

L.go Toscanini, 1
20122 Milano
Tel. +39 (0) 2 771971
Fax +39 (0) 2 77197260 - 794675 - 76015360
E-mail: santamaria@santalex.com
<http://www.santalex.com>

919 Third Avenue
New York, NY 10022 - 3903
Tel. (212) 715 - 9100
Fax (212) 715 - 8000
<http://www.kramerlevin.com>

Milano, 16 Maggio 2000

3 - NEWSLETTER - N. 11

Director: Prof. Avv. Alberto Santa Maria

La conclusione del contratto via Internet - I PARTE

1. Introduzione: il commercio elettronico

Secondo la definizione contenuta al punto 5 della Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo dal titolo “*Un’iniziativa europea in materia di Commercio Elettronico*”¹, quest’ultimo “*consiste nello svolgimento di attività commerciali e di transazioni per via elettronica. Basato sull’elaborazione e la trasmissione di dati (tra cui testo, suoni e immagini video) per via elettronica, esso comprende attività disparate quali: la commercializzazione di beni e servizi per via elettronica, la distribuzione on-line di contenuti digitali (quali software e brani musicali), l’effettuazione di operazioni finanziarie e di borsa (trasferimento di fondi, compravendita di azioni, emissione di polizze di carico, vendite all’asta), progettazione e ingegneria in cooperazione, on-line sourcing, appalti pubblici ed altre procedure di tipo transattivo delle*

Pubbliche Amministrazioni, vendita diretta al consumatore e servizi post-vendita”.

Il Commercio Elettronico si riferisce, dunque, a prodotti (di consumo e non, ivi incluse apparecchiature specialistiche), a servizi (d’informazione in genere, di ordine giuridico-finanziario), nonché ad attività di tipo tradizionale (assistenza sanitaria e istruzione) e di tipo nuovo (“centri commerciali virtuali”). Esso non si esaurisce nella semplice conduzione della transazione, bensì può abbracciare anche altri profili di un rapporto commerciale: da quelli della ricerca ed individuazione dell’interlocutore/partner a quelli della trattativa e negoziazione, da quelli degli adempimenti e delle scritture formali a quelli dei pagamenti e della consegna fisica o elettronica del bene/servizio acquistato o venduto.

Data la latitudine della nozione e delle attività in essa ricomprese, nell’esaminare le operazioni di “*e-commerce*” e la conclusione dei contratti per via telematica, sia dal punto di vista della domanda di beni e servizi sia da quello dell’offerta, occorre tenere conto di una pluralità di fattori.

¹COM (97) 157 del 15 aprile 1997: il documento evidenzia la rilevanza strategica del commercio elettronico per le imprese e per i consumatori dell’UE. Il recente studio del Dipartimento del Commercio degli Stati Uniti, *The emerging digital economy* (in www.ecommerce.gov/executiv.htr), prevede per l’anno 2002 un volume di transazioni di 300 miliardi di dollari.

Tra questi, si segnala il carattere *transnazionale* della rete *Internet* che, per definizione, non ha frontiere. Uno stesso *sito*, infatti, può essere visitato da parti contrattuali localizzate in ogni parte del mondo (alto mare e zone antartiche incluse)². Questo primo tratto caratterizzante pone problemi di compatibilità dell'operazione di *e-commerce* con le singole normative nazionali. Si pensi, a titolo esemplificativo, alla legislazione di tutela del consumatore, alla regolamentazione della pubblicità commerciale, alla commerciabilità stessa del bene, ammessa in certi ordinamenti e vietata in altri, o alla vendita di armi o di taluni farmaci "pericolosi", consentite da taluni ordinamenti e soggette a restrizioni in altri.

Al fine di comprendere la portata della contrattazione via *Internet*, giova premettere uno schematico inquadramento delle relative forme di contrattazione, soprattutto con riferimento al quadro europeo. Gli Stati Uniti, paese detentore della *leadership* sia dal punto di vista della domanda sia dell'offerta, costituiscono, infatti, un caso a sé poiché, nella realtà d'oltreoceano, le "vendite a distanza" non sono che la moderna applicazione delle vendite per corrispondenza intraprese con fortuna già nel tardo ottocento.

² In considerazione di tale caratteristica, si è suggerito che nello studio della *cyberlaw* si debba muovere, invertendo il metodo tradizionale, dalla dimensione internazionale, dalla quale dipenderebbe, poi, a catena, tutta la costruzione della materia nella dimensione comunitaria e nella dimensione nazionale (ALPA, *Cyberlaw. Problemi giuridici connessi allo sviluppo di internet*, in *La nuova giurisprudenza civile commentata*, 6/1998, p. 385).

Con riferimento alle tendenze comunitarie e, in particolare, alle italiane, è dato attualmente di individuare -in relazione alle *modalità di esecuzione* del rapporto- due forme principali di *e-commerce*: da un lato, (1) il commercio elettronico *indiretto*, ove l'ordinazione di beni, prettamente materiali, è effettuata per via elettronica (mediante *e-mail* o *electronic forms*), mentre la consegna degli stessi è effettuata attraverso i canali distributivi tradizionali; dall'altro, (2) il commercio elettronico *diretto*, ove la distribuzione dei beni, meramente immateriali (licenza d'uso di programmi *software*, brani musicali, contenuti digitali *etc.*) avviene interamente *on-line*, ossia in forma "virtuale" mediante il processo di "*downloading*" nella memoria rigida dell'acquirente.

Dal punto di vista *soggettivo*, è invece possibile delineare un'ulteriore partizione d'ordine economico. Da un lato, è individuabile l'area, oggi preponderante, delle transazioni *business to consumer*, indirizzate agli utenti finali; in questo ambito, (a) i prodotti sono offerti a tutti i clienti della rete *Internet* (è questa la caratteristica fondamentale, anche dal punto di vista giuridico, che distingue la nuova tecnologia di comunicazione e contrattazione dalle tradizionali reti "chiuse", il cui accesso era limitato a categorie predefinite di soggetti economici professionali in base a specifici accordi scritti); (b) gli importi delle transazioni sono contenuti (mediamente intorno ai 100 Euro); (c) è richiesta un'elevata integrazione tra raccolta degli ordini e gestione della logistica; (d) i pagamenti sono generalmente effettuati *on-line*.

Dall'altro lato, può invece identificarsi l'area del commercio *business to business*³, cioè la negoziazione per via telematica tra aziende o professionisti, evoluzione naturale su *Internet* dell'*Electronic Data Interchange (EDI)*,

³A prescindere dagli attuali equilibri, secondo previsioni concordi tale settore assumerà un ruolo di primaria importanza in termini di fatturato rispetto al settore *business to consumer*, benchè anche quest'ultimo manterrà elevati tassi di crescita: cfr. TAYLOR, *Internet provides a new market impetus*, in *Financial Times*, del 4 agosto 1999.

⁴I risparmi di costo più cospicui associati all'affermarsi del *business to business* si prospettano, infatti, nelle catene della *fornitura* e della *distribuzione*; la messa in rete della *supply chain* dal fornitore al rivenditore, con l'inclusione di importatori e distributori, sta per ridisegnare la politica aziendale di gruppi affermati (cfr. MALAGUTTI, *Sul web, Ducati corre di più*, in *Corriere Economia*, n. 8/9 del 6 marzo 2000, p. 2) e di intere multinazionali (cfr. COMETTO, *Unilever prova lo Svelto dot.com*, in *Corriere Economia*, cit., p. 2). Il commercio telematico tra aziende, altresì, sta determinando una rivoluzione nel mondo della *subfornitura*: i tre colossi statunitensi *Gm*, *Ford* e *Daimler*, si apprestano a creare un mercato informatico globale dei componenti per automobile (per un valore di 250 miliardi di dollari) con una conseguente drastica riduzione dei tempi di assegnazione delle commesse a fornitori operanti in decine di Paesi in tutto il mondo. In questo progetto, le transazioni stipulate *on-line* avverranno nel quadro di un sistema commerciale capace, fra l'altro, di verificare la conformità delle proposte con le norme che regolano le esportazioni dai Paesi di origine e le importazioni in quelli di destinazione, nonché di convertire automaticamente in dollari i prezzi quotati in valute diverse. Negli Stati Uniti, progetti simili sono stati intrapresi anche in altri comparti industriali: dalla *Kraft Foods*, divisione alimentare del gruppo *Philip Morris*, dalla *Honeywell International* e dalla *United Technologies* nel segmento industriale dei sistemi aeronautici ed aerospaziali, e dalle industrie *Bethlehem Steel*, *Ltv*, *Weirton* e *Steel Dynamics*, nel settore siderurgico (VENTURINI, *E' rivoluzione B2B*, in *Corriere Economia*, cit., p. 3). Onde cogliere la portata economica del fenomeno, giova ricordare che nello studio condotto sull'*e-commerce* nel 1999 dalla banca di investimenti americana *Goldman Sachs* si calcola che il solo *B2B* produrrà una caduta dei costi pari al 5% per l'intera economia nei paesi occidentali; ne conseguirebbe, secondo tali proiezioni, una crescita addizionale dello 0,25% nel PIL delle economie avanzate (cfr. TAINO, *La "e" prende il potere*, in *Corriere Economia*, cit., p. 1).

spesso legata ad esigenze di "*supply chain management*"⁴. In questo sottosectore (a) i rapporti commerciali coinvolgono un numero limitato di soggetti (spesso un gruppo chiuso); (b) gli importi delle transazioni sono mediamente elevati e vengono gestiti in modalità *off-line*, cioè su reti definite "*Intranet*" o "*Extranet*" utilizzando lo stesso protocollo di *Internet* ma accessibili solo a soggetti predeterminati; (c) è richiesta un'integrazione stretta tra la gestione della produzione e l'amministrazione.

Ora, nel caso di transazioni del primo tipo, *business to consumer*, troveranno applicazione tutte quelle disposizioni nazionali e sovranazionali (in particolare di diritto comunitario), perlopiù inderogabili, aventi quale presupposto soggettivo di applicazione la presenza di un soggetto "debole", vale a dire il consumatore. In quest'ultimo ambito, peraltro, il legislatore italiano ha mostrato un'insolita sollecitudine: il D.Lgs. n. 185 del 22 maggio 1999 in tema di "Contratti a distanza"⁵, da ultimo, recependo con largo anticipo la Direttiva 97/7/CE⁶, ha introdotto strumenti di tutela specifici per il caso in cui una delle parti del contratto telematico sia un *consumatore*⁷.

Nelle transazioni del secondo tipo, *business to business*, invece, troveranno applicazione le norme abituali per gli operatori economici professionali, quali, ad esempio, le disposizioni sulla concorrenza, quelle in materia di

⁵ In G.U. n. 143 del 21 giugno 1999.

⁶ In G.U.C.E. n. L 144/19 del 4 giugno 1997.

⁷ Definito, all'art. 1, lettera b) del citato decreto, come "la persona fisica che, in relazione ai contratti di cui alla lettera a), agisce per scopi non riferibili all'attività professionale eventualmente svolta".

pubblicità ingannevole⁸ o, ancora, le normative inerenti la disciplina dei contratti tipicamente commerciali (*franchising*, distribuzione, agenzia *etc.*).

1.1 Il contratto telematico: oggetto dell'indagine e definizioni.

Il presente lavoro riguarderà esclusivamente l'analisi del sistema di *electronic trading* caratterizzato dalla conclusione del contratto attraverso la rete *Internet* (da "*Interconnected networks*"), ovvero tramite una rete mondiale di computer idonea ad effettuare il collegamento mediante un linguaggio comune costituito dal *Transmission Control Protocol - Internet Protocol* ("*TCP-IP*"), che consente un'elevata compatibilità tra sistemi di *Network Computer* anche assolutamente diversi tra loro (sia per architettura *hardware* che per *software* utilizzato).

Questa nuova forma di conclusione di contratti *inter absentes*, peculiare per la novità del *medium* impiegato e per l'ampiezza dei possibili sviluppi applicativi, reca con sé implicazioni giuridiche nuove, molte delle quali ancora aperte a dubbi. L'art. 15 comma 2 della legge 15 marzo 1997, n. 59 (*Legge Bassanini I*)⁹, nel quadro di una più vasta riforma dell'attività amministrativa, così dispone nella materia *de qua*: "gli atti, dati e documenti formati dalla pubblica Amministrazione e dai privati con strumenti informatici o telematici, i contratti stipulati nelle medesime

⁸ Sul tema si veda la *Newsletter N° 7* del 20 luglio 1999, *La pubblicità comparativa in Italia e negli Stati Uniti*, edita da questo Studio.

⁹ In G.U. n. 63 del 17 marzo 1997.

forme, nonché la loro archiviazione e trasmissione con strumenti informatici, sono validi e rilevanti a tutti gli effetti di legge". L'attuazione di questa disposizione è avvenuta ad opera del D.P.R. 10 novembre 1997, n. 513¹⁰, in materia di documento informatico e firma digitale, che ha stabilito gli elementi giuridici principali della formazione, trasmissione e archiviazione dei documenti informatici e telematici¹¹. Con tali interventi, la legislazione italiana si è posta, almeno a livello europeo, tra le più avanzate e complete nel regolare i vari aspetti giuridici del commercio elettronico.

Al fine di qualificare il contratto telematico, in assenza di una normativa sostanziale sua propria, soccorre, in primo luogo, l'art. 1321 cod. civ. interpretato alla luce dell'art. 1 primo comma, lett. a) del citato D.Lgs. del 22 maggio 1999, n. 185¹²: il *contratto via Internet*, quindi, può definirsi come l'accordo tra due o più parti per costituire, regolare o estinguere tra loro un rapporto giuridico patrimoniale avente ad oggetto beni o servizi nell'ambito di un sistema di vendita o di prestazione di servizi a distanza

¹⁰ "Regolamento recante criteri e modalità per la formazione, l'archiviazione e la trasmissione di documenti con strumenti informatici e telematici, a norma dell'art. 15, comma 2, della legge 15 marzo 1997, n. 59, in G.U. n. 60 del 13 marzo 1998.

¹¹ Con il D.P.C.M. dell'8 febbraio 1999, *Regole tecniche per la formazione, la trasmissione, la conservazione, la duplicazione, la riproduzione e la validazione, anche temporale, dei documenti informatici* (in G.U. n. 87 del 15 aprile 1999), si è infine condotta a termine la prima fase dell'innovazione normativa in corso con regole tecniche di attuazione.

¹² Che, come ricordato, si riferisce più specificatamente alle transazioni in cui uno dei contraenti sia un consumatore.

organizzato da una parte che, per tale contratto, impiega esclusivamente la rete *Internet* quale strumento di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto stesso.

A quest'ultimo riguardo si osserva che, se è vero che *Internet* è uno spazio senza frontiere, deregolamentato - almeno in ambito internazionale¹³- è pure vero che vari paesi comunitari ed extracomunitari (Stati Uniti in testa) hanno discipline di settore sempre più copiose applicabili *anche* alle transazioni telematiche, in considerazione della crescente importanza economica di questa forma di contrattazione. Anche la realtà economica italiana, nonostante il ritardo tecnologico rispetto alle avanguardie anglosassoni¹⁴ imputabile, tra l'altro, alla scarsa propensione degli italiani agli acquisti *on-line*, si sta muovendo in questa direzione sia dal punto di vista legislativo e fiscale, sia da quello delle risorse di finanza pubblica impiegate al fine di valorizzare ed incrementare tale forma di commercio.

La negoziazione telematica modifica il rapporto commerciale tradizionale:

¹³ Nonostante i significativi tentativi compiuti di introdurre riferimenti normativi univoci a livello sovranazionale: si veda UNITED NATION COMMISSION ON INTERNATIONAL TRADE LAW (UNCITRAL), *Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment*, United Nations, New York, 1997 o, ancora, la Dichiarazione congiunta di Washington sul commercio elettronico del 5 dicembre 1997, riportata in *Riv. dir. priv.*, 1998, p. 125 ss., che promuove, peraltro, principi di sussidiarietà statale e di autoregolamentazione privata.

¹⁴ L'attenzione dell'amministrazione britannica rispetto al fenomeno, ad esempio, è confermata dalla predisposizione nel novembre 1999 del rapporto *Electronic Commerce: the UK's taxation agenda Nov 99* (disponibile sul sito "www.hmce.gov.uk/bus/info/e-

per un verso, elimina l'apporto dei cosiddetti intermediari con un conseguente processo di *disintermediazione* dei commerci di portata epocale; per altro verso, consente a soggetti, professionali e non, di acquistare ed offrire beni *a livello globale*, con il conseguente sviluppo del commercio in aree tradizionalmente escluse dall'orbita della grande distribuzione. Il *computer*, quindi, è oggi normalmente utilizzato per effettuare milioni di transazioni economiche sia (1) quale *mezzo di trasmissione* delle *dichiarazioni*, delle *proposte* e delle *accettazioni* delle parti, sia (2) quale *mezzo di formazione della volontà contrattuale*, nel caso in cui sia programmato per accettare gli ordini ricevuti.

Nella prima ipotesi, siamo di fronte a contratti conclusi *a mezzo di computer*, nella seconda, invece, si è al cospetto di contratti conclusi *da computer*; sono le transazioni del primo tipo a presentare le particolarità più significative in relazione al mezzo di trasmissione della dichiarazione contrattuale, alla forma della stessa, alla sua riproduzione e, in genere, alle fasi salienti della

comm.htm"), diretto a garantire lo sviluppo di una normativa che favorisca un clima di certezza quanto al trattamento (anche fiscale) delle operazioni via *Internet* e la conseguente affermazione dei mercati telematici. E' di poche settimane fa, ancora, la notizia della predisposizione da parte del Governo inglese, su impulso della *Alliance of Electronic Business* e della *Consumers' Association*, di un codice di condotta -designato "Trust UK"- per le imprese che conducono la propria attività commerciale su *Internet*. Lo strumento è inteso a garantire l'osservanza degli *standards* definiti dall'*Office of Fair Tradings* a salvaguardia degli utenti ed a promuovere meccanismi alternativi di soluzione delle controversie scaturenti da transazioni telematiche (cfr. AYRES, *Internet trading code launched*, in *The Times* del 17 febbraio 2000, p. 14).

conclusione del contratto¹⁵.

Ora, se è possibile acquistare beni e servizi negli Stati Uniti (libri, *cd-rom*, *software*, accesso a banche dati *etc.*) direttamente dal proprio *computer* localizzato in Italia, in assenza di una trattativa specifica, quale sarà la disciplina giuridica di una tale operazione? Quale la legge applicabile? Quale la disciplina fiscale? Quale, ancora, il giudice competente a dirimere una eventuale controversia?

E ancora, da un punto di vista sostanziale, quando può ritenersi che la parte che ha fatto la proposta abbia conoscenza dell'accettazione dell'altra parte? Come disciplinare la revoca dell'accettazione stessa fatta per *e-mail*, laddove il codice civile richiede che la revoca per essere valida deve pervenire al proponente prima dell'accettazione? Qual'è il luogo di conclusione di tale contratto? Quando viene trasferita la proprietà del bene compravenduto e, quindi, quando passa il rischio?

Nel cercare di dare risposta a tali questioni, per specifica scelta espositiva, limiteremo la presente analisi ai profili strettamente connessi alla formazione e alle vicende dell'*accordo telematico*,

¹⁵ Cfr. NESPOR, *Internet e la legge*, Milano, 1999, p. 220, il quale individua nella posta elettronica lo strumento d'impiego prevalente per la trasmissione delle dichiarazioni contrattuali. La notazione, peraltro, non è completa ove si ponga mente al crescente ruolo dello *shopping on-line* in cui il rapporto contrattuale si conclude *per adesione* di un contraente all'offerta visualizzata sul sito dell'offerente: in questo tipo di transazioni assume un ruolo preminente la comunicazione interattiva con le diverse "comunità" di consumatori cybernautori i quali, in conformità alle rispettive preferenze, accedono ai diversi siti, vere e proprie "vetrine virtuali" predisposte dagli operatori commerciali (per i problemi di qualificazione giuridica di questo tipo di offerte, si veda *infra* § 2.2).

lasciando da parte la discussione delle ulteriori problematiche poste dalle nuove tecnologie quanto, ad esempio, alla tutela della *proprietà intellettuale* a livello nazionale e, ancor più, internazionale, all'appropriazione di *domain names*, all'*arbitrato telematico*, ai *pagamenti elettronici*, alla *pubblicità su Internet*.

2. La fattispecie e le sue vicende

2.1 La forma: il documento informatico e la firma digitale

Se con l'art. 21 del D.Lgs. del 31 marzo 1998, n. 114¹⁶ il commercio elettronico ha ricevuto consacrazione nell'ordinamento italiano nel quadro della riforma della disciplina del commercio, l'intervento normativo che ha dato l'impulso iniziale all'inarrestabile ascesa della contrattazione via *Internet* ed ha aperto la strada ai successivi provvedimenti è, senza dubbio, la disposizione contenuta nel citato art. 15 della legge n. 59 del 1997. Tale disposizione introduce, in via generale, il principio della *validità e rilevanza degli atti formati con strumenti informatici o telematici*, rinviando¹⁷ per la disciplina dei profili attuativi ad una successiva disciplina di rango regolamentare. Quest'ultima, adottata con il D.P.R. 10 novembre 1997, n. 513 ("il Regolamento"), ha attribuito piena validità e rilevanza ai documenti informatici, costituendo la base per la contrattazione su Internet e dissipando

¹⁶In S.O. n. 80/L alla G.U. del 24 aprile 1998, n. 95.

¹⁷Ex art.17, comma 2, della legge 23 agosto 1988, n.400.

i dubbi e le difficoltà del riconoscimento ai contratti “digitali” della stessa tutela che l’ordinamento appresta per il documento cartaceo tradizionale.

Se, ancora, l’impiego di *Internet* per la promozione di merci poi consegnate in modo tradizionale¹⁸ ha caratteristiche simili alle altre forme di “televendita” tradizionali e se le problematiche create dalla lontananza dei due soggetti del rapporto sono, di per sé, già note, uno dei tratti differenzianti delle nuove tecnologie sta nella “*dematerializzazione*” del documento che le parti si scambiano, poiché al supporto dello scritto o del nastro magnetico si sostituisce la *forma elettronica*. In relazione a questa peculiarità, la disposizione sopra indicata e quelle ad essa connesse hanno rilievo primario in tutte le situazioni negoziali in cui la legge imponga l’adozione della *forma scritta* quale requisito di validità del contratto o a fini probatori.

Il Regolamento statuisce che il documento informatico¹⁹, da chiunque

¹⁸Mediante consegna materiale, o mediante fornitura per telefono o con altri mezzi telematici (*pay per view*, musiche teletrasmesse *et caetera*).

¹⁹Definito, all’art. 1, lett. a), quale “*rappresentazione informatica di atti, fatti o dati giuridicamente rilevanti*”.

²⁰L’art. 1 del D.P.R. 513/1997 definisce la *firma digitale* come il “*risultato della procedura informatica (validazione) basata su un sistema di chiavi asimmetriche a coppia, una pubblica e una privata, che consente al sottoscrittore, tramite la chiave privata e al destinatario tramite la chiave pubblica, rispettivamente, di rendere manifesta e di verificare la provenienza di un documento informatico o di un insieme di documenti informatici*”. Le chiavi sono degli algoritmi (insiemi di numeri e lettere generati dal *computer* attraverso un programma specifico per essere associati al medesimo utente ed apposti in calce ai documenti di cui questi intenda assumere la paternità giuridica). L’adozione del sistema di cifratura a chiavi asimmetriche a coppia ovvia agli inconvenienti del sistema simmetrico. Nel sistema

formato, la sua archiviazione su supporto informatico e la trasmissione con strumenti telematici sono *validi e rilevanti* a tutti gli effetti di legge se conformi alle disposizioni del regolamento stesso (art. 2).

Del pari, il documento informatico, munito dei requisiti previsti dal regolamento, soddisfa il requisito legale della *forma scritta* (art. 4). Per poter conseguire la stessa efficacia della scrittura privata-connotata dall’apposizione in calce allo scritto della sottoscrizione- il regolamento prevede il meccanismo della *firma digitale*, basata su un sistema di crittografia a *doppia chiave asimmetrica di cifratura* in grado di assolvere alle funzioni di: (a) *autenticazione*, (b) *integrità*, (c) *segretezza* e (d) *non ripudiabilità del documento*²⁰.

Il documento informatico sottoscritto con firma digitale ha acquisito, quindi, l’efficacia della scrittura privata ai sensi dell’art. 2702 cod. civ., ossia fa “*piena prova, fino a querela di falso*,

simmetrico una solo codice deve essere utilizzato sia dal mittente sia dal destinatario ed è utilizzato sia per la codifica che per la decodifica del messaggio-documento, con evidenti svantaggi in termini di segretezza e di limitazione dell’impiego di quello specifico codice ad una sola coppia di utenti. Nel sistema a chiavi asimmetriche, al contrario, la chiave *privata* (attribuita in esclusiva ad un soggetto) è utilizzata per codificare un documento ed è destinata a rimanere a conoscenza del solo titolare, mentre la chiave *pubblica* è impiegata per decodificare il documento ed è conoscibile da chiunque vi abbia interesse, poiché pubblicata in apposito elenco tenuto da un’Autorità di Certificazione. Impiegando i due codici in combinazione, la chiave privata darà certezza al ricevente della *provenienza* del documento, quella pubblica del destinatario conferirà *segretezza* al messaggio, che potrà essere decodificato soltanto dal destinatario stesso con la sua chiave privata; sul tema cfr. l’analisi di PICCOLI, ZANOLINI, *Il documento elettronico e la “firma digitale”*, in *I problemi giuridici di Internet*, a cura di Tosi, Milano, 1999, p. 73 ss.

della provenienza della dichiarazione da chi l'ha sottoscritta, se colui contro cui è prodotta ne riconosce la sottoscrizione, ovvero se questa è legalmente considerata come riconosciuta” (art. 5). La sicurezza dell'impiego della firma digitale consiste nel fatto che, se la chiave pubblica non corrisponde a quella segreta ovvero se il messaggio è stato modificato, il messaggio stesso diviene indecifrabile, rendendo manifesta la sua apocriefa²¹ o l'intervenuta alterazione dello stesso²². Secondo la nuova disciplina, un soggetto in posizione di terzietà, l'Autorità di certificazione, avrà previamente identificato il titolare della chiave segreta, i suoi eventuali poteri e limiti di rappresentanza, rilasciato il necessario certificato e pubblicato l'elenco aggiornato delle chiavi

²¹Il sistema evoca l'antica pratica con cui i Romani, consegnando una delle due metà di una moneta spezzata irregolarmente all'ambasciatore segreto e l'altra metà al destinatario del messaggio recato dall'ambasciatore, consentivano ai due di riconoscersi in maniera univoca unendo le due metà perfettamente combacianti (MICCOLI, *Commercio telematico: una nuova realtà nel campo del diritto*, Comunicazione 8 maggio 1997 all'Università Externado di Bogotà-Colombia, p. 4).

²²L'impronta impressa al documento con la chiave privata (funzione di “hashing”) impedirà la riconoscibilità del documento se anche un solo carattere viene modificato dopo l'apposizione della chiave stessa. Non paiono, d'altro canto, esservi ostacoli giuridici neppure alla “secretazione” del contenuto della scrittura privata: cifrando il documento sia con la chiave privata del sottoscrittore sia con la chiave pubblica del destinatario, questo viene contemporaneamente criptato e firmato: il destinatario ne decifrerà il contenuto con la propria chiave privata e ne accerterà l'autenticità con la chiave pubblica del sottoscrittore (cfr. art. 1 lettera f) ed e) del Regolamento). Oltre alla paternità e all'integrità del documento ne sarà in tal modo assicurata anche la segretezza (cfr. PICCOLI, ZANOLINI, *op. cit.*, p. 83, nonché FINOCCHIARO, *Con l'addio alla carta per atti e contratti il professionista conquista la semplificazione*, in *Guida al Diritto, Il sole-24 Ore*, n. 13/98 del 4 aprile 1998, p. 24).

assegnate con trascrizione delle eventuali revoche e sospensioni²³.

Il tratto caratterizzante della normativa italiana consiste nell'aver istituito un rapporto di *equivalenza* fra firma digitale e sottoscrizione autografa (artt. 5 e 10 del Regolamento), a differenza di quanto prescritto in altri Paesi europei. La normativa tedesca, a titolo esemplificativo, non disciplina direttamente il problema del valore giuridico della firma digitale, limitandosi a stabilire le condizioni in

²³Questo il contenuto dispositivo dell'art. 9 punto 2 del D.P.R. 513/1997; dovrebbero così conseguirsi gli stessi effetti tradizionalmente associati alla sottoscrizione autografa: la funzione *indicativa*, con la identificazione certa dell'autore del documento mediante la combinazione chiave pubblica-chiave privata; la funzione *dichiarativa*, assolta dall'implicita assunzione di paternità del documento collegata alla firma digitale; la funzione *probatoria*, conseguita unendo alla firma digitale il certificato ad essa relativo. Più espressamente, l'art. 10 del Regolamento dispone: “l'apposizione o l'associazione della firma digitale al documento informatico equivale alla sottoscrizione prevista per gli atti e documenti in forma scritta su supporto cartaceo”, con l'ulteriore peculiarità che il sigillo informatico può essere apposto unitariamente ad un gruppo di documenti informatici, nonché al duplicato o copia di atti. La firma digitale, tuttavia, non può considerarsi *in toto* equiparabile alla firma autografa. La prima, infatti, è inscindibilmente legata al testo a cui è apposta, mentre la seconda è intimamente connessa con la persona fisica che la appone e, di conseguenza, non è delegabile, a differenza della firma digitale (cfr. BIANCA, *I contratti digitali*, in *Studium Iuris*, 10/1998, p. 1037). L'utilizzo della chiave da parte di un terzo autorizzato è stato ricondotto da chi ne riconosce la liceità all'istituto della rappresentanza (MICCOLI, *Documento e commercio telematico-Guida al regolamento italiano D.P.R. 513/97*, Milano, 1998). La prossima introduzione di strumenti di riconoscimento biometrico (basati, ad esempio, sulla riproduzione dell'impronta digitale), tuttavia, realizzerà un legame tra firma digitale e suo autore in tutto simile a quello caratterizzante la sottoscrizione autografa (sul'intera tematica, cfr. PICCOLI, ZANOLINI, *op. cit.*, p. 77). Si ricordi, infine, che l'art. 16 del Regolamento ammette l'autentica della firma digitale, che si riterrà, in questo caso, riconosciuta ai sensi dell'art. 2703 e facente piena prova fino a querela di falso.

ottemperanza alle quali la firma digitale può essere ritenuta sicura e che consentono di stabilire quando questa possa ritenersi falsificata o alterata, in tal modo definendo meramente uno *standard* di fatto che non esclude l'impiego di tecniche diverse²⁴.

Per quanto attiene, più in particolare, al commercio in rete, l'art. 11, comma 1 del D.P.R. 513/97, riproponendo una formulazione analoga a quella dell'art. 15 della legge n. 59 del 1997, stabilisce che “*i contratti stipulati con strumenti informatici o per via telematica mediante l'uso della firma digitale (...) sono validi e rilevanti*”, se rispettano le disposizioni contenute nel decreto. L'espressione *validi e rilevanti*²⁵, in coordinazione con quanto previsto nell'art. 4 (*forma scritta*), significa che il **legislatore equipara**, sostanzialmente, **i contratti telematici a quelli redatti in forma scritta**. E' stato correttamente osservato che l'espressione *validi e rilevanti* è ambigua²⁶. In ossequio al principio di libertà della forma contrattuale, non sembra, infatti, che la norma in esame debba essere interpretata nel senso che, in mancanza di firma digitale, il contratto non sia valido, bensì nel senso che soltanto là dove è richiesta la forma scritta occorra la firma digitale, mentre, nel caso opposto, l'apposizione della firma digitale non sia necessaria²⁷.

²⁴Cfr. FINOCCHIARO, *Note intorno alla proposta di direttiva sulla firma elettronica*, in *Contratto e impresa*, Europa, 2/1998, p. 822.

²⁵Impiegata anche dall'art. 2 dello stesso Regolamento con riferimento al documento informatico.

²⁶Così DE NOVA, *Un contratto di consumo via Internet*, in *I contratti*, vol. II, Milano, 2/1999, p. 113.

²⁷In questo senso, può infatti ritenersi che in tutte le situazioni negoziali caratterizzate da libertà di forma (e solo in quest'ultime) gli atti e documenti formati telematicamente fossero validi anche prima dell'entrata

Nel caso in cui la firma digitale non venga utilizzata, l'imputazione della dichiarazione troverebbe fondamento nel principio di autoreponsabilità: il custode dell'apparecchio tecnologico sopporta la responsabilità perché se ne giova come strumento di ampliamento della propria sfera giuridica²⁸. Un principio simile, peraltro, può ritenersi operante anche nei casi di impiego abusivo della firma digitale del titolare da parte di terzi non autorizzati: è onere del titolare salvaguardare la segretezza dei codici assegnatigli²⁹. In applicazione del principio generale dell'affidamento, ancora, chi contrae per via informatica deve potere confidare nella imputabilità della firma digitale al proprio autore apparente, anche se questa è stata utilizzata da altri³⁰. L'uso abusivo della chiave, dunque, sembrerebbe non incidere sulla validità del documento³¹

in vigore della legge 59/1997, ponendosi, invece, un problema solo per i casi in cui la forma scritta fosse prescritta a pena di nullità o *ad probationem*. Dal punto di vista probatorio, il documento informatico privo dell'apposizione della firma digitale avrebbe l'efficacia delle riproduzioni meccaniche di cui all'art. 2712 cod. civ. che fanno piena prova se colui contro il quale il documento è prodotto non ne disconosce la conformità ai fatti o alle cose medesime; cfr. PICCOLI, ZANOLINI, *op. cit.*, p. 101.

²⁸Così prosegue DE NOVA, *op. cit.*, p. 113; si veda inoltre, sul punto, GUARRACINO, *Forme dichiarative e documento elettronico privo della "sottoscrizione" ex D.P.R. 10 novembre 1997, n. 513*, in *Riv. dir. priv.*, 2/vol. II, Milano, 11999, p. 292 e ss.

²⁹Similmente a quanto, nell'ambito della monetica, avviene per la custodia dei *Personal Identification Numbers* assegnati ai detentori di carte di credito e di altri strumenti di pagamento elettronico.

³⁰BIANCA, *op. cit.*, p. 1037, parla di “principio dell'apparenza imputabile”. Regole simili operano anche nel caso di impiego di firma revocata, scaduta o sospesa: se tali eventi non sono stati resi *conoscibili* ai terzi (mediante pubblicazione nell'apposito registro) le conseguenze dell'attività documentale posta in essere con la chiave divenuta inefficace ricadono comunque sul suo titolare (art. 10 comma 5, del D.P.R. 513/1997).

³¹ L'art. 2 del Regolamento, infatti, attribuisce validità e rilevanza al documento informatico “*da chiunque formato*”.

che, pertanto, verrà comunque imputato al suo autore apparente.

Nel quadro evolutivo esposto, si inserisce il Modello di legge sul commercio elettronico dell'UNCITRAL³² che adotta il cosiddetto *functional-equivalent approach*, consistente nell'individuare, caso per caso, la funzione della scrittura al fine di valutare la sostituibilità della scrittura con la forma elettronica, invece di fornire una definizione ampia di atto scritto, tale da ricomprendere anche il documento elettronico³³. I requisiti della scrittura, della firma e dell'originale, quindi, sono definiti in base all'uso che deve essere rispettivamente effettuato degli stessi; il criterio così indicato dovrà operare in armonia con il principio informatore del *Model Law UNCITRAL*, secondo il quale il valore giuridico del documento-messaggio informatico così come la sua efficacia probatoria non possono essere negati soltanto sulla base della forma elettronica di quello. Un approccio analogo a quello del *Model Law* caratterizza la proposta di direttiva europea sulla firma elettronica del 13 maggio 1998³⁴, predisposta con l'intento di uniformare gli *standards* di comunicazione telematica nell'ambito dell'Unione Europea, introducendo le condizioni per il generalizzato

³²UNCITRAL, *Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment*, cit. alla nota 14.

³³Cfr. FINOCCHIARO, *Note intorno alla proposta di direttiva sulla firma elettronica*, in *Contratto e impresa, Europa*, 2/1998, p. 816.

³⁴COM (1998) 297/2 def. del 13 maggio 1998, che prevede il sistema di crittografia a chiavi asimmetriche come una delle tecniche idonee allo scopo. Al pari del Regolamento italiano, l'iniziativa europea, che si muove su un terreno di *neutralità* tecnologica onde non condizionare le scelte attuative dei singoli Stati, persegue la tutela della *riservatezza* del singolo,

riconoscimento legale delle firme elettroniche. La proposta di direttiva non concerne la disciplina contrattuale e non investe le questioni inerenti la conclusione e la validità dei contratti telematici che continueranno, pertanto, ad essere regolati dalle leggi nazionali e dall'autonomia delle parti³⁵.

2.2 *L'offerta di beni e servizi mediante la rete Internet*

Supponiamo che un potenziale utente, mediante un computer ed un *modem*³⁶, si colleghi al sito *Internet* "www.peck.it": la pagina *web* visualizzata sullo schermo è qualificabile come offerta al pubblico o come invito a proporre?

Se si applica il criterio indicato dall'art. 1336 cod. civ., è corretto ritenere che l'offerta posta su un sito *Internet* contenente gli "*estremi essenziali*" del contratto alla cui conclusione è diretta costituisca una *offerta al pubblico* e valga, quindi, come *proposta* contrattuale in *incertis personis*, ossia rivolta ad una categoria indeterminata di soggetti³⁷; pertanto, la

relegando invece ad un ruolo secondario le esigenze di controllo delle autorità di polizia. A differenza della normativa italiana, invece, il progetto comunitario permette all'autorità di certificazione di *limitare* (anche per valore) la propria responsabilità e di specificare, secondo criteri predefiniti, il grado di accuratezza della certificazione rilasciata. Cfr. CHUA, *The new EC directive on electronic signatures and its impact on international commerce*, in *Student Law Review*, vol. 29, p. 50.

³⁵Cfr. l'art. 1 ed il considerando n. 10.

³⁶Modulatore/demodulatore

³⁷Cfr. l'accurato lavoro *I problemi giuridici di Internet*, a cura di TOSI, Milano, 1999, p. 34, cui si fa rinvio per una completa disamina delle problematiche giuridiche sollevate dal commercio elettronico.

sua accettazione comporterà il perfezionamento del contratto. La revoca dell'offerta sarà ammessa ed efficace anche in confronto di chi non ne ha avuto notizia, purchè sia effettuata nelle stesse forme dell'offerta (o in forma equivalente ex art. 1336 secondo comma, cod. civ.); e purchè, va da se', il destinatario non abbia già accettato: sarà dunque irrilevante che questi abbia iniziato l'esecuzione in buona fede ex art. 1327 cod. civ.³⁸. In considerazione della diffusione planetaria del *medium* impiegato, peraltro, è difficile immaginare "forme equivalenti" per revocare un'offerta al pubblico su *Internet*: la revoca, quindi, dovrà pubblicizzarsi sullo stesso sito, ma è ragionevole ritenere che l'avvenuta rimozione di un prodotto o di certe offerte dal sito comporti la cessazione della relativa efficacia³⁹. D'altro canto, sarà onere di chi intenda accettare un'offerta accertarsi preventivamente che questa non sia stata modificata o revocata.

Nella diversa ipotesi in cui, al contrario, l'offerta pubblicizzata sulla pagina *web* non contenga tutti gli elementi essenziali o ricorrano circostanze od usi che ne escludano la natura di proposta contrattuale, essa costituirà mero *invito ad offrire* e l'eventuale dichiarazione di risposta da parte dei suoi destinatari non varrà come accettazione, idonea ad indurre l'immediata conclusione del contratto, bensì, a sua volta, come proposta, così risultando

³⁸Salvo che, "su espressa richiesta del proponente o per la natura dell'affare o secondo gli usi", la prestazione debba eseguirsi senza una preventiva risposta (art. 1327 cod. civ.).

³⁹VALENTE, ROCCATAGLIATA, *Aspetti giuridici e fiscali del commercio elettronico*, Roma, 1999, p. 33.

invertite le parti contrattuali e modificati il tempo e il luogo della conclusione.

Per aversi offerta al pubblico e, quindi, proposta contrattuale, contenuto minimo necessario dovranno essere la descrizione dei beni o dei servizi offerti ed anche la quantificazione del prezzo e delle spese accessorie. La regola del perfezionamento del contratto mediante semplice accettazione operante in caso di offerta al pubblico, peraltro, pone problemi di coordinamento con i principi operanti allorché si tratti di rapporti con elementi di transnazionalità. Il criterio dell'*accettazione*, infatti, differisce sostanzialmente dalla regola operante nei paesi di *common law* e avallata, per gli scambi internazionali, dalla *Convenzione delle Nazioni Unite sui contratti di vendita internazionale di beni mobili* del 1980⁴⁰ (sulla quale, si veda il § 2.7 della parte seconda).

Le corti inglesi e americane, nell'operare la distinzione tra offerta vincolante -nelle accezioni di *expression of willingness, promise to be bound*, o in termini di *granting a power*⁴¹- e mera *invitation to treat*, hanno adottato un approccio *case by case*. E' stato così attribuito un ruolo interpretativo decisivo al contesto in cui si svolge l'affare, onde accertare l'esistenza di una "*intention*" di obbligarsi, desumibile attraverso "*an*

⁴⁰Ci riferiamo, ovviamente, alla Convenzione di Vienna, ratificata dall'Italia con legge dell'11 dicembre 1985 n. 765 ed entrata in vigore il 1° gennaio 1988.

⁴¹Per le tre nozioni si rinvia rispettivamente a TREITEL, *The Law of Contract*, 7th ed., London, 1987, p. 7, ATIYAH, *An introduction to the law of contract*, 4th ed., Oxford, 1989, p. 61, e CORBIN, *Corbin on Contracts I*, a cura di PERILLO, St. Paul Minn. 1993.

inquiry whether the facts show some performance was promised in positive terms in return for something requested"⁴². Seguendo questo criterio, l'offerta di prodotti in una vetrina con l'indicazione del relativo prezzo è stata qualificata dalle corti anglosassoni come una mera "invitation to treat"⁴³, nelle varie accezioni di "offer to negotiate, offer to receive offers" o di "offer to chaffer", onde ovviare all'inconveniente che l'offerente si trovi vincolato ad un numero di ordini cui non saprà/potrà dare seguito per l'esiguità dello *stock* disponibile (sul punto, vedi *infra*)⁴⁴. Anche l'elaborazione dei principi UNIDROIT⁴⁵, da ultimo, richiede, affinché la proposta costituisca un'offerta, l'espressa indicazione dell'"intenzione del proponente di vincolarsi in caso di accettazione".

Offre soluzioni in linea con quelle italiane il diritto francese, ove l'esposizione di merce in vetrina o l'invio di cataloghi e di listini prezzi

⁴²WILLISTON, *Contracts*, 2nd ed., New York, 1957, p. 65, cui si riferisce GAMBINO, *I principi regolativi dei contrats télématiques*, in *Diritto del commercio internazionale*, 1997, fasc. 2, p. 304; cfr. altresì, dello stesso Autore, *Il contratto telematico*, in *I contratti in generale, Aggiornamento 1991-1998*, Giur. sist. di dir. civ. e comm., a cura di ALPA, BESSONE, Torino, 1999, p. 1461.

⁴³*Timhoty v. Simpson*, (1984) 6 C&P 499, 500 e, ancora, GAMBINO, *Les contrats télématiques*, cit., p. 305.

⁴⁴Anche autorevole dottrina italiana ritiene che "ogni negoziante si ritiene libero di decidere a chi vendere...considera quanti entrano nel proprio negozio come proponenti, ai quali si riserva di rispondere con una accettazione o con un rifiuto" (GALGANO, *Il negozio giuridico*, in *Trattato di diritto civile a ecommerciale*, diretto da Cicu, Messineo, Milano, 1988, p. 74).

⁴⁵Il testo italiano si trova in BONELL, *Un "Codice" Internazionale del Diritto dei Contratti*, Milano, 1995, p. 249.

sono generalmente considerati alla stregua di offerte fatte al pubblico e, come tali, immodificabili una volta accettate dal cliente⁴⁶. Anche considerando l'offerta per via telematica, risulteranno decisivi gli attributi di "*suffisamment précise*" e di "*dépourvue d'équivoque*"⁴⁷; peraltro, è stato suggerito che tali requisiti debbano interpretarsi nel senso di "comunicazione corretta"⁴⁸, alla luce dei principi di "*bonne foi*", "*devoir de conseil*" e "*obligation de renseignement*", al fine di evitare le possibili ambiguità insite nella formazione di un contratto mediante semplice pressione del bottone telematico (sul punto, si veda *infra*).

In considerazione della più volte rilevata portata transnazionale del mezzo telematico e delle differenti qualificazioni giuridiche di queste offerte commerciali sul piano internazionale, ed a prescindere dalle questioni di giurisdizione e di legge applicabile discusse nel seguito (cfr. la seconda parte), l'operatore straniero che si rivolga ai consumatori italiani (o, in genere, appartenenti a Paesi di *civil law*), dovrà adottare le opportune cautele, specificando in termini inequivoci se l'indicazione di prodotti/servizi e dei relativi prezzi sulla propria pagina *web* debba intendersi quale vera e propria

⁴⁶Trib. Com. Seine, 28 marzo 1921, D. 1923, 2, 152, Nimes, 13 maggio 1932. D.H. 1932, p. 404; in dottrina: WEILL, TERRÉ, *Droit civil, les obligations*, Paris, 1986, p.142; ulteriori riferimenti in GAMBINO, *op. ult. cit.*, 307..

⁴⁷Cass. belge, 2e Ch. 23 septembre 1969, in *Rev. Crit. Jurispr. Belge*, 1971, p. 216, cui si ispira GHESTIN, *La formation du contrat*, in *Traité de droit civil*, Paris, 1993, p. 266.

⁴⁸GAMBINO, *op. ult. cit.*, 309, ove più ampi riferimenti.

proposta contrattuale ovvero come mera *invitation to treat*⁴⁹.

Di norma, la qualificazione in termini di offerta al pubblico sino a qui esaminata pare preferibile ad una terza qualificazione, pure suggerita da alcuni autori⁵⁰, che ravvisa nella pagina *web* a contenuto commerciale una *promessa al pubblico*; la formulazione dell'art. 1989 cod. civ.⁵¹, infatti, non sembra attagliarsi all'offerta per via telematica di beni o servizi⁵². Tuttavia, se mediante lo strumento telematico si promuova un concorso pubblicitario a premi o si renda pubblico un bando di concorso per progettazione o realizzazione di opere, stante la similarità con le tradizionali ipotesi di promessa al pubblico, potrà parlarsi in questi casi di una "promessa al pubblico per via telematica", con la conseguenza che questa diverrà immediatamente vincolante per chi la effettua con la sua messa in rete (senza necessità di accettazione) e, in applicazione dell'art. 1989, non potrà essere revocata se non per giusta causa e con forme di pubblicità equivalenti a quelle impiegate per annunciarla⁵³.

2.3 L'accettazione

Appare chiaro da quanto sin qui esposto che la modalità più ricorrente di

manifestazione del consenso alla conclusione dell'accordo telematico è rappresentata dal comportamento concludente estrinsecantesi nella compilazione del *modulo elettronico web* predisposto dall'offerente e la successiva pressione del "tasto negoziale" virtuale; attività che, a seconda dei casi, potranno avvenire simultaneamente all'atto solutorio consistente nell'invio del numero della carta di credito. La valenza di dichiarazione negoziale attribuita al "*point and click*" deve, di per sé, ritenersi legittima, a condizione che le condizioni generali di contratto appaiano visualizzate sullo schermo *prima* della conclusione del contratto e non successivamente⁵⁴.

E', infatti, principio applicabile sia ai contratti tra imprenditori sia ai contratti con i consumatori quello della *conoscibilità* del regolamento contrattuale *anteriamente* al sorgere del vincolo in capo all'accettante (art. 1341, comma 1). Con disposizione particolarmente interessante in relazione alla contrattazione per via telematica, inoltre, l'art. 1469-*bis* n. 10 include tra le clausole presunte abusive quella che preveda l'estensione dell'adesione del

⁴⁹Cfr. VALENTE, ROCCATAGLIATA, *op. cit.*, p. 33.

⁵⁰NESPOR, *op. cit.*, p. 224.

⁵¹A tenore del quale "chi, rivolgendosi al pubblico, prometta una prestazione a favore di chi si trovi in una determinata azione è vincolato dalla promessa non appena questa è resa pubblica".

⁵²Assimilabile alla più "tradizionale" offerta di beni mediante distributori automatici, o all'esposizione di merci in vetrina o in un grande magazzino o, ancora, all'offerta relativa ad azioni societarie.

⁵³NESPOR, *op. cit.*, 224.

⁵⁴Come invece avviene nella prassi -di dubbia rilevanza giuridica- relativa all'approvazione delle condizioni generali di licenza d'uso di un programma *software*, che vengono conosciute dall'utilizzatore solo successivamente alla conclusione del contratto di vendita del supporto magnetico (c.d. licenza d'uso *shrink-wrap* o a strappo, a cui risulta applicabile l'art. 1469-*bis* n. 10, su cui vd. *infra* nel testo); in queste ipotesi, del resto, si pongono anche delicati problemi in relazione alla presenza di clausole vessatorie *ex art.* 1341, c. 2 cod. civ. o abusive ai sensi degli artt. 1469-*bis* e ss. cod. civ.; cfr. FINOCCHIARO, *I contratti ad oggetto informatico*, Padova 1993, p. 101 e TOSI, *op. cit.*, p. 17.

consumatore a clausole che non ha avuto la possibilità di conoscere preventivamente. In quest'ottica, l'offerta telematica dovrà essere strutturata in modo tale da consentire la preliminare conoscenza delle condizioni generali, mediante la predisposizione di appositi *links* o rendendo la previa visualizzazione (c.d. "*scrolling*") di dette condizioni uno dei passaggi obbligati per il contraente prima di potere esprimere la propria adesione⁵⁵.

La formulazione di proposte dirette a consumatori, in aggiunta, dovrà essere improntata al criterio di *trasparenza*, con l'adozione di una terminologia piana e comprensibile (art. 1369-ter, comma 2, cod. civ.).

In ottemperanza all'art. 1341, comma 2, la presenza di clausole *vessatorie* imporrà a pena di nullità la *specificata approvazione* delle stesse *per iscritto*, anche se l'oblato sia un imprenditore: non basterà, in questa ipotesi, il consenso espresso con il tasto negoziale. L'intervento legislativo osservato in precedenza, con significativa innovazione rispetto allo *status quo ante*, consente oggi di assolvere pienamente al requisito della forma scritta mediante l'impiego della *firma digitale*, che dovrà essere apposta dal privato-consumatore o dal professionista-imprenditore in calce al documento⁵⁶. L'equiparazione di efficacia giuridica tra forma elettronica e forma scritta, portata ora a definitivo compimento con l'emanazione

dell'ulteriore regolamento tecnico contenuto nel D.P.C.M. dell'8 febbraio 1999, consente l'approvazione diretta *on line* delle clausole vessatorie ed esclude la necessità di ripetere la stipula su supporto cartaceo come era necessario in precedenza.

Se l'art. 1341 cod. civ. risulta di primario rilievo sia nel settore *business to business* che in quello *business to consumer*, nei contratti con i consumatori la specifica approvazione per iscritto (ossia l'apposizione della firma digitale) delle clausole vessatorie non esime dall'ulteriore e diversa presunzione di abusività contenuta negli artt. 1469-bis e ss. cod. civ.⁵⁷; la disposizione elenca, per l'appunto, le clausole vessatorie "presunte abusive" che, contrariamente a buona fede⁵⁸, determinano a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi contrattuali. La clausola dell'offerta telematica che ricada nelle categorie presunte abusive verrà qualificata come vessatoria se tenuto conto della natura del bene o del servizio oggetto del contratto e fatto riferimento alle circostanze esistenti al momento della sua conclusione ed alle altre clausole del contratto medesimo, dovesse determinare a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto. Da valutazione in tal senso discende l'inefficacia della clausola stessa. La vessatorietà della clausola è esclusa, invece, quando questa è stata oggetto di *trattativa individuale tra le*

⁵⁵Così TOSI, *op. cit.*, p. 20.

⁵⁶Sia nel documento contenente le condizioni generali, sia in quello contenente le clausole vessatorie; cfr. DELFINI, *Il D.P.R. 513/1997 e il contratto telematico in I contratti*, 3, 1998, p. 302.

⁵⁷Aggiunti al corpo del codice civile dall'art. 25 della legge n. 52 del 6 febbraio 1996 che ha recepito la Direttiva CE 93/13.

⁵⁸TRIMARCHI, *Istituzioni di diritto privato*, Milano, 1999, p. 304.

parti (art. 1469-*quinquies* cod. civ.)⁵⁹. Non è difficile intuire che tale trattativa individuale non si realizza quando sia adottato lo strumento telematico, impiegato prevalentemente per la diffusione di offerte standardizzate, cui si aderisce con il mero ricorso al “tasto virtuale”, senza margini di negoziazione preventiva. Ne consegue che, per garantire che l’*accettazione* dia luogo alla valida formazione del consenso, l’impresa operante su *Internet* dovrà predisporre regolamenti contrattuali *compatibili* con le presunzioni di abusività disciplinate dagli artt. 1469-*bis* e ss. e, ove manchi a queste precauzioni, l’imprenditore si esporrà -quantomeno nell’ordinamento italiano e negli altri europei che hanno recepito la citata direttiva 93/13- al rischio dell’inefficacia delle clausole viziate⁶⁰. Rischio quanto mai attuale, se si considera che nella prassi del ciberspazio non viene fatto frequente ricorso né alla firma digitale né alla negoziazione su base individuale (sulle specifiche presunzioni di abusività, vd. oltre il § 2.6 della parte seconda).

Esaminate le restrizioni codicistiche poste nel nostro ordinamento alla validità dell’*accettazione* mediante “tasto virtuale”, non stupisce che anche nell’ordinamento statunitense, confrontatosi per primo con le delicate questioni contrattuali sopra discusse,

⁵⁹E’ onere del “professionista”, nel contratto concluso mediante sottoscrizione di moduli o formulari uniformi (a cui la pagina *web* è assimilabile), provare che le clausole o elementi di clausola, ancorché unilateralmente predisposti, sono stati oggetto di trattativa (art. 1469-*ter*, comma 5).

⁶⁰L’inefficacia, tra l’altro, non travolgerà l’intero contratto (1469-*quinquies*, comma 2), ma opererà a vantaggio del solo consumatore e potrà essere rilevata d’ufficio dal giudice (1469-*quinquies*, comma 3).

siano state adottate precauzioni simili al fine di: a) escludere la modificabilità di un precedente accordo mediante meri “comportamenti concludenti telematici”⁶¹; b) garantire la previa conoscibilità delle condizioni generali di licenza e il diritto di recesso dell’aderente⁶²; c) assicurare una adesione ragionata e consapevole alle condizioni generali⁶³.

Se, per tornare al contesto italiano, si accoglie la qualificazione in termini di offerta al pubblico, la revoca della proposta contrattuale effettuata via *Internet* risulterà spesso impossibile: l’eventuale *accettazione*, infatti, perverrà all’offerente in tempo reale, così vincolandolo definitivamente senza che questi abbia il tempo di ritirare l’offerta fatta.

Al riguardo, nell’eventualità in cui lo *stock* disponibile dei beni offerti sia scarso, o comunque inferiore rispetto alle accettazioni, pare corretto applicare il criterio temporale in virtù del quale i contratti si riterranno conclusi con coloro che per primi hanno inviato l’*accettazione* elettronica⁶⁴. Quanto all’accertamento della priorità nell’arrivo delle accettazioni, è stato opportunamente suggerito⁶⁵ che questa sarà facilmente ricostruibile mediante la consultazione del *log* del sistema in cui le operazioni telematiche vengono

⁶¹*Arizona Retail System v. The Software Link*, 831 F.Supp. 759 (D.Ariz.1993).

⁶²*Pro CD v. Zeidenberg*, 86 F.rd 1447 (7th Cir. 1996).

⁶³Cfr. STUCKEY, *Internet and Online law*, New York, 1997, p. 19 ss., nonché la ricognizione fatta da TOSI, *op. cit.*, p. 22.

⁶⁴Così DI MAIO, *Offerta al pubblico*, in *Enc. del diritto*, XXIX, Milano, 1979, p. 766.

⁶⁵TOSI, *op. cit.*, p. 35.

registrate. La questione, ancora una volta, coinvolge la qualificazione giuridica dell'offerta e dei suoi effetti (discussa nel paragrafo precedente). Nella prassi operativa, per ovviare al vincolo di dovere soddisfare tutte le richieste, la proposta sul *web* viene spesso condizionata alla disponibilità del bene (“*fino ad esaurimento delle scorte*”) o trasformata in un semplice invito a proporre (clausola “*salvo approvazione della casa*”)⁶⁶ o, ancora, limitata a determinati mercati mediante apposito “*warning*” diretto ai cibernavigatori. Del resto, a prescindere dall'inclusione di siffatte clausole nel contratto, non è ragionevole credere che il titolare del sito *Internet* sia in grado di soddisfare un numero di ordini che è potenzialmente illimitato, se si considera che la sua vetrina virtuale è “*esposta*” su dimensione globale; ove sorga una contestazione sul punto, si potrebbe giungere a ritenere sufficiente la prova che le scorte predisposte fossero commisurate alla domanda prevedibile.

Per altro verso, la trasformazione dell'offerta in invito a proporre -con la segnalata inversione dei ruoli tra proponente ed accettante- eviterà anche d'incorrere nei problemi, in precedenza menzionati, sollevati dalla cessione di beni o di servizi in relazione a soggetti la cui legge nazionale non consentirebbe di acquistare determinati beni e servizi; in questo caso, infatti, sarà il titolare del sito contenente l'invito a proporre a determinare, con la comunicazione della propria *accettazione* al “*navigatore*” proponente, se concludere

⁶⁶VALENTE, ROCCATAGLIATA, *op. cit.*, p. 33. Clausole, peraltro, la cui sussistenza potrebbe considerarsi implicita (vd. *infra* nel testo).

il contratto nonché il tempo e il luogo della conclusione.

Per completezza, si deve osservare che nella diversa ipotesi di contratto a *formazione progressiva*, in cui una dichiarazione sia indirizzata via *e-mail* a soggetti determinati, la dichiarazione sarà necessariamente recettizia: in altre parole, occorrerà che questa, così come l'eventuale revoca, pervenga nella *sfera di conoscibilità* del destinatario; in tale evenienza, non opereranno le disposizioni sull'offerta al pubblico che, come osservato, si perfeziona nel momento in cui è pubblicizzata (ossia resa adeguatamente conoscibile), il che avviene in tempo reale, con il suo inserimento su un sito *internet*⁶⁷. In queste ipotesi, in ottemperanza del combinato disposto degli artt. 1326 e 1335, il contratto si concluderà solo tra il soggetto offerente ed un soggetto individuato, destinatario della proposta, quando quest'ultimo accetti; va da sé che modifiche o aggiunte contenute nella sua contro-dichiarazione costituiranno nuova proposta.

Nel commercio elettronico fra imprese, ancora, è frequente l'impiego di *computers* predisposti per l'*espressione in forma automatica del consenso* al verificarsi di determinate condizioni. E' il caso del programma di gestione del magazzino che provvede all'inoltro automatico ai fornitori degli ordini relativi alle merci in via di esaurimento; fattispecie che si è sopra definita “*contratto concluso da computer*”. A prescindere dalla considerazione che l'ordine emesso dal

⁶⁷Così come per la promessa al pubblico per via telematica ma, come visto, con effetti diversi. TOSI, *op. cit.*, p. 35.

computer è assimilabile più ad una proposta che non ad una accettazione⁶⁸, la volontà contrattuale, benché “differita” nel tempo e condizionata al verificarsi di determinati eventi, non sarà in questi casi imputabile al *computer* in quanto tale, che risponde ai criteri di programmazione voluti dal titolare del sistema informatico. E’ a quest’ultimo, quindi, che la volontà validamente espressa dal *computer* dovrà riferirsi. Ai sensi dell’art. 1433 cod. civ., infine, la dichiarazione sarà vincolante anche in caso di errore nella dichiarazione o nella sua trasmissione dovuto a malfunzionamento del sistema informatico, salvo che detto errore “*informatico*” sia riconoscibile dalla controparte contrattuale con la conseguente annullabilità del contratto *ex artt.* 1427 e 1431 cod. civ.⁶⁹.

2.4 Il momento di perfezionamento dell’accordo ...

La definizione del *tempo* e del *luogo* in cui il contratto si perfeziona determina, nei contratti a distanza, importanti conseguenze giuridiche, quali l’efficacia dell’accettazione e l’individuazione del giudice territorialmente competente per la soluzione delle eventuali controversie. Poiché, tuttavia, uno dei tratti peculiari dello strumento informatico risiede nella sua compatibilità con diverse modalità perfezionative del negozio a queste occorrerà riferirsi separatamente.

⁶⁸Benchè la presenza di un accordo-quadro tra le imprese interessate possa fare propendere per la soluzione contraria.

⁶⁹VALENTE, ROCCATAGLIATA, *op. cit.*, p. 31.

Nell’ordinamento italiano, in forza del *principio della ricezione* sancito dagli artt. 1326 e 1344 cod. civ., il contratto tra assenti si perfeziona nel *momento* in cui l’accettazione giunge a conoscenza del destinatario⁷⁰, così attuandosi l’incontro delle volontà delle parti. Il principio è applicabile all’accordo telematico, la cui conclusione, sia utilizzando il *web* che la comunicazione via *e-mail*, ha il carattere della *non contestualità* (tra proposta e accettazione) e della *lontananza* tra i contraenti⁷¹.

Opportunamente, al fine di non rendere eccessivamente onerosa la prova della conoscenza, l’art. 1335 cod. civ. stabilisce che l’accettazione “si reputa” conosciuta nel momento in cui essa giunge all’indirizzo del destinatario, se questi non provi l’incolpevole impossibilità di averne notizia; risulta così delineato un sistema a metà strada fra quello dell’arrivo dell’accettazione (*teoria della ricezione*) e quello dell’effettiva conoscenza (*teoria della cognizione*)⁷². In via analogica, si è correttamente ritenuto che l’indirizzo informatico di un soggetto equivalga ad un domicilio, seppur virtuale⁷³. La *e-mailbox*, in quanto ricompresa nella *sfera*

⁷⁰Analogamente dispongono gli artt. 1.9-2.6 (2) dei *Principi Unidroit*, in *Principi dei contratti commerciali internazionali*, UNIDROIT, Roma, 1995.

⁷¹Il caso di negoziazione in *video conferenza* via *Internet* in tempo reale, ulteriore modalità tra quelle consentite dalla tecnologia telematica, sarà invece assimilabile alla negoziazione tra presenti con la conseguente efficacia immediata del consenso eventualmente formatosi.

⁷²Cfr. CAPOLUPO, LA COMMARA, *Il commercio elettronico*, Roma, 1999, p. 32.

⁷³Cfr. ALBERTINI, *Osservazioni sulla conclusione del contratto tramite computer e sull’accettazione di un’offerta in Internet*, in *Giust. Civ.*, 1, 1997, II, p. 39.

di conoscibilità⁷⁴ e controllo del soggetto, potrà validamente accogliere dichiarazioni munite di rilevanza giuridica, pertanto il contratto formato mediante scambio di dichiarazioni sotto forma di *e-mails*⁷⁵ dovrà ritenersi concluso nel momento in cui l'accettazione sia pervenuta all'indirizzo *e-mail* del proponente⁷⁶ così come indicato sulla carta intestata o diffuso *on-line* via *Internet*, e ciò indipendentemente dal fatto che il proponente prenda effettiva cognizione della comunicazione controllando la sua posta elettronica. In linea con questo criterio sono tanto la previsione dell'art. 12 del Regolamento sul documento informatico sopra discusso, a norma del quale "*il documento informatico [dichiarazione negoziale] si intende inviato e pervenuto al destinatario se trasmesso all'indirizzo elettronico da questi dichiarato*", quanto le disposizioni del *Model law on electronic commerce* dell'UNCITRAL, il quale fa però salva ogni diversa pattuizione tra le parti. Del pari, costituirà valido "indirizzo" ai fini contrattuali l'indirizzo del sito *web* (WWW) su *Internet*, risultando irrilevante ai fini della presunzione di conoscenza di cui all'art. 1335 il mezzo di trasmissione

⁷⁴È a tale sfera di conoscibilità che sembra fare riferimento anche la giurisprudenza di legittimità: cfr. Cass., 17 marzo 1995, n. 3099, Cass., 11 aprile 1990, n. 3061, Cass., 28 gennaio 1985, n. 450.

⁷⁵Costituenti "*corrispondenza elettronica*", coperte dalle stesse garanzie a tutela della segretezza operanti per la corrispondenza ordinaria in base all'art. 13 del D.P.R. n. 513 del 1997 e agli artt. 617-*quater*, 617-*quinquies*, 617-*sexies* del codice penale.

⁷⁶Ossia la sua casella di posta elettronica presso il *provider* con cui è convenzionato. Concordano sul punto TORRANI, PARISE, *Internet e diritto*, Milano, 1998, p. 89, NESPOR, *op. cit.*, p. 223, VALENTE, ROCCATAGLIATA, *op. cit.*, p. 30, TOSI, *op. cit.*, p. 23. La posta elettronica costituirà mezzo "attendibile e concludente" (come richiesto dalla giurisprudenza: Cass., 23 giugno 1972 n. 2082, in *Giust. Civ. Mass.*) onde provare l'arrivo della dichiarazione negoziale.

adottato⁷⁷. Non basterà, peraltro, la prova di non avere avuto *de facto* conoscenza della dichiarazione negoziale, occorrendo al contrario dimostrare di essersi trovati nell'impossibilità di conoscerla⁷⁸. Ne consegue l'onere di chi formuli proposte contrattuali via *e-mail* o su pagina *web*, di accertarsi periodicamente delle eventuali contro dichiarazioni pervenute⁷⁹, o dei comportamenti concludenti/atti solutori posti in essere dalle controparti e conoscibili mediante la consultazione dei propri terminali informatici.

2.5 ... e il luogo di conclusione del contratto

Dall'individuazione del luogo di conclusione del contratto dipendono: (i) la determinazione del *giudice territorialmente competente* in virtù del criterio del "*luogo in cui è sorta [o deve eseguirsi] l'obbligazione* in caso di controversia devoluta all'autorità giudiziaria ordinaria (art. 20 cod. proc. civ.)⁸⁰; (ii) l'eventuale sussistenza della *giurisdizione italiana* in virtù dell'art 3 comma 2 della legge n. 218 del 31 maggio 1995 di riforma del diritto internazionale privato italiano, che fa rinvio al criterio residuale della competenza territoriale *ex art. 20 cod. proc. civ.*⁸¹; (iii) la determinazione della pratica interpretativa locale, secondo il

⁷⁷Cass. 17 marzo 1995 n. 3099, in *Giust. Civ. Mass.*; Cass. 11 aprile 1990 n. 3061, *ivi*, 1990.

⁷⁸BIANCA, *Diritto civile, Il contratto*, III, 1987, p. 224, cui si richiama anche TOSI, *op. cit.*, p. 32.

⁷⁹ALBERTINI, *op. cit.*, p. 41.

⁸⁰Foro facoltativo che si aggiunge a quello generale del domicilio o residenza del convenuto.

⁸¹LUZZATTO, *Commento alla riforma di diritto internazionale privato*, in *Riv. dir. int. priv. e proc.*, 1995, pp. 935-936.

richiamo dell'art. 1368 cod. civ.⁸².

Vi sono, sul tema, soluzioni diverse, ciascuna delle quali coglie aspetti diversi ma parimenti validi.

Secondo un primo orientamento dottrinale, il contratto si conclude nel luogo in cui si trova il proponente al momento in cui riceve notizia dell'accettazione, anche se detto luogo è diverso dal suo indirizzo (ovvero dalla sua sede)⁸³ come può avvenire, ad esempio, se il proponente scarica il messaggio di accettazione tramite un accesso remoto o su *computer* portatile. Lo svantaggio di quest'opzione è che occorrerà accertarsi, di volta in volta, dove è stato fisicamente scaricato il messaggio, con difficoltà applicative se il soggetto riceve l'accettazione quando è in viaggio o in movimento⁸⁴.

Una seconda lettura interpretativa⁸⁵ propone adattamenti che tengano conto della peculiarità del *medium* negoziale impiegato e delle modalità di conclusione. Richiamando il criterio del *collegamento più stretto* codificato dalla Convenzione di Roma del 1980 sulla *legge applicabile* ai contratti, è stata suggerita una diversa soluzione, a seconda che si tratti di contratti conclusi mediante *e-mail*, ovvero in connessione telematica diretta da computer a computer. Nel primo caso, il luogo di conclusione sarà il luogo fisico ove è

⁸²TOSI, *op. cit.*, p. 25.

⁸³ALBERTINI, *op. cit.*, p. 45.

⁸⁴Nei contratti conclusi via *fax*, per inciso, Cass. SS.UU. 25 gennaio 1995 ha ritenuto che il luogo di conclusione del contratto coincide con quello in cui si trova il *fax* che riceve l'accettazione.

⁸⁵Dovuta a TOSI, *op. cit.*, p. 27; in linea, ma con meno chiarezza, anche NESPOR, *op. cit.*, p. 223.

collocato il *server* del *provider* con cui il proponente ha stipulato il contratto di accesso (e non il luogo in cui il messaggio viene materialmente scaricato dal proponente-ricevente)⁸⁶. Eguale soluzione varrà per i contratti conclusi mediante adesione all'offerta contenuta sul sito *web* di *Internet*: il contratto sarà concluso nel luogo ove si trova il *server* del *provider* che ha assegnato lo spazio di memoria utilizzato dal sito del proponente⁸⁷; la soluzione ha il vantaggio di indicare un luogo univocamente individuabile e fisso.

Ove il contratto sia concluso in connessione telematica diretta da *computer* a *computer*⁸⁸, senza la mediazione di un *provider*, il luogo concreto in cui il proponente ha conoscenza dell'accettazione del contratto sarà quello di conclusione; questo criterio lascerà spazio all'applicazione del diritto internazionale privato e delle convenzioni uniformi (la citata Convenzione di Vienna sui contratti di vendita internazionale di beni mobili del 1980 e la Convenzione di Roma sul diritto applicabile alle obbligazioni contrattuali del 1980⁸⁹) in tutti quei casi in cui il contratto sia stipulato in connessione diretta mobile, ad esempio in aereo.

Quando l'accettazione è manifestata mediante l'*inizio dell'esecuzione* (ex art. 1327 cod. civ.) attuato con l'atto solutorio dell'invio dei dati della carta

⁸⁶Il *provider* è situato di regola vicino alla sede d'affari del proponente, per ragioni di economia sui costi di accesso alla rete.

⁸⁷TORRANI, PARISE, *op. cit.*, p. 91.

⁸⁸Come se i contrattanti fossero presenti, quindi.

⁸⁹Ratificata con legge del 18 dicembre 1984, n. 975 ed entrata in vigore il 1° aprile 1999.

di credito, dovrà farsi riferimento al luogo in cui tale esecuzione è stata posta in essere, al luogo, cioè, in cui è installato il sistema informatico del destinatario della proposta contrattuale⁹⁰.

Il *Model Law of Electronic Commerce* dell'UNCITRAL, che ha mero valore di fonte programmatica, considera perfezionato il contratto nel luogo in cui il destinatario dell'accettazione ha la sua *sede principale*, a prescindere dal luogo di installazione del sistema informatico ricevente⁹¹; il criterio ha il vantaggio dell'univocità. In dottrina (in analogia con il criterio già in uso per le analoghe fattispecie dei contratti conclusi mediante il telefono cellulare), per risolvere i casi dubbi è stato proposto un criterio simile a quello del *Model Law*, rinviando al *domicilio del proponente* al tempo in cui riceve l'accettazione, prescindendo dal luogo in cui questo concretamente si trovi quando apprende del consenso⁹². Come si chiarisce nel seguito, siffatti criteri sollevano problemi quando l'accettante abbia lo *status* di consumatore a tutela del quale sono stabilite regole di favore circa la legge applicabile e il foro competente.

Con la recente proposta di direttiva su alcuni aspetti giuridici relativi al commercio elettronico⁹³, anche il legislatore comunitario si appresta ad

⁹⁰PASQUINO, *Commento all'art. 9*, in *Commentario al D.Lgsd. 15 gennaio 1992, n. 50*, in *Le nuove leggi civili commentate*, 1993, p. 229.

⁹¹Similmente, DELFINI, *op. cit.*, p. 293 ss.

⁹²VALENTE, ROCCATAGLIATA, *op. cit.*, p. 31.

⁹³Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio relativa a taluni aspetti giuridici del commercio elettronico nel mercato interno COM (98) 586, in G.U.C.E. n. C 30 del 5 febbraio 1999, p. 4, successivamente modificata dalla COM(1999) 427 def. - 98/0325(COD) recante lo stesso titolo.

intervenire in tema di formazione e conclusione dei contratti digitali. Il progetto sancisce che nella fase precontrattuale debbono essere *specificate* le varie fasi di formazione e conclusione del contratto (art. 10). La *conclusione* del contratto, se realizzabile mediante il semplice *point and click* sul tasto virtuale, sarà perfezionata quando l'acquirente/utente del servizio conferma il ricevimento della ricevuta di ritorno inviatagli dal venditore/prestatore di servizi per ricezione dell'accettazione del primo. La celerità della posta elettronica ovvia solo in parte alla eccessiva complessità del meccanismo proposto. Opportunamente, quindi, il progetto prevede la *derogabilità* del metodo stesso nelle transazioni tra "professionisti" (art. 11); del resto, non è improbabile che la proposta risulti emendata in esito all'esame del Parlamento Europeo e del Consiglio.

Hanno collaborato a questo numero:

Dott. Alessio Gerhart Ruvolo

Dott. Massimiliano Di Martino