

INDICE

Introduzione	p. 4
CAPITOLO 1. Il Mercato Unico Digitale	
1. Il contesto in cui nasce e si sviluppa il Mercato Unico Digitale	p. 9
2. L'attuale strategia digitale, il <i>Digital Compass</i>	p. 16
2.1. Una popolazione abile digitalmente e dei professionisti che possiedono delle competenze digitali molto elevate	p. 17
2.2. La creazione di infrastrutture digitali che siano sicure, sostenibili e performanti	p. 18
2.3. Una trasformazione digitale degli affari	p. 19
2.4. La digitalizzazione dei servizi pubblici	p. 20
2.5. I diritti e i principi contenuti nel <i>Digital Compass</i>	p. 22
3. L'impatto del Mercato Unico Digitale nell'economia e nel mondo del lavoro	p. 23
3.1. Il ruolo delle tecnologie emergenti nell'economia e nella società europea	p. 26
3.2. La posizione dell'UE rispetto alle principali economie globali	p. 28
3.3. Gli investimenti e le iniziative necessarie per garantire il completamento del Mercato Unico Digitale	p. 30
4. L'intelligenza artificiale, l'ultima sfida del Mercato Unico Digitale	p. 32
4.1. La relazione tra gli algoritmi e i diritti umani	p. 39
CAPITOLO 2. Il <i>Digital Services Act</i>	
1. Il contesto in cui nasce il <i>Digital Services Act</i>	p. 44
2. Il quadro normativo attuale e lo sviluppo del <i>Digital Services Act</i>	p. 47
3. L'oggetto e l'ambito di applicazione del <i>Digital Services Act</i>	p. 51
4. La responsabilità dei prestatori di servizi intermediari	p. 54
4.1. La distinzione tra il ruolo attivo o passivo assunto dai prestatori di servizi intermediari	p. 57
4.2. La clausola del buon samaritano	p. 60
5. Gli obblighi in materia di <i>due diligence</i> per garantire un ambiente online trasparente e sicuro	p. 62

5.1. Disposizioni aggiuntive applicabili ai prestatori di servizi di <i>hosting</i> , comprese le piattaforme online	p. 63
5.2. Disposizioni aggiuntive applicabili alle piattaforme online	p. 64
5.3. Obblighi supplementari a carico delle piattaforme online di dimensioni molto grandi	p. 66
6. Il ruolo del <i>Digital Services Act</i> nella lotta alla disinformazione	p. 68
7. Considerazioni finali	p. 72

CAPITOLO 3. **Il *Digital Markets Act***

1. I primi passi verso il <i>Digital Markets Act</i>	p. 74
2. Lo scopo che il <i>Digital Markets Act</i> intende perseguire	p. 76
3. L'individuazione delle piattaforme <i>gatekeeper</i>	p. 79
4. Gli obblighi delle piattaforme <i>gatekeeper</i>	p. 82
4.1. I comportamenti auto-preferenziali	p. 84
5. Il ruolo ricoperto dagli <i>app store</i>	p. 85
6. La condivisione dei dati tra i <i>gatekeeper</i> e gli utenti commerciali	p. 89
6.1. Evitare le discriminazioni all'interno delle piattaforme <i>gatekeeper</i>	p. 91
6.2. Gli obblighi di condivisione dei dati con gli utenti commerciali interni alla piattaforma	p. 92
7. La politica relativa alle fusioni e i relativi effetti nel mercato digitale	p. 94
8. L'asimmetria informativa presente tra le piattaforme e i regolatori	p. 97
9. Gli obblighi di equità delle piattaforme	p.100
10. La correttezza procedurale e il controllo giurisdizionale	p.102

Conclusioni p.108

Bibliografia p.113

Sitografia p.120

Appendice p.121