

Andrea Ferrari

Pubblicità e pratiche commerciali sleali nella comunicazione telematica

Il contributo intende evidenziare gli aspetti giuridici relativi alla pubblicità e alle pratiche commerciali sleali nelle comunicazioni online, in particolare nel commercio del vino, sia nel campo delle relazioni commerciali Business to Business che in quelle Business to Consumer.

Dopo aver evidenziato la definizione di pubblicità commerciale, vengono individuate le pratiche commerciali sleali o aggressive nelle comunicazioni online e gli obblighi di informazione degli operatori economici in relazione alla legislazione comunitaria e nazionale. Infine, sono individuate le connesse sanzioni.

Advertising and unfair trading practices in online communication

The contribution intends to highlight the legal aspects related to misleading advertising and unfair trading practices in online communication, in particular in the wine trade, in both B2B and B2C commercial relations.

After identifying the definition of advertising, unfair or aggressive trading practices in online communication as well as information obligations binding economic operators according to EU and national legislation are examined. Finally, sanctions related to violations are addressed.