

# LA DISCIPLINA DELL'UNIONE EUROPEA DEI SERVIZI DIGITALI

<i>Introduzione</i> .....	1
---------------------------	---

## CAPITOLO I

### MERCATO UNICO DIGITALE E SERVIZI DIGITALI

<b>1. Definizione di mercato unico digitale</b> .....	5
1.1. Cenni Storici .....	6
<b>2. Sfide ed opportunità del decennio digitale europeo</b> .....	13
2.1. I 4 Pilastri del Digital Compass .....	15
2.1.1. Primo Pilastro - Una popolazione dotata di competenze digitali e professionisti altamente qualificati nel settore digitale. ....	15
2.1.2 Secondo Pilastro - Infrastrutture digitali sostenibili, sicure, performanti e resilienti. ....	16
2.1.3. Terzo pilastro - La Trasformazione digitale dell'impresa. ....	19
2.1.4. Quarto Pilastro - La Digitalizzazione dei servizi pubblici. ....	22
<b>3. Obiettivi e risultati raggiunti: La Relazione sullo stato del decennio digitale.</b> .....	25
3.1. Primo obiettivo - Una popolazione dotata di competenze digitali e professionisti altamente qualificati nel settore digitale. ....	26
3.2. Secondo obiettivo - Infrastrutture digitali sostenibili, sicure, performanti e resilienti .....	26
3.3. Terzo obiettivo - Digitalizzazione delle Imprese. ....	29
3.4. Quarto obiettivo - La Digitalizzazione dei servizi pubblici. ....	32
<b>4. Trasformazione digitale e riflessi economici sul mercato del lavoro.....</b>	34
<b>5. Intelligenza artificiale, algoritmi e diritti umani: rischi ed opportunità.....</b>	36

## **CAPITOLO II**

### **DIGITAL SERVICES ACT**

<b>1. Genesi, oggetto ed ambito applicativo .....</b>	<b>41</b>
<b>2. Regole e tutela dei diritti degli utenti .....</b>	<b>45</b>
2.1. Responsabilità dei prestatori di servizi: ruoli attivo e passivo .....	46
2.2. Art. 7 DSA - la clausola del Buon Samaritano .....	48
<b>3 DSA, disinformazione e fake news .....</b>	<b>50</b>
3.1. Linguaggio metaforico e disinformazione .....	51
3.2. Correttezza e Trasparenza.....	54
<b>4. Implementazione ed impatto del DSA .....</b>	<b>59</b>
4.1. Obblighi per tutti i prestatori di servizi intermediari.....	62
4.2. Obblighi per Prestatori di Servizi Hosting.....	64
4.3. Obblighi per le Piattaforme on Line .....	64
4.4. Obblighi supplementari per Piattaforme online di grandi dimensioni ed i Motori di Ricerca online di grandi dimensioni .....	67

## **CAPITOLO III**

### **DIGITAL MARKETS ACT**

<b>1. Genesi, oggetto e ambito applicativo .....</b>	<b>72</b>
<b>2. Definizione di “Gatekeepers” .....</b>	<b>77</b>
<b>3. Obblighi dei gatekeepers.....</b>	<b>82</b>
3.1. Obblighi self-executing .....	83
3.2. Ulteriori obblighi.....	84
3.2.1. Focus: i comportamenti auto-preferenziali e le discriminazioni all’interno della piattaforma .....	93
3.2.2. Focus: gli obblighi di equità.....	96
<b>4. Sanzioni .....</b>	<b>97</b>
<b>5. Considerazioni conclusive sul rapporto tra DMA, diritto antitrust e GDPR .....</b>	<b>101</b>

## **CAPITOLO IV**

### **Applicazione del DSA e DMA**

<b>1. Applicazione del DSA :Il caso AliExpress</b> .....	106
1.1. Inosservanza art. 16 parr. 1, 4 e 5 DSA: – segnalazione contenuti illegali	112
1.2. Inosservanza art. 20 parr. 1 e 6 DSA: – gestione reclami dei contenuti illegali .....	112
1.3. Inosservanza art. 26 parr. 1 ed art. 39 par. 1 DSA: – trasparenza pratiche pubblicitarie .....	112
1.4. Inosservanza art. 27 parr. 1 e 2 ed art. 38 DSA: – trasparenza e controllo raccomandazioni d’acquisto .....	113
1.5. Inosservanza art. 30 parr. 1, 2 e 7 DSA: – garanzia di affidabilità e completezza e tracciabilità dei venditori .....	114
1.6. Inosservanza art. 34 parr. 1 e 2 ed art. 35 par. 1 DSA: – valutazione e mitigazione rischi sistemici. ....	115
1.7. Inosservanza art. 40 par. 12 DSA: – accesso ai dati.....	116
1.8. Valutazioni critiche .....	117
<b>2. Applicazione del DSA: il caso Facebook/Meta</b> .....	118
2.1. Apertura dei procedimenti formali .....	124
2.2. Procedimento del 30 aprile 2024.....	124
2.3. Procedimento del 16 maggio 2024.....	126
2.4. Valutazioni critiche .....	128
<b>3. Applicazione del DMA: il caso Amazon Marketplace</b> .....	128
3.1. Designazione di Amazon come “gatekeeper” ai sensi del DMA: obiezioni e valutazioni.....	130

3.2. Designazione di Amazon Marketplace come “Core platform service”: obiezioni e valutazioni.....	131
3.3 Decisione della Commissione .....	135
<b>4. Applicazione del DMA: il caso LinkedIn/Microsoft Corporation .....</b>	<b>136</b>
4.1. Designazione di LinkedIn come “Core platform service”: obiezioni e valutazioni.....	137
4.2. Designazione di Microsoft come “gatekeeper” ai sensi del DMA: obiezioni e valutazioni.....	139
4.3. Decisione della Commissione .....	142
 <b>Conclusioni .....</b>	 <b>143</b>
 <b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	 <b>145</b>
 <b>APPENDICE .....</b>	 <b>149</b>