

PERSONA E MERCATO



Rivista periodica on-line

www.personaemercato.it

Anno 2025 – Numero 3

ISSN 2239-8570

Persona e Mercato è una rivista fondata da Giuseppe Vettori.

Direzione: Giuseppe Vettori

Comitato di direzione: Fabio Addis; Giuseppina Capaldo; Ernesto Capobianco; Paolo Cappellini; Gabriele Carapezza Figlia; Raffaele Caterina; Giovanni De Cristofaro; Giovanni Di Rosa; Pasquale Femia; Michele Graziadei; Stefan Grundmann; Francesco Macario; Marisaria Maugeri; Enrico Minervini; Nicola Lucifero; Roberta Montinaro; Emanuela Navarretta; Salvatore Orlando; Giovanni Passagnoli; Antonio Punzi; Maddalena Rabitti; Nicola Rizzo; Bernardo Sordi; Irene Stolzi; Antonio Rizzi; Maria Carmela Venuti; Andrea Zoppini.

Comitato scientifico dei Garanti: Pasquale Stanzone (Presidente); Vittoria Barsotti; Giovanni Cazzetta; Pietro Costa; Ginevra Cerrina Feroni; Massimo Confortini; Massimo Franzoni; Carlo Granelli; Giuseppe Grisi; Giuseppe Morbidelli; Eva Rook Basile; Andrea Simoncini; Vincenzo Varano, Alessio Zaccaria; Hans W. Micklitz; Pietro Sirena; Fabio Padovini; Massimo Zaccheo.

Comitato dei revisori: Giorgio Afferni; Antonio Albanese; Arianna Alpini; Franco Angeloni; José Luis Argudo Periz; Maria Annunziata Astone; Federico Azzarri; Luca Ballerini; Angelo Barba; Vincenzo Barba; Luca Barchiesi; Andrea Barenghi; Ettore Battelli; Francesca Bertelli; Emanuele Bilotti; Lucia Bozzi; Andrea Bucelli; Iaria Amelia Caggiano; Valentina Calderai; Mario Pio Calogero; Marco Francesco Campagna; Simona Caporusso; Valeria Caredda; Roberto Carleo; Sonia Carmignani; Achille Antonio Carrabba; Roberto Caso; Guillermo Cerdeira Bravo de Mansilla; Bianca Checchini; Maddalena Cinque; Maria Antonia Ciocia; Claudio Colombo; Nicola Corbo; Alessandra Cordiano; Camilla Crea; Fabrizio Criscuolo; Vincenzo Cuffaro; Alessandro D'Adda; Valeria De Lorenzi; Francesco Delfini; Matteo Della Casa; Stefano Deplano; Francesca Di Lella; Mirko Faccioli; Rocco Favale; Alessia Fachechi; Marco Farina; Lourdes Fernandez Del Moral Dominguez; Edoardo Ferrante; Federico Ferro-Luzzi; Nicoletta Ferrucci; Arianna Finessi; Giancarlo Filanti; Massimo Foglia; Luigi Follieri; Giampaolo Frezza; Arianna Fusaro; Francesco Gambino; Bianca Gardelli Tedeschi; Rosaria Giampetraglia; Stefania Giova; Cecilia Gomez Salvago Sanchez; Guido Alfio Grasso; Mauro Grondona; Freddy Andrés Hung Gil; Paola Iamiceli; Claudia Irti; Antonello Iuliani; Angela La Spina; Eva Leccese; Raffaele Lenzi; Joelle Long; Francesco Longobucco; Emanuele Lucchini Guastalla; Daniele Maffei; Anna Malomo; Francesca Manolita; Manuela Mantovani; Pierluigi Mazzamuto; Marisa Meli; Raffaella Messinetti; Francesco Mezzanotte; Andrea Mora; Arnaldo Morace Pinelli; Paolo Morozzo della Rocca; Raimondo Motroni; Gaetano Edoardo Napoli; Luca Nivarra; Ivan Libero Nocera; Luigi Nonne; Riccardo Omodei Salé; Andrea Orestano; Mauro Orlandi; Mauro Paladini; Massimo Palazzo; Antonio Palmieri; Rosanna Pane; Paolo Papanti Pellettier; Tereza Partot; Teresa Pasquino; Francesco Paolo Patti; Enza Pellecchia; Tommaso Pellegrini; Mauro Pennasilico; Leonardo Pérez Gallardo; Valerio Pescatore; Mariassunta Piccinni; Carlo Pilia; Fabrizio Piraino; Federico Pistelli; Benedetto Ponti; Sabrina Praduroux; Massimo Proto; Roberto Pucella; Vincenzo Putorti; Andrea Renda; Francesco Rende; Giorgio Resta; Francesco Ricci; Vincenzo Ricciuto; Umberto Roma; Lucia Ruggeri; Antonio Saccoccio; Roberto Saija; Ugo Salanitro; Gabriele Salvi; Giovanna Savorani; Martin Schmidt-Kessel; Anna Scotti; Tommaso Oberdan Scozzafava; Roberto Senigaglia; Anna Maria Siniscalchi; Guido Smorto; Umberto Stefini; Giovanni Stella; Chiara Tenella Sillani; Giulia Terlizzi; Mauro Tescaro; Shaira Thobani; Sara Tommasi; Stefano Troiano; Emanuele Tuccari; Alberto Venturelli; Vincenzo Verdicchio; Pietro Virgadamo; Sandra Winkler.

Responsabili della Redazione: Daniele Imbruglia e Mario Mauro

Comitato editoriale e redazionale: Antonio Gorgoni (coordinatore); Michele Ciancimino; Vincenza Conte; Pietro Coppini; Federico Della Negra; Edoardo Messina; Chiara Sartoris; Giulia Torre.

E-mail: info@personaemercato.it **Web:** www.personaemercato.it

Persona e Mercato è testata registrata in data 9/10/2000 al n. 4995 dell'elenco della stampa periodica curato dal Tribunale di Firenze.

ISSN 2239-8570

Tutti i diritti di riproduzione sono riservati, comprese le rappresentazioni grafiche ed iconografiche. Ogni riproduzione, anche parziale e qualunque sia il formato e il supporto, è vietata, tranne per uso privato senza alcuno scopo commerciale. Sono consentite, inoltre, le citazioni a titolo di cronaca, studio, critica o recensione. In ogni caso, l'integrità dei documenti riprodotti dovrà essere rispettata e la riproduzione, anche parziale, dovrà essere accompagnata dall'indicazione della fonte.

Tutti i contributi sono stati oggetto di valutazione positiva e anonima da parte di un membro del Comitato dei revisori, ad eccezione dell'Osservatorio a cura dell'OGID, esonerato ai sensi dell'art. 9, V co., del Regolamento per la classificazione delle riviste nelle aree non bibliometriche, approvato con Delibera del Consiglio Direttivo n. 42 del 20.02.2019.

Saggi

Note sull'interpretazione del diritto delle tecnologie della c.d. quarta rivoluzione, di Daniele Imbruglia	p. 671
Procreazione eterologa all'estero e stato di figlio nei confronti della madre «intenzionale»: diritto del nato ad avere due genitori, di Antonio Gorgoni	p. 687
Separazione e divorzio de-giurisdizionalizzati: le lacune strutturali del sistema di garanzie e le prospettive dell'intelligenza artificiale, di Elisa Stracqualursi	p. 709
Il neuromarketing e le persone con disabilità: un'analisi giuridica del fenomeno, di Anna Anita Mollo	p. 741
Rapporto di volontariato e solidarietà debitoria, di Salvatore Bosa	p. 769
Riflessioni comparatistiche sulla normativa europea e statunitense in tema di diritto alla riparazione dei prodotti, di Rosalba Potenzano	p. 793
I rapporti di utenza nei servizi sociali alla prova della co-progettazione. Soggetti beneficiari, partecipazione e consumerizzazione, di Antonio Paolo Seminara	p. 831
L'avvento del transumanesimo e la ridefinizione dei confini del reale: un'analisi giuridica, di Elisa Colletti	p. 859
I crediti di carbonio agroforestali: natura giuridica, titolarità e circolazione del bene tra inquadramento teorico e criticità applicative, di Maurizio Flick	p. 889

Attualità

La governance del mercato digitale europeo, di Raffaella Rametta	p. 921
Gli intrecci sistematici del danno da ritardata restituzione dell'immobile locato. Nota a Cass. Sez. Un., 25 febbraio 2025, n. 4892, di Federico Basso	p. 933
Mutuo solutorio e traditio dopo la decisione delle Sezioni Unite n. 5841/2025, di Simona Scuderi	p. 979
Il diritto alla risoluzione tra abuso e legittimo esercizio, di Enzo Maria Incutti	p. 997

Osservatorio

Diritto e nuove tecnologie. Rubrica di aggiornamento dell'OGID*	p. 1013
---	---------

<https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=apple%2Bcommissione%2Bregolamento%2B2022%252F1925&docid=304952&pageIndex=0&doclang=IT&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=1435132#ctx1>

<https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=meta%2Bcommissione%2Bregolamento%2B2022%252F1925&docid=304951&pageIndex=0&doclang=IT&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=1437018#ctx1>

| 1036

2025/3(8)FZ

La sanzione di €2.95 miliardi irrogata dalla Commissione europea a Google il 5 settembre 2025 per condotte anticoncorrenziali tese a favorire i propri servizi di tecnologia per pubblicità online (Google ADTECH)

Con decisione del 5 settembre 2025, la Commissione europea (la **Commissione**) ha accertato e sanzionato un abuso di posizione dominante posto in essere da Google nel settore del *display advertising* – comunemente noto come settore *adtech* – in violazione dell'art. 102 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE) e dell'art. 54 dell'Accordo sullo Spazio economico europeo (**Accordo SEE**).

A termine del procedimento, avviato nel giugno 2021, la Commissione ha inflitto al colosso americano una ammenda di €2,95 miliardi.

L'attività di Google nel settore pubblicitario di riferimento si articola su due direttrici principali: da un lato, la vendita diretta di spazi pubblicitari sui propri siti e applicazioni; dall'altro, l'intermediazione tra inserzionisti e editori terzi, attraverso una serie di strumenti digitali. In particolare, l'ecosistema *adtech stack* – l'insieme coordinato di strumenti che consente la compravendita in tempo reale di spazi pubblicitari digitali – si compone di tre categorie di servizi: (i) *Ad server* per editori, destinati alla gestione degli spazi pubblicitari; (ii) *Buying tools - Demand-Side Platforms (DSP)*, strumenti di acquisto programmatico sull'*open web*; (iii) *Ad exchange*, ossia piattaforme d'asta in cui si incontrano in tempo reale domanda e offerta.

L'azienda informatica statunitense Google non solo opera in maniera integrata lungo l'intera filiera tramite, rispettivamente, il server "*DoubleClick for Publishers*" (**DFP**), gli strumenti di acquisto "Google Ads" e "DV360", nonché l'*Ad exchange* "AdX", ma, alla luce dell'indagine approfondita condotta dalla Commissione, gode anche di una posizione dominante sia nel mercato degli *Ad server* per editori, sia nel mercato per gli strumenti di acquisto programmatico sull'*open web*.

La Commissione ha osservato in merito che, a partire almeno dal 2014, Google ha attuato pratiche discriminatorie suscettibili di falsare significativamente la concorrenza nel comparto *adtech*, determinando abuso di posizione dominante attraverso la realizzazione di pratiche di *self-preferencing* dirette a favorire AdX lungo l'intera filiera. Da un lato, infatti, il server DFP informava sistematicamente AdX del valore delle migliori offerte concorrenti, consentendogli di prevalere nelle aste; dall'altro, gli strumenti di acquisto di Google privilegiavano in via selettiva AdX, evitando di collocare offerte su piattaforme rivali. Tali condotte hanno inevitabilmente rafforzato il

ruolo centrale di AdX nella catena del valore, incrementando la capacità di Google di imporre commissioni elevate e producendo effetti di esclusione nei confronti degli operatori concorrenti.

La decisione della Commissione ha imposto a Google l'obbligo di porre immediatamente fine alle condotte contestate e di presentare, entro il termine di sessanta giorni, misure idonee ad eliminare i conflitti di interesse insiti nella gestione integrata della propria filiera pubblicitaria.

È bene notare come la rilevanza della decisione vada oltre i confini europei, collocandosi in un contesto internazionale più ampio, già richiamato in questa Rubrica (v. in questa Rubrica [notizia n. 12 del numero 3/2024](#) [2024/3(12)GD] e [notizia n. 52 del numero 4/2024](#) [2024/4(52)GD]), relativo ai procedimenti antitrust avviati negli Stati Uniti nei confronti di Google.

In una simile prospettiva, l'intervento della Commissione contribuisce a delineare un quadro transnazionale di contrasto al potere di mercato di Google nell'*adtech*, riaffermando il ruolo delle autorità antitrust nel garantire condizioni di concorrenza effettiva e parità di accesso al mercato per inserzionisti e editori.

Momentaneamente, dunque, non resta che attendere, sia all'interno del perimetro nazionale che oltre oceano, la proposta di Google.

Nel frattempo, sia la Commissione che il *Department of Justice* statunitense (**DOJ**) hanno già sostenuto, nei rispettivi pareri preliminari, che solo la dismissione di una porzione dei servizi di Google consentirebbe di risolvere il conflitto di interessi intrinseco.

FRANCESCA ZAMPONE

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/ip_25_1992

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_3143

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_3207

2025/3(9)ST

Gli accertamenti preliminari della Commissione europea del 28 luglio 2025 nei confronti di Temu per violazione del DSA relativamente alla valutazione del rischio sistemico di prodotti illegali offerti al pubblico nella sua piattaforma e l'indagine sui *dark patterns*

La Commissione europea (la **Commissione**) ha accusato il colosso dell'*e-commerce* Temu di aver violato l'articolo 34 del regolamento (UE) 2022/2065 (**Digital Services Act** o **DSA**), che impone ai fornitori di piattaforme *online* di dimensioni molto grandi di individuare, analizzare e valutare con diligenza gli eventuali rischi sistemici nell'Unione derivanti dalla progettazione o dal funzionamento del loro servizio e dei suoi relativi sistemi.



