I CONTRATTI E LE NUOVE TUTELE DEI CONSUMATORI

Prezzo:

Prezzo di listino
40,00 € Prezzo a te riservato
38,00 €

Codice	9788891639622
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	31 mag 2022
Reparto	Diritto, LIBRI
Argomento	Contratti e obbligazioni
Autore	Cazzato Carlo Edoardo
Editore	Maggioli

Libri Professionali | L'editoria al servizio del professionista
P.IVA 01534230220

Tel. +39 0461 980546
E-mail: servizioclienti@libriprofessionali.it

Descrizione

Il volume si propone, con un taglio pratico e operativo, di esplorare le principali aree di interesse correlate ai rapporti contrattuali B2C, ovverosia quelli caratterizzati dalla presenza di un consumatore e dal conseguente squilibrio negoziale tra le parti.

Ampio spazio è dedicato ai nuovi contratti con i consumatori, aventi ad oggetto i beni e i servizi digitali, nonché alle prospettive consumeristiche delle piattaforme dei social network.

A completamento dell'analisi sostanziale e dei relativi risvolti pratici, l'opera tratta delle forme di tutela del consumatore, fornendo uno strumento organico in materia di contratti consumeristici.

Premessa – I contratti di fornitura di contenuti o servizi digitali in cambio di dati personali

1. I differenti approcci alla cessione dei dati personali e la definitiva emersione del profilo negoziale

2. Il riconoscimento della natura patrimoniale dei dati personali nella ricostruzione della giurisprudenza

3. Il riconoscimento legislativo del contratto di fornitura di contenuti o servizi digitali in cambio di dati personali

4. Pluralità e varietà degli schemi negoziali per la circolazione dei dati

5. Sulla natura della fornitura di contenuti o servizi digitali in cambio di dati personali

6. I caratteri strutturali del nuovo schema contrattuale

7. Verso la tipizzazione legale del contratto di fornitura di contenuti o servizi digitali in cambio di dati personali?

Bibliografia

Riferimenti normativi e giurisprudenziali

Introduzione – I nuovi contratti dei consumatori: la vendita di beni con elementi digitali e la fornitura di contenuti e servizi digitali

1. Introduzione

2. Il superamento della nozione di beni di consumo

2.1 I beni con elementi digitali

2.2 I contenuti digitali e i servizi digitali

3. La conformità al contratto

3.1 La conformità dei beni con elementi digitali

3.2 La fornitura di contenuti e di servizi digitali e i relativi requisiti di conformità

4. I rimedi a disposizione del consumatore

5. La modifica del contenuto digitale e del servizio digitale

Sezione I Principi generali

Capitolo I – I contratti dei consumatori: peculiarità e principi generali

1. Premessa

2. Le origini del diritto dei consumatori in Europa: breve excursus storico

3. L'evoluzione del diritto dei consumatori a livello nazionale

Libri Professionali | L'editoria al servizio del professionista
P.IVA 01534230220

Tel. +39 0461 980546
E-mail: servizioclienti@libriprofessionali.it

4. I diritti fondamentali dei consumatori

5. I contratti Business-to-Consumer in generale

5.1 L'ambito soggettivo di applicazione: gli attori del rapporto di consumo

5.1.1 La natura del soggetto contraente

5.1.2 Il criterio di collegamento funzionale del contratto con l'attività esercitata

5.2 L'ambito oggettivo di applicazione

5.2.1 Gli ulteriori criteri di accertamento della vessatorietà

5.2.2 La presunzione di vessatorietà

5.2.3 Gli obblighi in capo al professionista (segue)

Bibliografia

Riferimenti normativi e giurisprudenziali

Sezione II Consumatori e contratti

Capitolo II – Consumatori e servizi energetici

1. Introduzione

2. I servizi energetici nella disciplina consumeristica

2.1 Il processo di armonizzazione e liberalizzazione avviato dall'Unione europea

2.2 La disciplina nazionale

2.2.1 Servizi energetici e Codice del consumo

2.2.2 Energia, prodotto e responsabilità del produttore

3. Gli attori del mercato energetico

4. Le tutele contrattuali dei clienti finali

4.1 La tutela pre-negoziale

4.2 La tutela in corso di esecuzione

4.2.1 Clausole e strumenti tipici della tutela post-contrattuale

4.2.2 Inadempimento contrattuale del cliente finale

4.3 Le pratiche commerciali scorrette nei contratti dei servizi energetici

5. Strumenti di risoluzione alternativa delle controversie tra operatori energetici e clienti finali

Bibliografia

Riferimenti normativi e giurisprudenziali

Capitolo III – Consumatori e servizi postali

1. Cenni sulla liberalizzazione dei servizi postali

2. Il contesto normativo europeo e nazionale di riferimento. Il servizio universale

3. L'evoluzione dei servizi postali nell'epoca della digitalizzazione

4. Le Autorità preposte alla regolazione nell'ambito dei servizi postali

4.1 L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni

4.2 L'Autorità garante della concorrenza e del mercato

Libri Professionali | L'editoria al servizio del professionista
P.IVA 01534230220

Tel. +39 0461 980546
E-mail: servizioclienti@libriprofessionali.it

5. Il processo di modernizzazione relativo alla protezione dei consumatori

6. I servizi postali e i rapporti di consumo. Il ruolo del consumatore nell'ambito dei servizi postali

7. Gli orientamenti delle Autorità preposte alla vigilanza dei servizi postali alla luce della tutela del consumatore nell'ambito dei servizi postali

Bibliografia

Capitolo IV – Consumatori e servizi assicurativi

1. La normativa sulla tutela del consumatore nel settore assicurativo

2. Obblighi di informativa precontrattuale

3. Product Oversight Governance (POG)

4. Insurance Based Investment Products (IBIPs)

5. I sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie (ADR)

6. Il rapporto con il GDPR (General Data Protection Regulation)

Bibliografia

Riferimenti normativi

Capitolo V – Consumatori e servizi di trasporto

1. Introduzione

2. Fonti legislative ed ambito di applicazione

2.1 Il trasporto aereo

2.2 Il trasporto ferroviario

2.3 Il trasporto navale

2.4 Il trasporto a mezzo autobus

3. Il diritto del passeggero ad essere informato

4. I diritti del passeggero in caso di perturbazione

4.1 La compensazione economica

4.2 Esenzioni dall'obbligo della compensazione pecuniaria

5. La responsabilità dei vettori in caso di morte o lesioni ai passeggeri e per perdita o danneggiamento del bagaglio

5.1 Il diritto al risarcimento del passeggero per perdita o danneggiamento del bagaglio

5.2 La responsabilità dei vettori in caso di morte o ferimento dei passeggeri

6. I diritti dei passeggeri con disabilita o a mobilita ridotta

7. La tutela dei diritti dei passeggeri

7.1 I poteri sanzionatori degli organismi nazionali

Bibliografia

Riferimenti normativi e giurisprudenziali

Capitolo VI – Consumatori e servizi informatici

1. Cosa si intende per contratti informatici

2. Caratteri distintivi dei contratti informatici

Libri Professionali | L'editoria al servizio del professionista
P.IVA 01534230220

Tel. +39 0461 980546
E-mail: servizioclienti@libriprofessionali.it

3. Aspetti disciplinari dei contratti di informatica e tutela dei consumatori

4. La tipologia dei contratti informatici

Bibliografia

Capitolo VII – Le piattaforme di social network in una prospettiva consumeristica

1. Il rapporto tra piattaforme di social network e utenti e il diritto dei consumatori

2. Cosa e una piattaforma di social network?

3. Le piattaforme di social network come (fasci di) contratti bilaterali di fornitura di servizi

4. Il contenuto del contratto di servizio di accesso e uso della piattaforma social network

4.1 I servizi offerti dal gestore della piattaforma di social network come servizi della c.d. società dell'informazione

4.2 La remunerazione dei servizi offerti: i dati personali come moneta di scambio

4.3 Conclusioni sul punto: definizione di contratto di social network

5. Il contratto di social network come contratto assoggettato al Codice del consumo (se l'utente e "consumatore")

5.1 Inclusione del contratto nel novero dei contratti di servizi digitali

5.2 Conseguenze: modifiche unilaterali relativamente al corrispettivo pagato dall'utente, diritto di recesso e invalidità contrattuale

5.2.1 La disciplina delle modifiche unilaterali del contratto e la questione del "costo" della modifica

5.2.2 (segue) L'invalidità delle clausole contrattuali difformi

5.2.3 (segue) Il recesso del consumatore

5.3 Il contratto di social network come contratto assoggettato al Codice del consumo, e i limiti della dir. 2019/770/UE

Sezione III Le tutele

Capitolo VIII – La competenza dell'AGCM e la tutela dei consumatori per le pratiche commerciali scorrette nella giurisprudenza amministrativa

1. Le carte dei servizi e la loro funzione consumeristica

2. Le competenze in via generale della AGCM per la tutela del consumatore

3. Rapporti con le norme di settore e autorità incaricate del relativo enforcementr

4. Le pratiche commerciali scorrette: brevi cenni

4.1 Gli elementi costitutivi della fattispecie come declinati dall'AGCM e dalla giurisprudenza amministrativa

5. La Direttiva Omnibus e gli effetti sull'enforcement

6. La recente giurisprudenza per la tutela dei consumatori delle piattaforme digitali (il caso Facebook): brevi cenni

Bibliografia

Capitolo IX – La tutela amministrativa del consumatore nei contratti B2C: le clausole vessatorie

1. La competenza dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato in tema di clausole vessatorie: l'art. 37-bis del Codice del consumo, scopo e confini del sindacato dell'AGCM

2. Le fasi del procedimento davanti all'AGCM: iniziativa e soggetti legittimati, la "preistruttoria", la moral suasion e i casi di chiusura anticipata del procedimento

2.1 (segue) L'istruttoria, la consultazione obbligatoria delle associazioni di categoria e la consultazione facoltativa delle altre

Libri Professionali | L'editoria al servizio del professionista
P.IVA 01534230220

Tel. +39 0461 980546
E-mail: servizioclienti@libriprofessionali.it

autorità di regolazione o vigilanza di riferimento dei professionisti

3. I possibili esiti del sindacato dell'AGCM. La pubblicazione per estratto del provvedimento che accerta la vessatorietà: il "limite" dell'effetto meramente reputazionale dello stesso, la necessita di poteri inibitori e invalidanti. Le sanzioni pecuniarie

4. L'interpello

5. L'astrattezza della valutazione di vessatorietà delle clausole rimessa all'AGCM dall'art. 37-bis del Codice del consumo

6. La giurisdizione del giudice ordinario sulla validità delle clausole vessatorie e sul risarcimento del danno: il doppio binario di tutela per i consumatori tra private e public enforcement

7. Prassi applicativa

8. Postilla: breve sintesi degli elementi ricorrenti nel sindacato amministrativo in tema di clausole vessatorie

Bibliografia

Riferimenti giurisprudenziali e provvedimenti dell'AGCM

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546
oppure via mail a : servizioclienti@libriprofessionali.it
www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220