

SOMMARIO

1.	L'EVOLUZIONE DEL RETAIL	5
1.	Retail: panoramica e numeri	5
1.1.	Botteghe, gallerie e grandi magazzini: il retail 1.0	5
1.2.	Ipermercati e shopping center: il retail 2.0	6
1.3.	E-commerce e marketplace: il retail 3.0	7
1.4.	Dal multichannel all'omnichannel: il retail 4.0	9
1.5.	Lo scenario post-pandemico: il retail 5.0	12
2.	I canali di vendita dell'omnichannel	17
2.1.	Le strategie di vendita: singlechannel, multichannel, crosschannel e omnichannel	18
2.2.	Pro e contro dell'omnichannel per le imprese	19
2.	L'OMNICHANNEL: INQUADRAMENTO GIURIDICO	21
1.	Profili giuridici dei contratti nel mondo retail B2C	21
1.1.	Il profilo soggettivo: le parti del contratto	21
1.2.	La tipologia contrattuale prevalente nel retail B2C	22
1.3.	Le modalità di sottoscrizione dei contratti telematici B2C	27
1.4.	Il disallineamento tra prodotti acquistati e prodotti disponibili	29
2.	I contratti omnichannel: le nuove modalità (ibride) di interazione B2C	32
2.1.	Click&collect, ship from store, click&reserve, reserve in store e buy online in store	32
2.2.	I nuovi metodi di esposizione dei prodotti e di pagamento	35
2.3.	Nuove modalità di conclusione dei contratti o semplici opzioni di consegna, ritiro e pagamento dei prodotti?	37
3.	Luogo di conclusione dei contratti omnichannel, legge applicabile e foro competente	39
3.1.	Contratti negoziati nei locali commerciali e al di fuori di essi	40
3.2.	Legge applicabile e foro competente	43
3.	LA TUTELA DEL CONSUMATORE NELL'OMNICHANNEL	52
1.	La normativa consumeristica	52
1.1.	I principi fondamentali: il Codice del Consumo	53
1.2.	Il New Deal for Consumers Europeo	54
1.3.	La Direttiva Omnibus e il Decreto 26/2023	57
2.	Le condizioni generali di vendita omnichannel	61
2.1.	La disciplina consumeristica applicabile ai T&C omnichannel	61
2.2.	Tra vecchi obblighi informativi e nuove modalità di interazione B2C	64

2.3. La nuova disciplina della garanzia legale di conformità	66
3. T&C <i>cross-country</i> : uno sguardo comparatistico	68
4. L'IMPORTANZA DEI DATI NEL MONDO DEL <i>RETAIL</i>	74
1. I dati al servizio della comunicazione commerciale nel settore del <i>retail</i>	74
2. L'evoluzione delle modalità di acquisizione dei dati	76
3. La disciplina in materia di protezione dei dati personali e la sua applicabilità	76
3.1. L'architettura della normativa e i principi fondamentali	78
4. Il trattamento dei dati personali nell' <i>omnichannel</i>	82
4.1. Normativa in materia di protezione dei dati personali e normativa consumeristica	90