
1.3.	La direttiva Servizio Universale	1049
1.4.	L'implementazione nell'ordinamento interno	1056
1.5.	Il Codice europeo delle comunicazioni elettroniche, il modello sintetico di contratto di cui al regolamento 2019/2243 e il ruolo del BEREC	1058
2.	Gli interventi specifici del legislatore nazionale	1064
2.1.	Le tutele previste dal c.d. Decreto Bersani	1066
2.2.	<i>Lo ius variandi</i> degli operatori e le conseguenze delle modifiche unilaterali del contratto	1071
2.3.	Le norme sulla cadenza di rinnovo e fatturazione dell'offerta e il relativo contenzioso	1074
2.4.	La recente introduzione di nuove norme a tutela degli utenti (art. 7- <i>bis</i> d.l. 28/2020)	1079
3.	L'attuazione in sede regolamentare. I principali interventi regolamentari di AGCOM in materia di trasparenza dell'informativa e qualità dei servizi e soluzione delle controversie	1081
3.1.	Il regolamento n. 519/15/CONS	1081
3.2.	La qualità dei servizi	1084
4.	Il travagliato rapporto tra disciplina speciale per il settore delle comunicazioni elettroniche e il codice del consumo	1089
4.1.	La normativa generale e speciale in materia di tutela dei consumatori . . .	1091
4.2.	Brevi cenni sugli indirizzi giurisprudenziali in altri settori regolati	1094
4.3.	Le sentenze dell'Adunanza Plenaria del 2012	1096
4.4.	Il primo tentativo del Legislatore di definire la competenza sanzionatoria a tutela dei consumatori/utenti nei mercati regolati	1100
4.5.	L'avvio della procedura di infrazione da parte della Commissione europea .	1101
4.6.	La seconda modifica legislativa (art. 27, par. 1- <i>bis</i> , del codice del consumo). .	1103
4.7.	La seconda Adunanza Plenaria: il <i>revirement</i>	1105
4.8.	Gli orientamenti della Commissione europea per l'attuazione/applicazione della direttiva n. 2005/29/CE	1107
4.9.	Il rinvio pregiudiziale alla Corte di Giustizia	1109
4.10.	Le conclusioni dell'Avvocato generale	1111
4.11.	La Sentenza della Corte di Giustizia	1114

4.12. La sentenza del Consiglio di Stato e i problemi applicativi	1117
4.13. Il Codice europeo delle comunicazioni elettroniche	1120
4.14. La competenza di AGCOM ad applicare il regolamento (UE) n. 2019/1150.	1122

CAPITOLO 26

IL CONSUMATORE NEL DIRITTO DELLA CONCORRENZA

di *Andrea Montanari*

1. La concorrenza nel diritto dell'Unione europea	1127
2. Consumatore e interesse alla competitività del mercato. Critica dell'impostazione prevalente	1129
3. Concorrenza e protezione del consumatore. Concorrenza e diritto dei contratti.	1134
4. Contratto e <i>competition on the merits</i> : le pratiche commerciali sleali	1137
5. La tutela della scelta del consumatore	1139
<i>Indice analitico</i>	1149

