

Professionisti, consumatori e piattaforme online: la tutela delle parti deboli nei nuovi equilibri negoziali*

Francesco Foltran

Abstract

Il contributo offre un'analisi del ruolo svolto dalle piattaforme digitali nell'economia digitale e individua le principali questioni giuridiche che si pongono nelle relazioni tra gli utenti ed i gestori delle piattaforme online, offrendo un inquadramento giuridico del fenomeno ed una panoramica delle proposte di legge in materia e degli interventi legislativi nazionali e unioniali nella materia, tra i quali il Regolamento 2019/1150/UE, applicabile dal 20 luglio 2020 ai servizi di intermediazione online.

The paper analyses the role of online platforms in the digital economy and states the main legal matters concerning the relationship among the users and the providers of online platforms. The paper provides a classification of the legal issues under the existing legal framework and gives an overview of the proposals presented on the matter and of the national laws and Union regulations adopted, including the EU

Sommario

1. Le piattaforme online e il loro ruolo nell'economia digitale. – 2. La (difficile) nozione di piattaforma online. I servizi di intermediazione online. – 3. La protezione dei consumatori tra obblighi informativi e rimedi effettivi. – 4. La tutela dei professionisti. – 5. Conclusioni.

Keywords

Piattaforme online; Servizi di intermediazione online; Mercato unico digitale; Regolamento 2019/1150/UE; Internet

* Il presente contributo corrisponde, con alcune integrazioni, al testo dell'intervento svolto in occasione del convegno *JusTech e Industry 4.0, i cambiamenti indotti dalle nuove tecnologie nel diritto delle imprese*, Università degli Studi di Padova, 14 febbraio 2019. Su determinazione della direzione, il contributo è stato sottoposto a referaggio anonimo in conformità all'art. 15 del regolamento della Rivista.

1. Le piattaforme online e il loro ruolo nell'economia digitale

Nelle dinamiche dell'economia digitale e delle interazioni tra gli utenti della rete le piattaforme online hanno assunto nel corso dell'ultimo decennio una rilevanza e un peso economico preponderanti.

Con l'espressione piattaforme online sono generalmente indicati tutti quei servizi il cui scopo è favorire l'interazione tra gli utenti o facilitare l'accesso e la diffusione o lo scambio di contenuti, beni e servizi¹.

Si tratta di una categoria che comprende servizi tra loro molto diversi: vi rientrano, ad esempio, le piattaforme di e-commerce, il cui scopo è mettere in relazione venditori e potenziali clienti per la conclusione di contratti di vendita, piattaforme orientate all'intermediazione nello scambio di servizi (ad esempio, locazioni brevi o servizi professionali o servizi di microcredito), i *marketplace* per la vendita di applicazioni o contenuti multimediali, piattaforme orientate a promuovere la costituzione di rapporti contrattuali (ad esempio, le piattaforme per la selezione di personale), le piattaforme volte alla promozione di azioni collettive (come ad esempio le piattaforme di *crowdfunding*), i social network. A questi servizi sono assimilati anche i motori di ricerca e i servizi di comparazione. Ad essi potrebbero aggiungersi nel prossimo futuro anche piattaforme nate dall'evoluzione di alcuni dei più diffusi servizi di messaggistica istantanea, arricchiti di funzionalità dirette a facilitare l'instaurazione di contatti diretti tra utenti professionali e consumatori per permettere la conclusione di contratti in-app e effettuare pagamenti anche attraverso valute virtuali interne al servizio².

L'aspetto più caratterizzante delle piattaforme online, e che vale a distinguerle dai numerosi servizi sviluppati sin dagli albori di internet per l'interazione tra gli utenti e la condivisione di informazioni e contenuti, è rappresentato dalla loro capacità di incidere in misura profonda sulla conformazione dei rapporti tra gli utenti, non rivestendo un ruolo meramente strumentale ma creando nuove forme di interazione o addirittura

¹ La rilevanza delle piattaforme digitali nell'ambito dello scambio di beni e servizi emerge anche dai dati pubblicati dall'Eurostat nel gennaio 2018, dai quali emergeva che oltre il 39% delle imprese europee offre servizi e beni attraverso piattaforme digitali, con picchi di oltre il 54% in Italia. Fonte: *Web sales of EU enterprises*, Eurostat, 5 gennaio 2018. Uno studio condotto da una associazione di categoria spagnola ha stimato che per il 2025 il volume d'affari generato dalle piattaforme online si attesterà a 35 miliardi di euro annui. Fonte: *P. Malagón, Las plataformas de economía colaborativa facturarán 335.000 millones en 2025, in Libremercado*, 8 aprile 2018.

² Si pensi, ad esempio, al servizio WhatsApp Payments di recente introdotto dal servizio di messaggistica in alcuni mercati emergenti e che dovrebbe essere in un prossimo futuro abilitato anche in altri Paesi. Tale servizio – che si basa ancora sullo scambio di denaro attraverso il sistema bancario tradizionale – potrebbe essere superato da altri servizi basati sullo scambio di valore conservato all'interno della piattaforma, in forma di wallet prepagato o valuta virtuale. Anche Facebook si è fatto promotore del progetto Libra, volto a realizzare un sistema di pagamento basato su blockchain facilmente utilizzabile per i pagamenti e gli scambi di denaro attraverso le piattaforme sociali. Il White paper del progetto descrive le finalità del sistema e le sue caratteristiche tecniche ed è pubblicato sul sito del consorzio. Imminente sembra anche il rilascio della criptovaluta promossa da Telegram, denominata gram, da utilizzare per lo scambio di denaro all'interno della piattaforma di messaggistica, come risulta da alcune recenti notizie di stampa: *Telegram Pushes Ahead With Plans for 'Gram' Cryptocurrency, in The New York Times*, 27 agosto 2019. V. anche *N. Popper, M. Isaac, Facebook and Telegram Are Hoping to Succeed Where Bitcoin Failed, in New York Times*, 28 febbraio 2019.

creando nuovi mercati³.

In molti casi, il ruolo svolto dalle piattaforme digitali nelle transazioni economiche assume un carattere di pervasività tale da condizionare alcuni elementi essenziali delle relazioni e delle transazioni concluse tra gli utenti, quali il prezzo, le modalità di fornitura o il regolamento negoziale. In altri casi, la piattaforma offre alle parti servizi accessori al contratto stipulato tra le parti, come la gestione dei pagamenti e degli incassi, la spedizione della merce, o l'assistenza alle parti nella risoluzione delle controversie.

Il ruolo delle piattaforme non è però sempre relato ad aspetti strumentali o accessori rispetto all'oggetto principale delle transazioni che promuove: è infatti frequente il caso in cui lo stesso gestore della piattaforma offre direttamente beni e servizi in concorrenza con quelli offerti dagli utenti professionali, assumendo la posizione di parte negoziale.

Questo ruolo crea situazioni nuove rispetto a quelle derivanti dalle dinamiche tradizionali, determinando in alcuni casi squilibri tra le parti del contratto che superano la tradizionale allocazione dei rapporti di forza tra le parti basate sulla dicotomia professionista/consumatore⁴, che tende peraltro a sfumare con l'affermarsi di una categoria ibrida, il *prosumer* (*producer-consumer*), espressione coniata alcuni decenni fa per descrivere il fenomeno del coinvolgimento dei consumatori in alcune fasi della produzione di beni e servizi a loro destinati, e che oggi designa anche quei soggetti dell'economia digitale e collaborativa che, attraverso le piattaforme online, scambiano beni e servizi sul mercato, digitale e non, con altri soggetti non professionali⁵. L'espressione *prosumer* ha assunto un'ulteriore accezione, quella di *professional consumer*, in riferimento alla tendenza dei consumatori ad agire sul mercato in modo sempre più strutturato e organizzato. Questa evoluzione dei comportamenti, che trova la sua origine nello sviluppo delle associazioni dei consumatori come enti esponenziali di una categoria portatrice di

³ Emblematico in questo senso, è il caso di Uber, la cui qualificazione giuridica è stata oggetto di alcune pronunce di corti nazionali e della Corte di giustizia dell'Unione europea. Significativamente, nella sentenza 20 dicembre 2017, C-434/15, *Asociación Profesional Elite Taxi c. Uber Systems Spain SL*, la Corte di giustizia ha osservato che le particolarità del servizio di intermediazione offerto da Uber non si limitava ad agevolare il contatto tra i fornitori di un servizio e i soggetti potenzialmente interessati a fruirne, ma per il carattere innovativo del servizio promosso, la piattaforma finiva essa stessa per generare una offerta e una domanda di un servizio diverso, per rispondere a una esigenza fino ad allora soddisfatta mediante altri servizi di trasporto pubblico regolamentari: «Il fornitore di tale servizio d'intermediazione crea al contempo un'offerta di servizi di trasporto urbano che rende accessibile segnatamente con strumenti informatici, quali l'applicazione di cui al procedimento principale, e di cui organizza il funzionamento generale a favore delle persone che intendono avvalersi di tale offerta per uno spostamento in area urbana». Sul punto, v. anche [M. Colangelo, M. Maggiolino, Uber and the challenges for antitrust law and regulation, in questa Rivista, 1, 2018, 176 ss.](#) e N. Rampazzo, *Rifkin e Uber. Dall'età dell'accesso all'economia dell'eccesso*, in *Diritto dell'Informazione e dell'Informatica*, 6, 2015, 957 ss.

⁴ E ciò tanto più ove si consideri che lo sviluppo delle piattaforme online ha portato all'affermazione di una nuova figura nei rapporti negoziali, il cd. "prosumer", ovvero un soggetto che esercita un ruolo di parte attiva nell'offerta di beni o servizi, pur agendo al di fuori della propria attività di impresa tradizionale. Egli in altre parole, pur non essendo organizzato in forma imprenditoriale o professionale, esercita tuttavia un'attività di prestazione di beni e servizi a vantaggio di altri soggetti.

⁵ L'espressione, nella sua accezione storica, compare per la prima volta nell'opera *The Third Wave*, di Alvin Toffler. Per un'esame dell'evoluzione della figura, v. G. Ritzer, N. Jurgenson, *Production, Consumption, Prosumption. The nature of capitalism in the age of the digital "prosumer"*, in *Journal of Consumer Culture*, 10, 2010, 13 ss. e A. Quarta, *Il diritto dei consumatori ai tempi della peer economy. Prestatori di servizi e prosumers: primi spunti*, in *Europa e Diritto Privato*, 2, 2017, 667 ss.

interessi collettivi ed omogenei, è stata favorita dal diffondersi dei servizi offerti dalle piattaforme digitali, che consentono lo scambio di informazioni e esperienze tra consumatori, coordinando iniziative e comportamenti e alterando i tradizionali equilibri tra le parti del contratto.

In assenza di un quadro regolatorio chiaro e adeguato al fenomeno, lo squilibrio tra i soggetti di questo mercato tende a degenerare sempre più spesso in fenomeni di distorsione delle dinamiche della concorrenza e del mercato. È da molte parti condivisa l'opportunità di adeguare il quadro normativo alle dinamiche dell'economia digitale, ripensando, se necessario, i ruoli e le tutele⁶.

2. La (difficile) nozione di piattaforma online. I servizi di intermediazione online

L'estrema variabilità delle caratteristiche delle piattaforme online rende estremamente difficile elaborare una loro definizione giuridica unitaria.

Nel quadro normativo vigente, questi servizi sono qualificabili *prima facie* tra i “servizi della società dell'informazione” disciplinati dalla direttiva 2000/31/CE e definiti, oggi, dall'art. 1, lett. b), della direttiva 2015/1535/UE come «qualsiasi servizio prestato normalmente dietro retribuzione, a distanza, per via elettronica e a richiesta individuale di un destinatario di servizi». In molti casi, però, il rapporto costituito con questi servizi non si esaurisce online e genera effetti diretti anche nel mondo offline. Per questi aspetti, la disciplina applicabile ai rapporti contrattuali che si costituiscono attraverso le piattaforme è stabilita dalle regole sulla prestazione dei servizi della società dell'informazione, integrate, a seconda dei casi, dalle disposizioni di settore o dalle disposizioni in materia di contratti di consumo.

Numerosi sono stati i tentativi di elaborare delle definizioni unitarie delle piattaforme online, focalizzate sulla loro funzione essenziale, vale a dire quella di mettere in relazione gli utenti del servizio e promuovere interazioni tra i medesimi, anche al fine di raggiungere la conclusione di una transazione economicamente rilevante⁷. Tali definizioni, a valenza soprattutto descrittiva, non sembrano tuttavia adeguatamente precise o sod-

⁶ Oltre agli aspetti legati ai rapporti contrattuali tra gli utenti della piattaforma, alcuni autori evidenziano la sempre maggiore impellenza di norme che disciplinino le modalità con le quali le piattaforme consentono agli utenti di usare le piattaforme per pubblicare contenuti o accedere a quelli esistenti: v. M. Cian, *Online Platform as Gatekeepers to the Digital World – A Preliminary Issue on Business Freedom, Competition and the Need for a Special Market Regulation*, in *Journal of European Consumer and Market Law*, 5, 2018, 209 ss. Vi è poi chi ha sollevato il tema della necessità di approntare adeguate forme di tutela per impedire che dall'uso delle piattaforme online e dall'applicazione degli algoritmi ai quali questi servizi ricorrono per la gestione dei rapporti tra gli utenti non dia luogo a fenomeni di discriminazione tra le persone basate su elementi quali l'origine etnica, il genere o altri aspetti della persona. Sul punto, v. S. Navas Navarro, *Discrimination and Online Platforms in the Collaborative Economy*, in *Journal of European Consumer and Market Law*, 1, 2019, 34 ss.

⁷ Nella Consultazione pubblica sul quadro normativo per le piattaforme, gli intermediari online, i dati e il cloud computing e l'economia collaborativa promossa dalla Commissione europea il 24 settembre 2015, le piattaforme online venivano definite come: «Un'impresa operante su mercati bilaterali o multilaterali che utilizza internet per consentire interazioni tra due o più gruppi distinti ma interdipendenti di utenti al fine di generare valore per almeno uno dei gruppi. Alcune piattaforme si qualificano anche come

disfacenti allorché si tratti di determinare una definizione da utilizzare a fini regolatori. La difficoltà nell'elaborazione di una definizione unitaria ha suggerito un mutamento di approccio, piuttosto a definire non un modello astratto di piattaforma digitale ma a distinguere i modelli di *business*, tradizionali o innovativi, che possono essere gestiti anche mediante il ricorso a piattaforme digitali⁸, adeguando la disciplina di settore o stabilendo nuove regole per l'esercizio dell'attività economica. In questi casi, le piattaforme digitali sviluppate sarebbero qualificabili come una forma speciale di prestazione di questi servizi, e in quanto tali assoggettate completamente alla disciplina di settore.

Coerentemente con questa impostazione, la Corte di giustizia dell'Unione europea, a partire dalle sentenze rese nel caso Uber⁹, ha elaborato alcuni criteri per distinguere le piattaforme online qualificabili come servizi della società dell'informazione da quelle piattaforme che costituiscono una forma evoluta di esercizio di altre attività economiche¹⁰. Con la conseguenza che, in base alla "direttiva e-commerce", il prestatore di servizi della società dell'informazione regolarmente stabilito in uno Stato membro può esercitare liberamente la propria attività in tutta l'Unione, salvi i limiti posti per la tutela di motivi imperativi di interesse generale (art. 4, par. 3, direttiva 2000/31/CE); mentre il prestatore di altri servizi può essere sottoposto a regimi autorizzativi o limitazioni previste dalla normativa di settore, compatibilmente con il diritto dell'Unione.

In particolare, nelle sentenze Uber la Corte di giustizia aveva ritenuto che un servizio offerto tramite una piattaforma online e caratterizzato dalla prestazione di servizi accessori da parte del gestore della piattaforma e dalla sua ingerenza nelle modalità di prestazione del servizio prestato dagli utenti non potesse essere considerato servizio della società dell'informazione allorché il prestatore crei un'offerta di servizi a contenuto materiale ed eserciti un'influenza determinante sulle condizioni della prestazione di siffatti servizi.

Alcuni procedimenti pendenti dinnanzi alla Corte di giustizia potrebbero portare in un

prestatori intermediari di servizi». Uno studio curato dalla Camera dei Lords Inglese presentato nel 2016 definiva in questi termini le piattaforme digitali: «*The term "online platforms" describes a broad category of digital businesses that provide a meeting place for two or more different groups of users over the Internet*» (*Online Platforms and the Digital Single Market*, House of Lords, Select Committee on European Union, 20 aprile 2016)

⁸ In questo senso, v. P. Nooren, N. van Gorp, N van Eijk, R Ó Fathaigh, *Should We Regulate Digital Platforms? A New Framework for Evaluating Policy Options*, in *Policy & Internet*, 9, 2018.

⁹ CGUE, C-434/15, cit.; C-320/16, *Uber France SAS* (2018).

¹⁰ Con le citate sentenze è stato affermato il principio secondo il quale un servizio come quello offerto dalla piattaforma Uber, che non si limita a promuovere l'interazione per via elettronica di parti interessate alla conclusione di un contratto di servizi di trasporto, ma esso stesso creativo di una nuova offerta di servizi di trasporto e caratterizzato dall'esercizio di un controllo stringente in ordine alle condizioni di accesso e fornitura del servizio, non potesse essere qualificato come servizio della società dell'informazione ma come forma evoluta di prestazione di un servizio di trasporto pubblico. In conseguenza di ciò, è stata esclusa l'applicazione alla piattaforma della disciplina relativa ai servizi della società dell'informazione (direttiva 2000/31/CE e direttiva (UE) 2015/1535) e il servizio è stato attratto entro l'ambito di applicazione delle norme in materia di servizi di trasporto. Tali decisioni hanno portato ad una radicale revisione del ruolo e della qualificazione giuridica di queste piattaforme, sovvertendo anche le conclusioni alle quali erano giunte alcune precedenti pronunce di alcune autorità nazionali, dando luogo per alcune di esse ad una "crisi di identità". Sul punto, A. De Franceschi, *The Adequacy of Italian Law for the Platform Economy*, in *Journal of European Consumer and Market Law*, 1, 2016, 56 ss.; Id. *Uber Spain and the "Identity Crisis" of Online Platform*, in *Journal of European Consumer and Market Law*, 1, 2018, 1 ss.

prossimo futuro a precisazioni ed integrazioni della “formula Uber”.

Le conclusioni dell’Avvocato generale recentemente presentate alla Corte nel caso *Airbnb*¹¹ hanno proposto un’interpretazione per certi versi restrittiva dei criteri affermati nelle sentenze Uber, nel senso che essi hanno carattere meramente “indiziario” e non tassativo. Con la conseguenza che la qualificazione giuridica del servizio offerto attraverso le piattaforme online dovrebbe avere luogo sulla base di una valutazione complessiva del ruolo svolto dalla piattaforma e dei servizi accessori offerti alle parti. L’Avvocato generale ha inoltre ritenuto determinante, tra i due criteri della formula Uber, quello che attribuisce rilievo al ruolo giocato dalla piattaforma sulle condizioni della prestazione dei servizi offerti dagli utenti, indipendentemente dal fatto che si tratti o meno di servizi a contenuto materiale: in altre parole «non è sufficiente che un prestatore crei un’offerta nuova di servizi che non sono forniti per via elettronica», ma è piuttosto rilevante il fatto che «la loro creazione [sia] seguita dal rispetto, sotto il controllo del prestatore stesso, delle condizioni relative alla loro prestazione».

Nel senso di considerare determinante l’oggetto dell’attività svolta dalle piattaforme digitali e al loro ruolo nelle transazioni concluse dagli utenti sembra indirizzarsi anche il Parlamento europeo. Nella risoluzione sulle piattaforme online¹² approvata il 15 giugno 2017, ha riconosciuto la difficoltà di elaborare una definizione unitaria di questi soggetti, che sia «giuridicamente pertinente e adeguata alle esigenze future, a causa di fattori quali la grande varietà di tipi delle piattaforme online esistenti e dei loro settori di attività nonché del mondo digitale in rapido cambiamento» (§ 6), suggerendo dunque un approccio basato sulla determinazione delle piattaforme «nella pertinente legislazione settoriale a livello di UE in funzione delle loro caratteristiche, classificazioni e principi e seguendo un approccio basato sui problemi» (§ 8).

In questo senso si sono orientate anche le iniziative legislative promosse fino ad oggi dalle istituzioni unionali e dagli Stati membri, che hanno preso a riferimento e alcune particolari categorie di piattaforme digitali, individuate secondo il loro modello imprenditoriale, per attrarle entro l’ambito di applicazione di normative già esistenti oppure per stabilire norme specifiche.

Tra queste iniziative spiccano quelle volte a definire un quadro normativo per la disciplina dei rapporti nell’ambito dei “servizi di intermediazione online”, ovvero di quelle piattaforme attive nel settore dello scambio di beni e servizi e che hanno per scopo quello di mettere in relazione le parti in vista della conclusione di un accordo di scambio. Nella loro conformazione attuale, questi servizi non offrono soltanto la possibilità agli utenti professionali di offrire i propri prodotti e servizi sulla piattaforma attraverso negozi virtuali o inserzioni indipendenti da quelli altri operatori, ma prevedono l’aggregazione dei prodotti offerti da diversi professionisti sulla base di categorie e attraverso criteri definiti dagli utenti o in base ad algoritmi alimentati da modelli di profilazione dei potenziali acquirenti.

La rilevanza di queste piattaforme nel mercato digitale e la necessità hanno ispirato la

¹¹ Conclusioni dell’Avvocato generale Szpunar nella causa C-390/18, *Airbnb Ireland*, presentate alla Corte il 30 aprile 2019.

¹² Risoluzione del Parlamento europeo del 15 giugno 2017 sulle piattaforme online e il mercato unico digitale (2016/2276(INI)).

definizione di piattaforma online stabilita da alcune normative nazionali, tra cui quella francese. Con la legge 2016-1321¹³ per una Repubblica Digitale (*République Numérique*) è stata introdotta nell'ordinamento francese, all'art. 111-7 del codice del consumo, una definizione di piattaforma online, nella quale è ricompreso qualunque servizio di comunicazione elettronica basato al pubblico «1) sulla classificazione o la valutazione, per mezzo di algoritmi informatici, di contenuti, beni o servizi offerti o caricati da terzi; 2) sul mettere in relazione diverse parti per la vendita di beni, servizi o per lo scambio o la condivisione di contenuti, beni o servizi»¹⁴.

Si tratta di una nozione ampia, che abbraccia non soltanto i servizi di intermediazione volti a favorire la conclusione di transazioni tra professionisti e consumatori (B2C) ma che comprende anche quei servizi nei quali possono registrarsi e offrire beni e servizi anche i *prosumer*, in via esclusiva o in concorrenza con utenti professionali.

Una nozione più ristretta è invece stata proposta dalla Commissione europea, nell'ambito del regolamento (UE) 2019/1150 che stabilisce un quadro uniforme di norme a tutela degli operatori professionali nei servizi di intermediazione online¹⁵. L'art. 2, n. 2 del regolamento definisce “servizi di intermediazione online” quei servizi che «a) sono servizi della società dell'informazione ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 1, lettera b), della direttiva (UE) 2015/1535 del Parlamento europeo e del Consiglio; b) consentono agli utenti commerciali di offrire beni o servizi ai consumatori, con l'obiettivo di facilitare l'avvio di transazioni dirette tra tali utenti commerciali e i consumatori, a prescindere da dove sono concluse dette transazioni; c) sono forniti agli utenti commerciali in base a rapporti contrattuali tra il fornitore di tali servizi, da un lato, e gli utenti commerciali e i consumatori a cui gli utenti commerciali offrono beni o servizi, dall'altro». L'art. 1, n. 1, del regolamento definisce l'“utente commerciale” come la «persona fisica o giuridica che offre beni o servizi ai consumatori tramite servizi di intermediazione online per fini legati alla sua attività commerciale, imprenditoriale, artigianale o professionale». Sono pertanto esclusi dall'ambito di applicazione del regolamento le piattaforme della *sharing economy* e quelle che prevedono la partecipazione di utenti non professionali. Restano inoltre escluse anche le piattaforme che offrono servizi di intermediazione orientati all'interazione tra utenti professionali (B2B).

Vi sono inoltre degli aspetti legati al coordinamento tra la definizione di servizi di intermediazione online prevista dal regolamento e la formula Uber. Quest'ultima, infatti, porterebbe di norma ad escludere dalla nozione di “servizi della società dell'informazione” diverse piattaforme online attualmente attive sulla rete e dotate di un peso economico primario sul mercato digitale. Con la conseguenza che si potrebbe rischiare di escludere dall'ambito di applicazione del regolamento numerosi servizi, privando di

¹³ Loi n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République numérique.

¹⁴ La citata disposizione definisce il gestore di piattaforma online e, conseguentemente, anche la piattaforma online: «I. Est qualifiée d'opérateur de plateforme en ligne toute personne physique ou morale proposant, à titre professionnel, de manière rémunérée ou non, un service de communication au public en ligne reposant sur : 1° Le classement ou le référencement, au moyen d'algorithmes informatiques, de contenus, de biens ou de services proposés ou mis en ligne par des tiers; 2° Ou la mise en relation de plusieurs parties en vue de la vente d'un bien, de la fourniture d'un service ou de l'échange ou du partage d'un contenu, d'un bien ou d'un services».

¹⁵ Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 giugno 2019 che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online.

adeguata tutela i soggetti che vi operano.

3. La protezione dei consumatori tra obblighi informativi e rimedi effettivi

Nell'ordinamento europeo, i contratti conclusi tra i professionisti e i consumatori attraverso i servizi di intermediazione online sono attratti nell'ambito di applicazione delle leggi in materia di contratti di consumo, costituite da un corpo di regole armonizzate volte a assicurare un elevato livello di tutela dei consumatori¹⁶, recepite in Italia con il codice del consumo (d.lgs. 206/2005).

Si tratta di regole speciali, applicabili ai contratti stipulati tra professionista e consumatore e alle pratiche commerciali poste in essere dal professionista, indipendentemente dal mezzo utilizzato, e che accordano in molti aspetti norme di maggior tutela per il consumatore.

Tale livello di tutela per la parte contrattualmente più debole è assicurato dal diritto europeo anche nel caso in cui il professionista risieda in un Paese diverso da quello nel quale risiede il consumatore. Il regolamento (CE) 593/2008 (cd. Regolamento Roma I) in materia di legge applicabile alle obbligazioni contrattuali prevede infatti all'art. 6 che, nel caso di contratti conclusi dal consumatore per effetto di una attività di sollecitazione rivolta verso lo Stato ove quest'ultimo ha la residenza, esso sia regolato dalla sua legge nazionale¹⁷. La clausola di scelta di legge eventualmente posta nel contratto di consumo non vale in nessun caso a privare il consumatore della protezione assicuragli dalle disposizioni alle quali non è permesso derogare convenzionalmente previste dalla sua legge nazionale.

Corrispondentemente, in tema di giurisdizione, gli artt. 17 ss. del regolamento (UE) 1215/2012, consente al consumatore di radicare le cause promosse contro un professionista dinanzi alle autorità dello Stato nel quale abitualmente risiede¹⁸.

A completare il quadro normativo sulla protezione dei consumatori sono poste anche

¹⁶ Le principali direttive nel settore sono la direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori e la direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno.

¹⁷ La previsione non si applica ai contratti indicati al par. 4 dell'art. 6, ovvero: «a) ai contratti di fornitura di servizi quando i servizi dovuti al consumatore devono essere forniti esclusivamente in un paese diverso da quello in cui egli risiede abitualmente; b) ai contratti di trasporto diversi dai contratti riguardanti un viaggio «tutto compreso» ai sensi della direttiva 90/314/CEE del Consiglio, del 13 giugno 1990, concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti «tutto compreso»; c) ai contratti aventi per oggetto un diritto reale immobiliare o la locazione di un immobile diversi dai contratti riguardanti un diritto di godimento a tempo parziale ai sensi della direttiva 94/47/CE; d) ai diritti e obblighi che costituiscono uno strumento finanziario e ai diritti e obblighi costitutivi delle clausole e condizioni che disciplinano l'emissione o l'offerta al pubblico e le offerte pubbliche di acquisizione di valori mobiliari, e alla sottoscrizione e al riacquisto di quote di organismi di investimento collettivo, nella misura in cui tali attività non costituiscono prestazione di un servizio finanziario; e) ai contratti conclusi nell'ambito del tipo di sistema che rientra nel campo di applicazione dell'articolo 4, paragrafo 1, lettera h)».

¹⁸ L'ambito di applicazione della disposizione è in parte diverso da quello dell'art 6, regolamento (CE) 539/2008, atteso che le previsioni del regolamento (UE) 1215/2012 non trovano applicazione unicamente «ai contratti di trasporto che non prevedono prestazioni combinate di trasporto e di alloggio».

disposizioni, di natura pubblicistica, che impongono ai professionisti di conformare la propria attività commerciale a regole di condotta poste a tutela del consumatore e punendo come illecito amministrativo pratiche commerciali scorrette o ingannevoli, tra le quali rientrano anche la previsione di condizioni e clausole contrattuali volte a ingenerare nel consumatore incertezza o confusione in ordine ai diritti riconosciutigli nei confronti della propria controparte contrattuale.

Le regole in tema di rapporto di consumo (anche in tema di pratiche commerciali e obblighi informativi) trovano applicazione sia ai contratti conclusi tra consumatore e professionisti attivi nelle piattaforme online, sia al rapporto, contrattualizzato o meno, costituito tra il consumatore e la piattaforma online per l'accesso e l'uso della piattaforma.

Lo sviluppo dei servizi di intermediazione online, specialmente di quelli operanti nel settore della *sharing economy*, ha però reso incerta l'applicazione delle regole poste a tutela dei consumatori nei rapporti con i *prosumer*, la cui qualificazione come professionisti o consumatori è incerta e non priva di conseguenze¹⁹. Il loro assoggettamento allo statuto dei professionisti produrrebbe effetti disincentivanti, ad esempio, per le piattaforme dedicate alla *sharing economy*, gravando i *prosumer* di obblighi per certi aspetti contrari alla stessa filosofia sottesa all'economia della condivisione; per altro verso, specialmente nel caso di piattaforme a partecipazione mista, l'esclusione dell'applicazione del codice del consumo priverebbe il consumatore di alcune importanti garanzie. Ciò potrebbe determinare la perdita della fiducia in tali servizi qualora non sia adeguatamente segnalata – prima della conclusione della transazione – la natura della controparte negoziale e le conseguenze che ne derivano.

Si pone poi l'ulteriore problema di assicurare ai consumatori strumenti adeguati a garantire l'effettività delle tutele previste dalla legge, in un contesto in cui il valore medio delle transazioni è esiguo.

Questo obiettivo, specialmente in fattispecie transfrontaliere, non può essere agevolmente attuato attraverso i rimedi giurisdizionali ordinari, in considerazione dei tempi e dei costi – sproporzionati rispetto all'oggetto del contendere – e che in molti casi possono scoraggiare la parte debole dall'intraprendere una azione individuale per la tutela delle proprie ragioni.

Nondimeno, l'esistenza di forme efficaci di tutela dei consumatori nelle piattaforme è un elemento fondamentale per stabilire la fiducia nel mezzo e assicurare lo sviluppo del mercato digitale.

A questa esigenza hanno risposto dapprima le stesse piattaforme digitali, costituendo al proprio interno – e prestandoli come servizio – sistemi di risoluzione online delle controversie insorte in relazione alle transazioni concluse nella piattaforma, per promuovere la composizione bonaria delle liti insorte tra le parti e reprimere i comportamenti scorretti posti in essere dagli utenti professionali attivi sulla piattaforma.

per un prezzo globale».

¹⁹ In ordine alla difficile distinzione tra professionista e consumatore, v. da ultimo, pur se da un punto di vista speculare, CGUE, C-498/16, *Maximilian Schrems* che, nel richiamare i criteri distintivi già in precedenza elaborati, evidenzia come, ai fini della distinzione tra i soggetti, sia importante tenere conto delle finalità delle norme poste a tutela dei consumatori e della riconducibilità dell'attività o del contratto concluso dalle parti nell'ambito della loro attività professionale.

Questo *modus operandi*, che si è dimostrato in molti casi efficace, presenta tuttavia dei limiti là dove le controversie non riguardino i rapporti conclusi tra professionista e consumatore utenti della piattaforma, ma attengano ai rapporti tra i consumatori e la piattaforma stessa (o a entità soggette a controllo, direzione o coordinamento con il soggetto che gestisce la piattaforma).

Accanto a queste forme di tutela individuale, sono state con il tempo sviluppate forme di tutela a carattere pubblicistico e collettivo, attraverso il rafforzamento dei poteri di indagine e sanzionatori delle autorità indipendenti, per la repressione delle pratiche commerciali scorrette e con l'introduzione di azioni collettive, volte alla tutela di interessi diffusi ed omogenei, la cui disciplina è stata da ultimo modificata per effetto della l. 31/2019, che ha abrogato la disciplina delle azioni collettive disciplinate dagli artt. 139, 140 e 140-*bis* del d.lgs. 206/2005. Tramite questi rimedi è possibile perseguire, tramite l'intervento di soggetti pubblici o enti associativi, un interesse generale alla cessazione di condotte abusive e tutelare diritti diffusi e omogenei, per i quali la proposizione di rimedi individuali sarebbe stata troppo onerosa o complessa.

Ulteriori aspetti critici riguardano la necessità di rafforzare la trasparenza dei servizi di intermediazione online per assicurare ai consumatori un'adeguata informazione in ordine all'identità delle proprie controparti, specialmente in contesti in cui i gestori delle piattaforme offrono beni e servizi complementari rispetto a quelli offerti dagli utenti professionali o rendono cercano di svolgere un ruolo di intermediazione estremamente pervasivo, imponendo la propria intermediazione in ogni operazione o comunicazione tra il fornitore e l'acquirente.

Inoltre, si assiste alla tendenza dei gestori di questi servizi a usare nella redazione delle clausole contrattuali termini non del tutto chiari o volutamente laconici, per rendere più difficile alle controparti la conoscenza dei diritti e delle tutele riconosciute dall'ordinamento ai consumatori nell'ambito dei contratti di consumo e, non ultimo, alle modalità attraverso le quali i servizi di intermediazione online selezionano ed ordinano i prodotti ed i servizi presentati al consumatore.

Queste esigenze di trasparenza sono state fino ad oggi tutelate attraverso l'applicazione delle norme generali in materia di comunicazioni commerciali previste dalla legislazione vigente, sanzionandole come pratiche commerciali scorrette²⁰.

Alcuni legislatori nazionali hanno ritenuto opportuno adottare disposizioni volte a rafforzare gli obblighi informativi delle piattaforme online nei confronti dei consumatori. Ad esempio, con la legge sulla *Republique Numerique*, il legislatore francese ha imposto in capo ai gestori di piattaforme online l'obbligo di fornire al consumatore un'informazione "leale, chiara e trasparente" sulle condizioni generali di utilizzo del servizio di intermediazione e le modalità di indicizzazione, classificazione e deindicizzazione dei

²⁰ Cfr. ad esempio, la sentenza della Corte di giustizia del 28 luglio 2016, C-191/15, *Amazon*, che ha considerato come potenzialmente abusiva la clausola contenuta nelle condizioni generali di Amazon con la quale, nell'indicare quale legge applicabile al rapporto contrattuale tra la piattaforma la legge lussemburghese, non conteneva alcuna indicazione del fatto che ai sensi dell'articolo 6, par. 2, del regolamento (CE) 593/2008, il consumatore avrebbe potuto disporre anche della tutela assicurata dagli dalle disposizioni imperative della legge che sarebbe applicabile in assenza di siffatta clausola, qualora ritenuta idonea ad indurre il consumatore in errore in ordine ai diritti ed ai rimedi dei quali avrebbe potuto disporre nel suo rapporto con il professionista. Sul punto, v. anche G. Resta, *Digital platforms and the law: contested issues*, in *questa Rivista*, 1, 2018, 237 ss.

contenuti, dei beni e dei servizi inseriti nella piattaforma, così come l'obbligo di indicare con chiarezza l'esistenza di legami contrattuali o altre forme di remunerazione da parte degli utenti "professionali" che possono incidere sui risultati visualizzati. Viene inoltre richiesto alla piattaforma di fornire informazioni in ordine alla qualificazione come professionista o *prosumer* dell'utente che offre beni e/o servizi²¹.

A livello europeo, non vi sono proposte in stadio di discussione avanzato sul rafforzamento della protezione del consumatore nelle piattaforme. Nel 2016 è stata pubblicata, a cura dell'European Law Institute, una proposta pubblica per una direttiva di armonizzazione del quadro normativo in tutti gli Stati membri, che prevedeva in particolare il rafforzamento degli obblighi informativi della piattaforma nei confronti del professionista²². Non è tuttavia escluso che i medesimi obblighi informativi possano essere imposti anche in assenza di una direttiva specifica sulla base dei principi espressi dalla direttiva 2005/29/CE²³.

4. La tutela dei professionisti

I rapporti tra utenti professionali e servizi di intermediazione online sono ad oggi regolati dalle disposizioni generali in materia di contratti tra professionisti (B2B).

Nei rapporti B2B vige il principio generale della libertà negoziale e una presunzione di pari potere contrattuale tra i soggetti coinvolti. È dunque riconosciuta in linea generale la libertà per le parti di determinare il contenuto degli accordi negoziali, salvi i limiti imposti da norme imperative o inderogabili.

Questa presunzione, tuttavia, non si riflette esattamente nella realtà dei servizi di intermediazione online, nel cui ambito l'adesione alla piattaforma da parte degli utenti professionali avviene generalmente per adesione a condizioni generali di servizio (ToS) predisposti unilateralmente dal gestore della piattaforma, senza alcuna possibilità per gli utenti di incidere sul loro contenuto.

Questa considerazione di fondo non pare tuttavia attagliarsi alla conformazione del mercato digitale, nel quale esercitano un ruolo egemone pochi operatori di servizi di intermediazione online, nei quali si concentra la maggior quota delle transazioni effettuate attraverso questi servizi.

²¹ «II. - Tout opérateur de plateforme en ligne est tenu de délivrer au consommateur une information loyale, claire et transparente sur: 1° Les conditions générales d'utilisation du service d'intermédiation qu'il propose et sur les modalités de référencement, de classement et de déréférencement des contenus, des biens ou des services auxquels ce service permet d'accéder; 2° L'existence d'une relation contractuelle, d'un lien capitalistique ou d'une rémunération à son profit, dès lors qu'ils influencent le classement ou le référencement des contenus, des biens ou des services proposés ou mis en ligne; 3° La qualité de l'annonceur et les droits et obligations des parties en matière civile et fiscale, lorsque des consommateurs sont mis en relation avec des professionnels ou des non-professionnels».

²² *Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms*, pubblicato a cura dell'Università di Osnabrück.

²³ In questo senso, v. anche il *Rapport d'information déposé par la commission des affaires européennes portant observations sur le projet de loi pour une République numérique*: «Par ailleurs, si l'on considère que la question de la loyauté des plateformes est un droit du consommateur, il faudra également s'interroger sur l'articulation entre cette mesure et le droit européen de la consommation. En effet, les directives 2011/83 et 2005/29 relatives au droit de la consommation sont toutes les deux des directives d'harmonisation maximale, c'est-à-dire que si la directive ne le prévoit pas expressément, il n'est pas possible pour les États membres de prévoir des dispositions allant au-delà».

Nell'ordinamento europeo, quantomeno fino all'adozione del regolamento (UE) 2019/1150, non vi erano norme espressamente rivolte a offrire particolare tutela alle parti deboli dei rapporti B2B o che imponessero agli Stati membri di prevedere disposizioni in questo senso.

Tale tutela era giunta dall'iniziativa unilaterale di alcuni Stati membri che, nell'esercizio della loro competenza esclusiva hanno generalizzato la tutela, originariamente prevista nei riguardi dei consumatori, in relazione alle clausole vessatorie o, come è avvenuto in Italia, hanno esteso anche alle microimprese le disposizioni di protezione in materia di pratiche commerciali scorrette.

Grazie alla libertà garantita dall'ordinamento giuridico, i gestori delle piattaforme sono dunque sostanzialmente liberi di determinare il contenuto degli accordi negoziali con gli utenti professionali, sbilanciando a proprio favore l'equilibrio contrattuale e, in molti casi, celando questo squilibrio dietro termini negoziali poco chiari e ambigui.

La posizione di soggezione degli utenti professionali nei confronti dei gestori della piattaforma emerge, ad esempio, dal riconoscimento di una facoltà pressoché incondizionata di modificare unilateralmente i termini di servizio, spesso senza dover nemmeno avvisare puntualmente gli utenti o dall'attribuzione al gestore della piattaforma della facoltà di sospendere o cessare gli account degli utenti professionali sulla base di motivazioni generali o di generiche contestazioni inerenti la violazione dei termini di servizio, senza fornire alla controparte rimedi efficaci per ottenere il ripristino del proprio profilo utente.

In molti casi, il ruolo delle piattaforme non si limita alla mera attività di intermediazione tra le parti per la conclusione di un accordo, ma incide in misura rilevante sul contenuto dell'accordo raggiunto, imponendo la conclusione all'interno della piattaforma, di contratti standardizzati secondo un modello elaborato dallo stesso gestore, che potrebbe prevedere in alcuni casi norme più sfavorevoli per il professionista (ad esempio in tema di diritto di recesso o garanzia legale), apportate con il fine di guadagnare la fiducia dei consumatori nel servizio offerto.

Questa forma di conclusione delle transazioni attraverso la piattaforma, che opera come una sorta di procuratore del professionista, rischia di ingenerare confusione sul ruolo effettivamente ricoperto dal servizio, e ciò tanto più nei casi in cui la piattaforma presti servizi accessori agli utenti.

Le condizioni generali, in molti casi, non contengono informazioni chiare in ordine ai criteri utilizzati dai gestori delle piattaforme per ordinare e indicizzare i contenuti e le inserzioni degli utenti professionali, ad esempio favorendo la visibilità delle inserzioni pubblicate da quei venditori che ricorrono ai servizi di promozione dei contenuti offerti a pagamento dal gestore oppure fruiscono di certi servizi offerti dalla piattaforma. Ancora la piattaforma potrebbe operare dei trattamenti differenziati e più favorevoli nei confronti dei beni e dei servizi offerti dalla piattaforma stessa o da società in qualche modo controllate o affiliate al gestore²⁴.

La mancanza di trasparenza delle condizioni generali di servizio e le condotte arbitrarie poste in essere dai gestori di servizi di intermediazione online hanno portato all'apertura in diversi Paesi europei di indagini volte ad accertare se tali comportamenti

²⁴ J. E. Cohen, *Law for the Platform Economy*, in *University of California, Davis Law Review*, 2017, 146 ss.

possano costituire pratiche di abuso di posizione dominante (art. 102 TFUE; art. 3, l. 287/1990) in danno dei professionisti²⁵.

Nell'ambito della strategia per il mercato unico digitale, la Commissione ha presentato una proposta di regolamento per la promozione della correttezza e della trasparenza per gli utenti professionali nei servizi di intermediazione online, con la quale mirava a stabilire alcune norme specifiche applicabili agli utenti professionali che prestano la propria attività all'interno dei servizi di intermediazione online, imponendo alcuni precisi obblighi informativi ed alcune regole di condotta nei confronti dei gestori di questi servizi.

Sulla base di tale proposta è stato emanato il regolamento (UE) 2019/1150, che entrerà in vigore a decorrere dal 20 luglio 2020.

La base giuridica in forza del quale è stato emanato il regolamento è stata indicata nell'art. 114 TFUE, che consente all'Unione di adottare norme giuridiche volte all'armonizzazione delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri che hanno per oggetto l'instaurazione ed il funzionamento del mercato interno. Come precisato dal considerando 6 del regolamento, constatato il "potenziale transfrontaliero intrinseco" dei servizi di intermediazioni online, si rendeva infatti necessaria l'adozione di norme volte a prevenire pratiche commerciali potenzialmente sleali e dannose in danno degli operatori commerciali da parte dei gestori delle piattaforme idonee a ostacolare il corretto funzionamento del mercato interno.

Le norme del regolamento sono recate senza pregiudizio per il diritto nazionale (art. 1, par. 4), ed in particolare «il diritto contrattuale, nella fattispecie le norme sulla validità, la formazione, gli effetti o la risoluzione di un contratto, nella misura in cui le norme nazionali di diritto civile sono conformi al diritto dell'Unione e gli aspetti pertinenti non sono contemplati dal presente regolamento».

Riconosciuta la maggior forza dei fornitori di servizi di intermediazione online rispetto agli operatori professionali, il regolamento introduce alcuni obblighi di trasparenza e di informazione a tutela delle "parti deboli". Viene inoltre istituita una serie di garanzie e di tutele volte ad assicurare l'effettività dei diritti riconosciuti dall'ordinamento, agevolando ad esempio il dialogo tra le parti nel caso di controversie.

L'art. 3 del regolamento stabilisce regole in materia di condizioni generali, imponendo al gestore della piattaforma di redigere le condizioni generali applicabili ai professionisti con un linguaggio «semplice e comprensibile» e renderle facilmente accessibili e consultabili dal professionista. Ogni modifica delle condizioni generali, se determinate unilateralmente, deve essere proposta al professionista su supporto durevole, e può divenire efficace non prima del decorso di quindici giorni dalla comunicazione.

²⁵ Nel 2017 l'Autorità Antitrust Francese (DGCCRF), all'esito di una indagine svolta sui rapporti tra Amazon e gli operatori commerciali, specialmente in tema di facoltà di modifica unilaterale delle condizioni generali in danno degli operatori commerciali, ha chiesto la condanna del gestore della piattaforma al pagamento di una sanzione di 10 milioni di euro: sul punto, v. il comunicato stampa ufficiale *Pratiques commerciales des plateformes numériques : annonce des résultats d'une enquête d'envergure de la DGCCRF*. Più di recente, con provvedimento del 10 aprile 2019, l'AGCM ha deliberato l'avvio di un procedimento istruttorio nei confronti di cinque società del gruppo per accertare un presunto abuso di posizione dominante in violazione dell'art. 102 del TFUE in relazione ai vantaggi in termini di maggiore visibilità che la piattaforma offrirebbe ai venditori terzi che fruiscono al servizio di logistica offerto da Amazon.

Il carattere unilaterale dei termini e delle condizioni di servizio deve essere apprezzato «sulla base di una valutazione complessiva», rispetto alla quale non è determinante la circostanza che alcune parti di tali condizioni siano state oggetto di negoziazione o determinazione bilaterale, né appare rilevante la valutazione in ordine alla dimensione relativa delle parti. In altre parole, il regolamento richiede una valutazione complessiva degli equilibri tra le parti, per verificare se, al di là delle apparenze, vi sia stata una effettiva libertà delle parti a negoziare le condizioni per l'accesso e l'uso della piattaforma. In tema di informazione agli utenti commerciali, si impone al gestore della piattaforma di fornire in modo chiaro e trasparente informazioni relative alle condizioni alle quali il gestore si riserva il diritto di limitare il servizio o cessare il rapporto con gli utenti commerciali. Devono inoltre essere fornite informazioni chiare su «eventuali canali di distribuzione aggiuntivi e potenziali programmi affiliati attraverso i quali i fornitori di servizi di intermediazione online possano commercializzare i prodotti e i servizi offerti dagli utenti commerciali».

La violazione delle norme in materia di contenuto determina l'inefficacia delle condizioni abusive, analogamente a quanto avviene nei contratti di consumo.

Con il regolamento sono state poste inoltre norme di tutela dei professionisti per il caso di sospensione o chiusura arbitraria dell'account, imponendo la previsione nelle condizioni generali di criteri oggettivi in base ai quali il gestore della piattaforma può sospendere o chiudere l'account dell'utente professionale. In caso di cessazione della fornitura dei servizi verso un determinato utente, è imposto in capo al gestore della piattaforma l'obbligo di fornire un preavviso di almeno 30 giorni prima che la limitazione abbia effetto, salvo che l'interruzione sia motivata dall'adempimento di obblighi normativi, da motivi imperativi a norma del diritto nazionale o da reiterate violazioni dei termini contrattuali da parte dell'utente. Tale preavviso deve essere comunicato su supporto durevole e deve contenere le motivazioni della cessazione, che devono essere circostanziate e fare riferimento a comportamenti dell'utente professionale, in modo da consentirgli di difendersi dagli addebiti anche attraverso l'uso dei sistemi di reclamo interni la cui istituzione è prevista dal regolamento.

In tema di trasparenza, si prevede altresì che i providers di servizi di intermediazione siano tenuti a mettere a disposizione degli utenti professionali una descrizione sommaria dei criteri utilizzati per determinare il *ranking* dei contenuti e indicare se vi sono forme dirette o indirette di remunerazione che possono incidere su di esso o se il sistema tiene conto delle caratteristiche dei beni e dei servizi offerti ai consumatori tramite i servizi di intermediazione online o della pertinenza di tali caratteristiche per i consumatori.

Devono inoltre essere esplicitati eventuali trattamenti differenziati che il che il servizio potrebbe effettuare tra i beni e servizi offerti dal fornitore di servizi stesso o da utenti commerciali controllati da detto fornitore e altri utenti commerciali.

Il regolamento prevede inoltre l'istituzione di un quadro di rimedi, interni e esterni alla piattaforma, per risolvere in modo celere con l'intervento di operatori umani le controversie sorte tra gli operatori professionali ed i gestori delle piattaforme. In particolare, l'art. 11 prevede che il fornitore del servizio sia tenuto a mettere a disposizione un sistema interno di gestione dei reclami che consenta la gestione senza ritardo dei

reclami e fornisca una risposta individualizzata e motivata. In caso di fallimento del rimedio interno, deve essere previsto il ricorso ad organismi di mediazione alternativi alla tutela giurisdizionale.

A tutela dell'effettività dei diritti riconosciuti agli operatori professionali si prevede inoltre l'istituzione di rimedi collettivi, quali azioni inibitorie collettive (art. 14), promosse dalle associazioni degli utenti professionali far cessare condotte illecite dei gestori dei servizi online e si prevede l'obbligo in capo agli Stati membri di adottare misure sanzionatorie effettive, proporzionate e dissuasive (art. 15).

5. Conclusioni

La crescita delle piattaforme online e il loro ruolo sempre maggiore nelle transazioni economiche impone l'adeguamento della normativa di settore, per assicurare l'equilibrio dei rapporti tra le parti.

Nei confronti di questi soggetti, la posizione degli operatori tradizionali tende a assumere caratteri per molti versi simili a quella degli utenti non professionali, attesa la tendenziale soggezione alle condizioni e alle pratiche poste in essere dal gestore della piattaforma.

Si assiste dunque, nell'ambito delle più recenti proposte normative, all'introduzione anche nei rapporti tra operatori professionali e fornitori di servizi di intermediazione online, di forme di tutela tradizionalmente riconosciute ai consumatori.

Restano da affrontare alcuni nodi irrisolti, come la determinazione del ruolo dei *prosumer* e la loro qualificazione nell'ambito della normativa in materia di rapporti di consumo.

Come osservato da alcuni autori, tali esigenze, per poter essere adeguatamente affrontate e risolte, richiedono l'elaborazione di un corpo di norme nuove, calibrate sulle peculiarità che i rapporti che si sviluppano in rete hanno rispetto a quelli che si svolgono nel mondo fisico²⁶.

²⁶ Sul punto, v. C. Twigg-Flesner, *The EU's Proposals for Regulating B2B Relationship and online platforms – Transparency, Fairness and Beyond*, in *Journal of European Consumer and Market Law*, 6, 2018, 222 ss., spec. 233: «*The digital world is more than just an electronic extension of the digital world, and its challenges will require more creativity in fashioning a suitable legal response. The relationship between business user and OISP's seems a good area for such creativity*».