

ASPETTI GIURIDICI E
CONTRATTUALI NELLA
VENDITA DEI PRODOTTI ON
LINE

Avv. Filippo Monzeglio

Studio Legale Monzeglio – Studio Legale Avvocato Andreis e Associati

info@studiolegalemonzeglio.com

segreteria@andreiseassociati.it

C.so Vittorio Emanuele II n. 92 – 10121 Torino

Tel. 011.57.11.611

Il commercio elettronico diretto

- Per commercio elettronico diretto, si intendono le compravendite di beni immateriali "digitali" per meglio dire beni che non necessitano di supporti fisici per essere movimentati in quanto possono viaggiare, scomposti in "bit", attraverso linee telefoniche, ed essere poi ricomposti nella memoria del computer (come ad es. software, immagini, testi, musica, film, ecc.);
- la transazione commerciale si perfeziona online, quindi, la consegna del bene immateriale ovvero la prestazione del servizio da una parte ed il pagamento del corrispettivo dall'altra vengono effettuate utilizzando canali telematici

Il commercio elettronico indiretto

Per commercio elettronico indiretto si intendono le compravendite di beni materiali per le quali la transazione commerciale avviene per via telematica mentre, necessariamente, la consegna fisica della merce avviene attraverso i canali tradizionali (tipicamente vettori ovvero spedizionieri).

La disciplina del commercio elettronico

Il D.lgs n. 70/2003 ha recepito la direttiva comunitaria sul commercio elettronico (n. 2000/31/CE

- La normativa detta una disciplina generale per qualsiasi tipo di servizio anche non remunerato fornito in via elettronica sia nel settore del c.d. B2C (*Business to Consumer*) sia nel settore del B2B (*Business to Business*)
- Rimane escluso invece il settore del C2C (*Consumer to Consumer*)
- Esulano dall'ambito regolamentato le norme riguardanti le merci in quanto tali, la loro consegna e trasporto così come servizi non prestati in via elettronica: cioè tutte le attività svolte off-line e dunque la parte di esecuzione del contratto di commercio elettronico indiretto (Art. 2 comma 2)

ART. 2

Il D. Lgs. 70/2003 si applica, da un lato, a tutti i **“prestatori”** dei servizi di commercio elettronico, intesi come qualsiasi **“persona fisica o giuridica che presta un servizio della società dell’informazione”** e, dall’altro, a qualsiasi **“destinatario del servizio”**, inteso come il **“soggetto che, a scopi professionali e non, utilizza un servizio della società dell’informazione, in particolare per ricercare o rendere accessibili informazioni”** (art. 2)

Art. 1

Sono escluse dal campo di applicazione alcune attività specifiche quali, tra le altre, il gioco d’azzardo, i rapporti con l’amministrazione finanziaria, il trattamento dei dati personali nel settore delle telecomunicazioni

L'Architettura del Dlgs 70/2003

le principali disposizioni introdotte

Art. 2 Definizioni

Artt. 3 Clausola di competenza – mercato interno-

Art. 6 Principio dell'assenza di autorizzazione preventiva

Art. 7 Informazioni generali obbligatorie da porre sul sito

Artt. Da 8 a 11 obblighi di informazione relativi alle sole comunicazioni commerciali

Artt. 12 e 13 obblighi di comunicazione inerenti esclusivamente al contratto e-commerce

Artt. Da 14 a 17 responsabilità dei Providers

Art. 19 composizione delle controversie

Art. 21 Sanzioni

La disciplina del commercio elettronico

Oltre alle norme civilistiche generali e quelle specifiche sul commercio elettronico, l'*e-commerce* è soggetto alle norme dirette alla specifica tutela dei consumatori contenute nel

c.d. **Codice del Consumo** (Decreto Legislativo 6 settembre 2005 n. 206)

In particolare:

Art. 33 – 38 in tema di clausole vessatorie

Art. 49 – 67 in tema di contratti a distanza e quindi con espresso richiamo al commercio elettronico

Le informazioni generali ex art 7

Sulla base delle disposizioni normative ad oggi vigenti, il prestatore/cedente sul **proprio sito web**, oltre a specifici obblighi informativi previsti per determinati servizi/beni, **deve rendere** le seguenti **informazioni generali** (art. 7 del D.lgs. n. 70/2003):

- il nome, la denominazione o la ragione sociale;
- il domicilio o la sede legale;
- gli estremi che permettono di contattare rapidamente il prestatore e di comunicare direttamente ed efficacemente con lo stesso, compreso l'indirizzo di posta elettronica;
- il numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche, REA, o al registro delle imprese;
- gli elementi di individuazione nonché gli estremi della competente autorità di vigilanza qualora un'attività sia soggetta a concessione, licenza od autorizzazione;

segue

- il numero della partita IVA o altro numero di identificazione considerato equivalente nello Stato membro, qualora il prestatore eserciti un'attività soggetta ad imposta;
- l'indicazione in modo chiaro ed inequivocabile dei prezzi e delle tariffe dei diversi servizi della società dell'informazione fornita, evidenziando se comprendono le imposte, i costi di consegna ed altri elementi aggiuntivi da specificare;
- l'indicazione delle attività consentite al consumatore e al destinatario del servizio e gli estremi del contratto qualora un'attività sia soggetta ad autorizzazione o l'oggetto della prestazione sia fornito sulla base di un contratto di licenza d'uso.

L'indirizzo e-mail non basta per i contatti

Il prestatore di servizi, sin da prima della stipulazione del contratto, è tenuto a fornire ai clienti **oltre all'e-mail** altre informazioni che consentano una comunicazione diretta ed efficace. Non necessariamente un **numero di telefono**, ma può essere sufficiente anche una **maschera di richiesta di informazioni elettronica**, fatte salve situazioni di impossibilità di accesso alla rete in cui l'utente ha diritto di richiedere una canale diretto di comunicazione

(CGCE decisione 16.10.2008, causa n. C-298/07)

Le informazioni obbligatorie dell'e-contract. Art. 12 dlgs 70/2013

Inoltre, l'art. 12 del D.lgs. n 70/2003 stabilisce che il prestatore/cedente, salvo diverso accordo tra parti che non siano consumatori, deve fornire in modo chiaro, comprensibile ed inequivocabile, prima dell'inoltro dell'ordine da parte del destinatario del servizio, le seguenti informazioni :

- le varie fasi tecniche da seguire per la conclusione del contratto;
- il modo in cui il contratto concluso sarà archiviato e le relative modalità di accesso;
- i mezzi tecnici messi a disposizione del destinatario per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati prima di inoltrare l'ordine al prestatore;
- gli eventuali codici di condotta cui aderisce e come accedervi per via telematica;
- le lingue a disposizione per concludere il contratto oltre all'italiano;
- l'indicazione degli strumenti di composizione delle controversie.

tali regole non tornano applicabili ai contratti conclusi esclusivamente mediante scambio di messaggi di posta elettronica o comunicazioni individuali equivalenti.

- Tutte le informazioni elencate precedentemente devono essere obbligatoriamente **aggiornate** ad opera del prestatore.
- **Esse dovranno inoltre essere rese:**
- **facilmente accessibili** (nel senso che qualsiasi utente medio dovrà essere in grado e senza particolari difficoltà di accedere alle informazioni)
- **in modo diretto** (nel senso che il prestatore non potrà utilizzare intermediari, o rinviare a link e altre informazioni rese disponibili altrove, ma dovrà consentire all'utente di conoscere in un unico contesto le informazioni tramite lo stesso sito nel quale è offerto il bene o il servizio)
- **permanente** (nel senso che le informazioni dovranno essere accessibili in modo stabile, ma ciò non vieta che siano modificate o aggiornate), ai destinatari del servizio nonché alle autorità competenti

Informazioni obbligatorie e requisiti formali imposti dal codice del consumo

- Ulteriori Obblighi di informazione sono previsti dall'Art. 49 del cod. del consumo , tra cui spicca:
- l'obbligo di informare il consumatore del diritto di recesso e delle condizioni per esercitarlo, ivi incluse le modalità di restituzione del bene (comma 1 lettera i)
- L'obbligo di identificare e comunicare correttamente il prezzo complessivo oggetto di transazione (comma 1 lettera e)
- Art. 51 del codice prevede una serie di requisiti obbligatori specifici per i contratti a distanza, con espresso riferimento a quelli inerenti al commercio elettronico (es. comma 3)

La conclusione del contratto. L'Obbligo di invio della ricevuta dell'ordine.

- Alla conclusione della transazione commerciale, ovvero dopo l'inoltro dell'ordine di acquisto il prestatore deve immediatamente inviare una ricevuta al destinatario contenente un riepilogo delle condizioni di contratto, ivi inclusi il prezzo, le modalità di pagamento, di recesso, i costi di consegna (Art. 13 dlgs 70/2003)
- Lo stesso viene previsto dal codice del consumo art. 51 comma 7, specificando che le condizioni debbano essere salvate su un supporto durevole.

Le clausole vessatorie

- Si tratta di clausole che prevedono uno squilibro di interessi e diritti tra le parti, prevedendo particolari vantaggi esclusivamente a favore di chi ne ha predisposto le condizioni.
- Per la loro validità è richiesta la firma specifica che dia prova di un'avvenuta trattativa tra le parti
- Il codice del consumo prevede che alcune clausole siano nulle a priori.

Clausole vessatorie nel codice civile

- Art. 1341 Condizioni generali di contratto.
- [I] Le condizioni generali di contratto predisposte da uno dei contraenti sono efficaci nei confronti dell'altro, se al momento della conclusione del contratto questi le ha conosciute o avrebbe dovuto conoscerle usando l'ordinaria diligenza.
- [II] In ogni caso non hanno effetto, se non sono specificamente approvate per iscritto, le condizioni che stabiliscono, a favore di colui che le ha predisposte, limitazioni di responsabilità, facoltà di recedere dal contratto o di sospenderne l'esecuzione, ovvero sanciscono a carico dell'altro contraente decadenze, limitazioni alla facoltà di opporre eccezioni, restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti coi terzi, tacita proroga o rinnovazione del contratto, clausole compromissorie o deroghe alla competenza dell'autorità giudiziaria

Art. 33 Cod. Consumo.

Alcuni richiami

Si presumono vessatorie fino a prova contraria le clausole che hanno per oggetto di:

- d) prevedere un impegno definitivo del consumatore mentre l'esecuzione della prestazione del professionista è subordinata ad una condizione il cui adempimento dipende unicamente dalla sua volontà;
- f) imporre al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell'adempimento, il pagamento di una somma di denaro a titolo di risarcimento, clausola penale o altro titolo equivalente d'importo manifestamente eccessivo;
- g) riconoscere al solo professionista e non anche al consumatore la facoltà di recedere dal contratto, nonché consentire al professionista di trattenere anche solo in parte la somma versata dal consumatore a titolo di corrispettivo per prestazioni non ancora adempiute, quando sia il professionista a recedere dal contratto;
- h) consentire al professionista di recedere da contratti a tempo indeterminato senza un ragionevole preavviso, tranne nel caso di giusta causa;

NB. La prova contraria è sempre a carico di chi predispone le condizioni.

segue

- i) stabilire un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare la tacita proroga o rinnovazione;
- l) prevedere l'estensione dell'adesione del consumatore a clausole che non ha avuto la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto;
- m) consentire al professionista di modificare unilateralmente le clausole del contratto, ovvero le caratteristiche del prodotto o del servizio da fornire, senza un giustificato motivo indicato nel contratto stesso;
- n) stabilire che il prezzo dei beni o dei servizi sia determinato al momento della consegna o della prestazione;
- o) consentire al professionista di aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto;

Art. 36 Cod. Consumo.

Sono nulle le clausole che, quantunque oggetto di trattativa, abbiano per oggetto o per effetto di:

- a) escludere o limitare la responsabilità del professionista in caso di morte o danno alla persona del consumatore, risultante da un fatto o da un'omissione del professionista;
- b) escludere o limitare le azioni del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista;
- c) prevedere l'adesione del consumatore come estesa a clausole che non ha avuto, di fatto, la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto.

3. La nullità opera soltanto a vantaggio del consumatore e può essere rilevata d'ufficio dal giudice.

4. Il venditore ha diritto di regresso nei confronti del fornitore per i danni che ha subito in conseguenza della declaratoria di nullità delle clausole dichiarate abusive.

5. È nulla ogni clausola contrattuale che, prevedendo l'applicabilità al contratto di una legislazione di un Paese extracomunitario, abbia l'effetto di privare il consumatore della protezione assicurata dal presente titolo, laddove il contratto presenti un collegamento più stretto con il territorio di uno Stato membro dell'Unione europea (1).

Il problema delle clausole vessatorie nel commercio elettronico

Nei contratti conclusi con sottoscrizione virtuale è praticamente impercettibile il passaggio dalla fase delle trattative a quello della conclusione (c.d. *point and click*). La trattativa non è dimostrabile. Peraltro è il professionista che avrebbe l'onere di dare prova che essa sia avvenuta secondo il codice del consumo.

Per autorevole dottrina, nel contratto elettronico le clausole presunte abusive sono vietate a priori.

La giurisprudenza si sta allineando (Trib. Di Catanzaro Sez. I 30.04.2012 tra Clotec Elettronica e Ebay Europe)

Un esempio di clausole considerate vessatorie

Sono vessatorie le condizioni generali di contratto che riservano al provider la facoltà di sospendere unilateralmente l'account di un negozio E-bay.

Essendo necessario come presupposto un inadempimento grave dell'utente, non è sufficiente, per procedere alla sospensione di un account, la mera sussistenza di feed-back negativi.

(Tribunale di Messina 07.07.2010)

Diritto di recesso

- Con riferimento al diritto di recesso, il codice del consumo (novellato dal D.lgs. n. 21/2014) prevede che il consumatore abbia diritto di recedere da qualunque contratto a distanza, senza alcuna penalità e senza specificare il motivo, entro il termine di 14 giorni lavorativi decorrenti:
 - per i contratti che riguardano beni dal giorno del loro ricevimento da parte del consumatore,
 - per i contratti che riguardano servizi dal giorno della conclusione del contratto.

segue

- in caso di recesso il venditore dovrà rimborsare al consumatore tutti i pagamenti ricevuti senza indebito ritardo e comunque entro 14 giorni dalla data in cui è stato informato della decisione del consumatore di recedere dal contratto. Il venditore potrà comunque trattenere il rimborso finché non abbia ricevuto il bene oppure finché il consumatore non abbia dimostrato di averlo spedito. A sua volta il consumatore dovrà restituire il bene senza indebito ritardo e in ogni caso entro 14 giorni dalla data in cui ha comunicato la decisione di recedere.
- il diritto di recesso è escluso per i prodotti audiovisivi e software informatici sigillati (nel caso questi siano stati aperti del consumatore), per tutti i beni sigillati che una volta aperti non si prestano ad essere restituiti per motivi igienici, per i giornali, periodici, riviste, per i prodotti a breve scadenza, e per tutti quei prodotti personalizzati, creati su misura o secondo specifiche tecniche comunicate dal consumatore.

segue

l'allegato al D.lgs. n. 21/2014 ha introdotto una modulistica ad hoc che il professionista deve obbligatoriamente mettere a disposizione e che il consumatore può scegliere se utilizzare o meno in alternativa ad una "qualsiasi altra dichiarazione esplicita della sua decisione di recedere dal contratto".

Da quando decorre il termine per il recesso nell'ipotesi in cui un consumatore ordina online e in una volta sola più beni che gli vengono però consegnati separatamente?

Dovrà aversi riguardo al momento in cui il consumatore acquisisce il possesso fisico dell'ultimo bene (art. 52, comma 2, lett. b) n. 1) del D.lgs. n. 206/2005)

CONTROVERSIE

- PER TUTTE LE CONTROVERSIE RELATIVE ALLA CONCLUSIONE DEI CONTRATTI A DISTANZA è COMPETENTE IL GIUDICE DEL LUOGO DI RESIDENZA DEL CONSUMATORE (ART. 66 COD. DEL CONSUMO)
- TALE COMPETENZA E' INDEROGABILE E NON PUÒ QUINDI ESSERE MODIFICATA NEANCHE CON L'ACCETTAZIONE DEL CONSUMATORE

Il commercio elettronico

Cenni sulla tutela dalla Privacy I cookies

COSA SONO I COOKIES?

- Il d.lgs 69/2012 ha introdotto un'importante novella nel codice della Privacy ed espressamente all'art. 122 comma 1 con riguardo al trattamento dati personali. La legge prevede che il titolare del trattamento dei dati deve acquisire il consenso preventivo e informato degli utenti in caso di uso dei cd. Cookies utilizzati per finalità diverse da quelle tecniche.
- **I cookie sono stringhe di testo di piccole dimensioni che i siti visitati dall'utente inviano al suo terminale (solitamente al browser), dove vengono memorizzati per essere poi ritrasmessi agli stessi siti alla successiva visita del medesimo utente.**
- I cookie non sono installati solo dal server del sito web visitato: vi sono infatti cookie adoperati da siti o server diversi, detti "cookie di terze parti" o "cookie terze parti". Possono essere utilizzati per diverse finalità.

A cosa servono i Cookies?

Ciascun browser memorizza un numero molto notevole di cookie, anche per lungo tempo. Ciò è dovuto al fatto che il loro utilizzo non solo è molto variegato ma è altresì fondamentale, in diversi casi, per garantire un'esperienza d'uso anche solo accettabile a ciascun utente. Basti pensare che i cookie sono utilizzati, ad esempio, per:

- l'esecuzione di autenticazioni informatiche;
- il monitoraggio delle sessioni;
- la memorizzazione delle preferenze degli utenti;
- fornire pubblicità personalizzata.

Distinzione tra cookies tecnici e di proliferazione

I cookies tecnici

- **I cookie tecnici sono utilizzati per effettuare la navigazione o fornire un servizio richiesto dall'utente** (art. 122, comma 1, Cod. priv.: sono utilizzati al solo fine di *"effettuare la trasmissione di una comunicazione su una rete di comunicazione elettronica, o nella misura strettamente necessaria al fornitore di un servizio della società dell'informazione esplicitamente richiesto dall'abbonato o dall'utente a erogare tale servizio"*).
- Sono normalmente installati direttamente dal titolare o gestore del sito web.

- Nell'ambito dei cookie tecnici si distingue fra:
- cookie di navigazione o cookie di sessione (garantiscono la normale navigazione e fruizione del sito web; ad es., per gestire l'autenticazione in aree riservate o poter effettuare un acquisto su un sito di e-commerce);
- cookie analytics: sono cookie tecnici se vengono utilizzati direttamente dal gestore del sito per raccogliere informazioni, in forma aggregata, sul numero degli utenti e su come questi visitano il sito stesso;
- cookie di funzionalità: consentono all'utente la navigazione in funzione di una serie di criteri selezionati (ad esempio, la lingua, i prodotti selezionati per l'acquisto) per migliorare il servizio reso allo stesso

Obblighi di legge per i cookies tecnici

- è necessario fornire l'informativa sulla privacy (rispettando i requisiti previsti dall'art. 13 d.lgs. 196/2003);
- Non è richiesto il preventivo consenso degli utenti

Cookies di proliferazione

- sono utilizzati per “profilare” ciascun utente, ossia per creare un suo profilo digitale e poter generalmente inviare messaggi pubblicitari coerenti con le preferenze manifestate navigando in Rete.
- Sia il legislatore italiano sia quello comunitario vedono con sfavore tali strumenti, perché ritengono che essi siano invasivi della la sfera privata del navigatore;
- La legge prescrive che in questi casi:
- **è necessario fornire un’adeguata informativa a ciascun utente;**
- **è richiesto il preventivo consenso di ciascun utente.**
- L’informativa può essere resa anche con modalità semplificate, come previsto dall’art. 122, comma 1, d.lgs. 196/2003 (*“l’archiviazione delle informazioni nell’apparecchio terminale di un contraente o di un utente o l’accesso a informazioni già archiviate sono consentiti unicamente a condizione che il contraente o l’utente abbia espresso il proprio consenso dopo essere stato informato con le modalità semplificate di cui all’articolo 13, comma 3”*).

La notifica al Garante della Privacy

- I cookie di profilazione che persistono nel tempo comportano, per il titolare del trattamento, l'obbligo di notificazione al Garante privacy.
- Il loro utilizzo, è da considerarsi trattamento di dati personali perché è finalizzato a *“definire il profilo o la personalità dell'interessato, o ad analizzare abitudini o scelte di consumo, ovvero a monitorare l'utilizzo di servizi di comunicazione elettronica con esclusione dei trattamenti tecnicamente indispensabili per fornire i servizi medesimi agli utenti”* (art. 37, comma 1, lett. d, d.lgs. 196/2003)
- L'obbligo è a carico di chi fa uso di cookie di profilazione di prima parte. L'editore non dovrà notificare l'attività di profilazione delle terze parti. Saranno queste ultime a doverlo fare.

La distinzione tra editore e terza parte

- Visitando un sito web possono essere installati cookies sia dal gestore del sito stesso ("editore") sia da altri soggetti ("terze parti"); Questa distinzione incide anche sui doveri di tali soggetti (con particolare riferimento alla fornitura dell'informativa e all'acquisizione del consenso) e, dunque, sulle relative responsabilità.
- Il Garante privacy ha scelto di non traslare gli obblighi della terza parte sull'editore; ciò nondimeno, taluni obblighi permangono in capo all'editore stesso.
- Ciascun editore deve essere considerato titolare del trattamento per ciò che concerne i cookie installati direttamente dal proprio sito.
- L'editore non è, però, contitolare con le terze parti per i cookie installate da quest'ultime mediante il sito del primo;

Il commercio elettronico

Le comunicazioni commerciali

La pubblicità in forma elettronica

- Il d.lgs 70/2003 agli art. 8 e 9 disciplina anche le comunicazioni commerciali elettroniche.
- Esse sono intese come tutte le forme di comunicazione destinate, in modo diretto o indiretto, a promuovere beni, servizi o l'immagine di un'impresa, di un'organizzazione o di un soggetto che esercita un'attività agricola, commerciale, industriale, artigianale o una libera professione"

Art. 8

Le comunicazioni commerciali devono essere subito chiaramente identificabili e devono contenere, sin dal primo invio, in modo chiaro ed inequivocabile, una specifica informativa, diretta ad evidenziare:

- a) che si tratta di comunicazione commerciale;
- b) la persona fisica o giuridica per conto della quale e' effettuata la comunicazione commerciale;
- c) che si tratta di un'offerta promozionale come sconti, premi, o omaggi e le relative condizioni di accesso;
- d) che si tratta di concorsi o giochi promozionali, se consentiti, e le relative condizioni di partecipazione.

La comunicazione non sollecitata. Lo spam

- L'art. 9 del D.lgs 70/2003 prevede che le comunicazioni commerciali non sollecitate debbano essere chiaramente identificabili come tali sin dal momento in cui il destinatario le riceve.
- Esse devono contenere l'indicazione che il destinatario del messaggio può opporsi al ricevimento in futuro di tali comunicazioni
- Fatte salve le disposizioni in materia previste dal codice della privacy e codice del consumo, che hanno prevalenza sulla norma in esame.

Il commercio elettronico

La responsabilità dei provider

Chi è il provider

Il termine provider si riferisce al soggetto che presta un servizio in qualche modo connesso ad Internet

I servizi sono vari come ad es. :

La connessione alla Rete (c.d. access provider)

La trasmissione di dati (c.d. carrier)

il caching,

l'hosting

l'housing (c.d. Internet Service Provider - ISP)

content provider

La responsabilità contrattuale dei provider

Generalmente, il rapporto con i provider è inquadrato nel contratto di appalto di servizi

Il provider risponderà nei confronti del proprio cliente secondo le normali regole in materia di inadempimento

Gli ISP nella disciplina del commercio elettronico

Il D. Lgs. 70/2003 disciplina nello specifico la responsabilità degli ISP che effettuano servizio di:

mere conduit – trasmissione delle informazioni sulla rete di comunicazione o fornitura di un accesso alla rete di comunicazione

caching - memorizzazione intermedia e temporanea di informazioni trasmesse tramite Internet, effettuata allo scopo di rendere più efficace il successivo inoltramento ad altri destinatari che ne facciano richiesta

hosting - messa a disposizione di una parte delle risorse di spazio di memoria digitale (*hard disk*) contenute all'interno di un server collegato in modo continuo alla Rete al fine di rendere accessibile su Internet il contenuto di un sito web

La responsabilità extracontrattuale dei provider

Salvo che non partecipi in qualche modo alla gestione, **il provider non è responsabile dei contenuti pubblicati sul sito** qualora un *provider di caching o hosting* venga a conoscenza di illeciti pertinenti alle informazioni gestite deve **prontamente attivarsi per rimuovere tali informazioni o l'accesso alle stesse** (artt. 14-16 D.Lgs. 70/2003)

La responsabilità del content provider

Un provider può essere ritenuto responsabile - solidalmente con l'autore dell'illecito ai sensi dell'art. 2055 del codice civile - dei contenuti del sito qualora svolga anche la funzione di *content provider*

(Tribunale Catania 29 giugno 2004, n. 2286)

Responsabilità dei provider per omissioni?

È responsabile l'*host provider* (Google, Youtube vs. RTI) che non si attiva immediatamente per rimuovere contenuti illeciti, nonostante le diffide dell'interessato e pur in assenza di un ordine dell'autorità giudiziaria (Tribunale di Roma, 11 febbraio 2010)

Pur non avendo un ruolo attivo o di controllo nella gestione, è responsabile il gestore di un mercato on-line (E-Bay) quando non si attivi diligentemente, una volta venuto a conoscenza di illeciti (CGCE decisioni 12.07.2011, causa C-324/09 L'Oreal vs. Ebay, e 23.03.2010, cause riunite C-236/08 e C-238/08 Louis Vitton vs Google)

Nessun obbligo di sorveglianza a carico del provider

- Il provider non ha un onere/obbligo generale di sorveglianza o di ricerca di illeciti.
- Il provider è però obbligato ad informare l'Autorità Pubblica qualora venisse a conoscenza di presunte attività illecite. In tal caso deve fornire, su espressa richiesta dell'Autorità, l'identificazione del destinatario dei servizi. In mancanza, il provider è responsabile civilmente per danni.

Nessun obbligo di filtraggio a carico dei provider

E' contraria al diritto comunitario l'ingiunzione, rivolta da un giudice nazionale ad un prestatore di servizi di hosting, di predisporre un sistema di filtraggio continuativo idoneo ad indentificare i file elettronici contenenti opere soggette a diritti di proprietà intellettuale, onde bloccare la messa a disposizione del pubblico di dette opere
(CGCE 16.12.2012 – Causa C-360/10)

Grazie per l'attenzione