

# **TUTELA DEL CONSUMATORE NEI CONTRATTI A DISTANZA: QUESTIONI ATTUALI**

<b>Introduzione .....</b>	<b>3</b>
<b>1 Il ruolo del consumatore nel mercato digitale .....</b>	<b>5</b>
1.1 Mercato digitale, ruolo del consumatore e relativa tutela .....	5
1.2 Il consumatore come centro delle dinamiche nel mercato digitale .....	7
1.3 Rapporto tra professionista e consumatore nel mercato digitale .....	10
1.4 L'importanza della trasparenza nel mercato digitale .....	11
1.5 Ruolo delle tecnologie e dell'IA nello spazio digitale .....	13
1.6 <i>Dark patterns</i> e la manipolazione del consenso: la tutela nelle interfacce digitali .....	16
<b>2 Contratti a distanza .....</b>	<b>19</b>
2.1 La contrattazione a distanza .....	19
2.2 Definizione e tipologie di contratti a distanza .....	21
2.3 Normativa di riferimento interna ed europea.....	26
2.4 Modalità di conclusione dei contratti a distanza .....	30
2.5 Esercizio del diritto di recesso .....	32
2.6 Obblighi informativi precontrattuali .....	33
2.6.1 I contratti a distanza nei <i>marketplace</i> digitali: profili critici e tutela del consumatore .....	35
2.6.2 Contratti a distanza e consumatori vulnerabili: esigenze di protezione rafforzata	37
2.7 Giurisprudenza nazionale ed europea a confronto: spunti interpretativi.....	39
2.8 Evoluzione futura: IA conversazionale e chatbot nei contratti a distanza .....	41
<b>3 Capitolo 3: Tutela del consumatore nei contratti a distanza .....</b>	<b>43</b>
3.1 Obblighi informativi nei contratti a distanza .....	43
3.2 Il diritto di recesso nei contratti a distanza .....	47
3.3 Manipolazione del bene e riduzione del rimborso in caso di recesso .....	50
3.4 Le garanzie di conformità nei contratti a distanza.....	53
3.5 Evoluzione delle pratiche commerciali online ( <i>marketplace</i> , <i>influencer marketing</i> ) ...	56
<b>4 Il futuro dei contratti a distanza .....</b>	<b>59</b>
4.1 Evoluzione delle normative sui contratti digitali.....	59
4.2 Impatto dell'intelligenza artificiale sui diritti del consumatore .....	62
4.3 Sostenibilità nei nuovi modelli di consumo digitale.....	65

<b>4.4</b>	<b>L'impatto della digitalizzazione accelerata durante e post-pandemia .....</b>	<b>68</b>
<b>4.5</b>	<b>Piattaforme digitali e <i>smart contracts</i>: potere regolativo e implicazioni giuridiche ...</b>	<b>71</b>
<b>4.6</b>	<b>Sfide etiche e regolamentari nell'evoluzione digitale.....</b>	<b>74</b>
<b>4.7</b>	<b>Digitalizzazione e inclusione.....</b>	<b>77</b>
<b>4.8</b>	<b>Prospettive future nei contratti a distanza .....</b>	<b>79</b>
<b>Capitolo 5 Contratti a distanza in una prospettiva comparata .....</b>		<b>84</b>
<b>5.1</b>	<b>Considerazioni introduttive .....</b>	<b>84</b>
<b>5.2</b>	<b>Il modello italiano: tra formalismo informativo e tutela sostanziale.....</b>	<b>88</b>
<b>5.3</b>	<b>Il modello francese: protezione rafforzata e ruolo attivo del consumatore .....</b>	<b>90</b>
<b>5.4</b>	<b>Il modello tedesco: rigore sistematico e precisione procedurale.....</b>	<b>93</b>
<b>5.5</b>	<b>Il modello austriaco: un equilibrio tra formalismo e flessibilità .....</b>	<b>96</b>
<b>5.6</b>	<b>Il modello spagnolo: rafforzamento progressivo della tutela del consumatore .....</b>	<b>99</b>
<b>5.7</b>	<b>Convergenze e divergenze nei modelli nazionali .....</b>	<b>102</b>
<b>5.8</b>	<b>Diritti digitali del consumatore europeo (<i>privacy</i>, identità, interoperabilità) .....</b>	<b>104</b>
<b>Conclusioni .....</b>		<b>106</b>
<b>Bibliografia .....</b>		<b>108</b>
<b>Direttive e regolamenti europei .....</b>		<b>109</b>
<b>Normativa nazionale .....</b>		<b>111</b>
<b>Giurisprudenza .....</b>		<b>111</b>
<b>Corte di Giustizia dell'UE .....</b>		<b>111</b>
<b>Italia 112</b>		
<b>Sitografia .....</b>		<b>112</b>
<b>Ringraziamenti .....</b>		<b>114</b>