Archivio giuridico *online* (issn 2282 2828), vol. IV, n. 1 2025, pp. 322-372

Laura Maria Franciosi

EVOLUZIONE E DISCIPLINA DELLE PIATTAFORME DIGITALI IN PROSPETTIVA COMPARATA*

Sommario: 1. Introduzione. – 2. Il contesto statunitense: dal «tort of defamation» alla Section 230 del *Communications Decency Act* del 1996. – 3. *Segue*: gli orientamenti della giurisprudenza e il contributo del formante legislativo. – 4. Il contesto cinese e le piattaforme digitali. – 5. *Segue*: l'offerta di nuovi servizi, anche finanziari, da parte delle piattaforme digitali e la reazione delle Autorità cinesi. – 6. Conclusioni.

1. *Introduzione*

Le grandi piattaforme digitali – motori di ricerca, social media, siti di *e-commerce* – ormai esercitano una sempre maggiore influenza sulla vita di larga parte della popolazione mondiale[1] e, rispetto alla loro origine, sono state interessate da un'evoluzione tecnologica e dall'espansione delle loro funzioni senza precedenti. Questo processo – che ha portato, come si vedrà, alla creazione di realtà economiche e sociali sempre più complesse e tra loro interconnesse, ben rappresentate dalla locuzione '*platform economy*' – presenta delle peculiarità specifiche e pone problemi giuridici di non poco conto.

In primo luogo, si tratta di un fenomeno assolutamente transnazionale, che interessa i rapporti sociali, economici e culturali di portata globale: pur essendo le società titolari di tali piattaforme localizzate in un dato Paese (sostanzialmente Stati Uniti e Cina), l'accesso alle piattaforme digitali e il loro

* Contributo sottoposto a valutazione.

[1] Il considerando n. 1 del Regolamento europeo 2022/1925 relativo a mercati equi e contendibili nel settore digitale, recita: «I servizi digitali in generale, e le piattaforme online in particolare, svolgono un ruolo sempre più importante a livello economico, in particolare nel mercato interno, consentendo alle imprese di raggiungere gli utenti in tutta l'Unione, agevolando gli scambi commerciali transfrontalieri e aprendo opportunità commerciali completamente nuove per un elevato numero di imprese nell'Unione a vantaggio dei consumatori nell'Unione».

doi 10.53148/AGO20250107

utilizzo è comune a utenti ubicati in luoghi, contesti e ordinamenti tra loro distinti: il che già pone il tema dell'incontro tra diritti tra loro differenti (quello della piattaforma, inteso come il diritto applicabile alla società che ne è titolare, e quello del Paese in cui sono ubicati gli utenti[2]). A rendere più complesso il fenomeno concorre poi la circostanza che, fin dall'inizio, le piattaforme digitali si sono dotate di forme di *self-regulation* (ad esempio, criteri di ammissione, sospensione o espulsione degli utenti, moderazione dei contenuti, gestione delle dispute) che si sono sovrapposte alle regole giuridiche tradizionali o, in certi casi, le hanno sostituite[3]. Inoltre si tratta di un fenomeno dinamico e in rapida evoluzione, che mette in difficoltà i processi, lenti, di formazione delle regole tradizionali e mostra la loro inadeguatezza a confrontarsi efficacemente con le innovazioni tecnologiche, sempre più complesse (ad esempio, nuove forme di comunicazione, nuovi metodi di pagamento, sviluppo dell'intelligenza artificiale[4]).

Sotto il profilo della disciplina è possibile individuare un tratto comune alle esperienze giuridiche che si sono maggiormente confrontate con le piattaforme digitali, ossia gli Stati Uniti, la Cina e l'Unione Europea[5]. Tutti questi contesti, infatti, hanno inizialmente, e sino a poco tempo fa, preferito adottare un approccio normativo e regolamentare 'minimalista',

---

[2] Sulla dialettica tra orizzonte intellettuale del giurista e i confini territoriali: A. Guarneri, *Lineamenti di diritto comparato*, Padova, 2022[10], pp. 1-9 e 519-521. Molto interessanti al riguardo, *mutatis mutandis*, anche i rilievi di P. Grossi, *Un diritto senza Stato*, in *Quad. fior. storia pens. giur. mod.*, 1996, p. 268 ss., con una critica ai concetti di 'Stato' e 'sovranità' e la valorizzazione del ruolo dell'autonomia.

[3] Questo è un fattore costantemente messo in luce in dottrina: *ex multis*, L. Ammannati, *Regolatori e supervisori nell'era digitale: ripensare la regolazione*, in *Giur. cost.*, 2023, 3, p. 1453; A. Manganelli, *Piattaforme digitali e social network, fra pluralità degli ordinamenti, pluralismo informativo e potere di mercato*, *ivi*, p. 883.

[4] Si esprime in termini di «tendenziale obsolescenza delle stesse norme, tenuto conto della rapidità con cui evolve il digitale nella sua produzione industriale»: T.E. Frosini, *L'ordine giuridico del digitale*, in *Giur. cost.*, 2023, 1, p. 377.

[5] Per un'analisi generale dei tre contesti: G. Finocchiaro, L. Balestra, M. Timoteo, *Major Legal Trends in the Digital Economy. The Approach of the EU, the US and China*, Bologna, 2022.

motivato per gran parte dall'idea di favorire lo sviluppo di *internet*, nuova opportunità per l'affermazione ed esercizio di diritti, ad esempio quello di espressione, per lo sviluppo dei rapporti commerciali e per gli scambi culturali[6]. La cd. 'direttiva *e-commerce*' (Direttiva 2000/31/CE), che in linea di principio esclude la responsabilità dei fornitori di servizi internet per i contenuti diffusi in rete dagli utenti, è un esempio che ben riflette la concezione del *web* come spazio libero, refrattario alle regole tradizionali, che richiede una regolazione minima, volta essenzialmente a tutelare e promuovere la libertà d'impresa e la libera circolazione di idee e informazioni[7].

Di tale approccio hanno indubbiamente beneficiato le cd. 'BigTech', come confermato dall'enorme incremento dei valori di queste imprese sui mercati azionari. Tra queste spiccano alcuni giganti americani della tecnologia, ad esempio Google, Apple, Facebook, Instagram, Amazon e Microsoft, cui si sono progressivamente aggiunte varie imprese cinesi, in particolare Baidu, Alibaba, Tencent, Huawei e Xiaomi[8]. Invero, la politica cinese del cd. '*Great Firewall*'[9] ha fatto sì che molte BigTech straniere (principalmente americane) non fossero accessibili in quel Paese, favorendo così lo sviluppo di *competitor* cinesi, divenuti anch'essi *leader* del mercato digitale[10].

Di recente, tuttavia, si sta assistendo a un deciso cambio di rotta: l'evoluzione che ha interessato le piattaforme digitali e l'espansione della loro sfera di attività sino a ricomprendere, ad esempio, l'offerta di servizi finanziari, combinata allo sviluppo

---

[6] Significativo in questo senso l'art. 19 della Dichiarazione universale dei diritti umani approvata dall'Assemblea generale delle Nazioni Unite il 10 dicembre 1948 che, a proposito del diritto di libertà di manifestazione del pensiero recita: «Ogni individuo ha diritto alla libertà di opinione e di espressione incluso il diritto di non essere molestato per la propria opinione e quello di cercare, ricevere e diffondere informazioni e idee attraverso ogni mezzo e senza riguardo a frontiere».

[7] F. Donati, *Verso una nuova regolazione delle piattaforme digitali*, in *Rivista della Regolazione dei Mercati*, 2021, 2 (*www.rivistadellaregolazionedeimercati.it*: la data di ultimo accesso a tutti i siti riportati è il 20 maggio 2025).

[8] *Ibidem*.

[9] Su cui *infra*, § 4.

[10] Sui mercati digitali in prospettiva comparata: S. Lanni, G. Magri, *Mercato digitale e nuovi paradigmi della tutela del consumatore in Brasile e Germania*, in *Ann. dir. comp.*, 2017, p. 917 ss.

di nuove e complesse tecnologie, che ha portato all'affermarsi di nuovi fenomeni – quali la *FinTech*, i *BigData*[11], la digitalizzazione dei rapporti e degli scambi – ha imposto la necessità di nuove regole[12]: esigenza avvertita non solo a livello nazionale, ma anche da Istituzioni internazionali qualificate (ad esempio, l'OECD, la *Bank for International Settlements* e il *Financial Stability Board*), autrici di significativi *report* in proposito[13].

Negli ultimi due decenni, infatti, l'uso di tecnologie emergenti, combinato con la digitalizzazione e con l'aumento esponenziale del volume e dell'utilizzo dei dati[14], ha rivoluzionato il funzionamento tradizionale dei sistemi finanziari[15]. Diverse BigTech, in particolare Meta, Google, Amazon e Apple negli Stati Uniti, e Alibaba, Tencent e Jingdong in Cina, hanno sfruttato gli effetti di rete e le vaste basi di clienti per permeare ogni aspetto della società, inclusa la finanza. Non si tratta di istituzioni finanziarie tradizionali: le attività principali di tali BigTech comprendono invece un'ampia gamma di ser-

---

[11] Un altro aspetto di interesse, correlato alla fattispecie in esame, è l'ingresso di nuovi termini ed espressioni, tanto nel linguaggio comune quanto in quello giuridico: si tratta per lo più di acronimi inglesi, che sintetizzano e concettualizzano gli aspetti più salienti di questo fenomeno. La letteratura in tema di rapporti tra diritto e lingua è particolarmente ampia: si veda segnatamente, R. Sacco, P. Rossi, *Introduzione al diritto comparato*, Torino, 2024[8], pp. 25-38, ove numerosi riferimenti bibliografici; A. Gambaro, *Legislative Multilingualism and Comparative Law: A European Perspective*, in *Unif. L. Rev.*, 2012, 3, p. 407 ss.; B. Pozzo, *Comparative Law and Language*, in *The Cambridge Companion to Comparative Law*, a cura di M. Bussani, U. Mattei, Cambridge, 2012, p. 86 ss.

[12] Ne sono ad esempio testimonianza il citato Regolamento europeo 2022/1925 relativo a mercati equi e contendibili nel settore digitale; il Regolamento europeo 2022/2065 relativo a un mercato unico dei servizi digitali; il Regolamento europeo 2024/1689, che stabilisce regole armonizzate sull'intelligenza artificiale.

[13] Su cui *infra* nelle note e testo corrispondente.

[14] Cfr. M. Timoteo, *Crossing the River by Feeling the Stones. Building a Data Property Right System with Chinese Characteristics*, in *Osserv, dir. civ. comm.*, 2024, 1, p. 293 ss.

[15] «Technological developments are transforming the financial industry, including the expansion of financial services and products through new distribution channels, the emergence of technology companies in financial markets, and the growing use of digital innovations in risk management»: Bank for International Settlements. Basel Committee on Banking Supervision, *Digitalisation of Finance*, 2024, p. 3 (*https://www.bis.org/bcbs/publ/d575.pdf*).

vizi digitali, come l'*e-commerce*, i video, i *social media*, i motori di ricerca e i sistemi informatici, ad esempio il *cloud*[16]. Grazie all'ampio accesso ai dati relativi a consumi, abitudini, uso dei *social network* e altre attività *online*, queste piattaforme si sono espanse nel settore finanziario e hanno rapidamente ottenuto effetti di rete ed economie di scala, fornendo servizi a un gran numero di individui e aziende, compresi quelli storicamente emarginati dal settore finanziario tradizionale[17]. La digitalizzazione e la datificazione hanno perciò trasformato radicalmente il settore finanziario, fornendo il contesto per l'evoluzione delle piattaforme di finanza digitale[18].

La Cina, in particolare, è stata pioniera nella cd. '*platformization*' della finanza. Con l'acuirsi del fenomeno di dominio del mercato delle BigTech, il governo cinese ha affrontato il problema con una risposta articolata, soprattutto a partire dal 2020. È significativo che, ad esempio, ad aprile 2020 il governo cinese abbia emanato delle linee guida in tema di «improving market-based allocation of production factors», nelle quali i 'dati' vengono indicati come quinto fattore di produzione[19].

Con una presenza significativa nei mercati finanziari, le piattaforme di finanza digitale hanno un grande potenziale per migliorare l'inclusione finanziaria, l'efficienza e lo svilup-

---

[16] Financial Stability Board, *BigTech in Finance: Market Developments and Potential Financial Stability Implications*, 2019, p. 10 (*www.fsb.org/2019/12/bigtech-in-finance-market-developments-and-potential-financial-stability-implications/*).

[17] *Ivi*, *passim*. In proposito, si veda in particolare anche: A. Candian, S. Landini, *Golden Power between the exercise of economic freedoms and protection of economic-financial security*, in *Law & Econ. Yearly Rev.*, 2024, 1, p. 18 ss.; S. Nitti, *"Insurtech": suggestioni e dubbi dal mondo assicurativo*, in *Percorsi di diritto comparato*, a cura di R. Cerchia, Milano, 2021, p. 123 ss.

[18] Oltre all'enorme quantità di dati finanziari, la crescente accessibilità e disponibilità dei dati dei clienti generati da attività non finanziarie di grandi aziende tecnologiche, tra cui transazioni di *e-commerce*, *social network* e altre attività *online*, sta ampliando la frontiera dei servizi finanziari, promuovendo la cd. '*datafication*' della finanza. *Ex multis*: D.W. Arner et al., *Financial Data Governance*, in *Hastings L.J.*, 2023, 74, pp. 252-253.

[19] Gli altri fattori sono la terra, il lavoro, il capitale e la tecnologia di mercato. Cfr. *China unveils guideline on improving market-based allocation of production factors* (*https://english.www.gov.cn/policies/latestreleases/202004/10/content_WS5e8faa09c6d0c201c2cc0922.html*).

po sostenibile: tutti obiettivi ricompresi nei *Sustainable Development Goals* (SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Nonostante questi vantaggi, il coinvolgimento di tali piattaforme nel settore dei servizi finanziari presenta anche numerose problematiche e rischi, come l'emergere di nuovi problemi di *too-big-to-fail* e *too-connected-to-fail* e lo sviluppo di nuovi rischi sistemici[20].

Nel contesto della finanza digitale, i rischi connessi alle attività finanziarie basate su piattaforme altamente interconnesse sono stati affrontati attraverso interventi normativi che hanno interessato molteplici ambiti, tra cui finanza, concorrenza e *antitrust*, protezione dei dati e sicurezza informatica[21].

In considerazione di quanto precede, il presente articolo si propone di esaminare l'evoluzione delle piattaforme digitali, con particolare riferimento agli ultimi sviluppi occorsi, prendendo come modelli di indagine l'esperienza statunitense e quella cinese, proprio in considerazione del fatto che le più influenti piattaforme digitali attualmente operanti sul mercato (*rectius*, le società che ne sono proprietarie) hanno sede, rispettivamente, negli Stati Uniti e in Cina. In aggiunta, nell'ambito dell'acceso dibattito in corso negli Stati Uniti sul ruolo e la disciplina delle piattaforme digitali, molti commentatori guardano con interesse agli accadimenti specifici del contesto cinese, e molte istituzioni e centri di cultura americani, ad esempio università come Harvard, Yale Stanford, hanno istituito pubblicazioni e osservatori focalizzati sulla Cina[22]: un esempio per tutti è il forum *DigiChina*, gestito dalla

---

[20] Financial Stability Board, *The Use of Supervisory and Regulatory Technology by Authorities and Regulated Institutions. Market Developments and Financial Stability Implications*, 9 ottobre 2020 (*www.fsb.org/2020/10/the-use-of-supervisory-and-regulatory-technology-by-authorities-and-regulated-institutions-market-developments-and-financial-stability-implications/*).

[21] Per spunti generali: R. Pardolesi, *Principles of competition policy and antitrust theories*, in *Competition law enforcement in digital markets*, a cura di V. Falce, Torino, 2021, pp. 1-13.

[22] Sulle interazioni tra diritto, cultura e società si veda in particolare: G. Marini, *Diritto e politica. La costruzione delle tradizioni giuridiche nell'epoca della globalizzazione*, in *Polemos*, 2010, 1, p. 31 ss.; P.G. Monateri, *Comparing Comparativisms: Nomos and Narrative as Cultural Legitimation (Comparer les comparaisons, le problème de la légitimité culturelle et le nomos du droit)*, in *Opinio Juris in comparatione*, 2009, 1, paper n. 1, p. 1 ss.

Stanford University, finalizzato ad analizzare e capire le politiche di sviluppo tecnologico cinese. Per tali ragioni si ritiene che non sia possibile comprendere appieno l'evoluzione in corso nel contesto statunitense senza considerare, nel contempo, quanto sta accadendo in Cina[23].

Nello specifico, il paragrafo 2 si focalizza sull'evoluzione occorsa nel diritto statunitense, con particolare riguardo alla Section 230 del *Communications Decency Act* del 1996; il paragrafo 3 approfondisce il contributo del formante giurisprudenziale e di quello legislativo[24] al dibattito in corso negli Stati Uniti sulle piattaforme digitali; il paragrafo 4 tratta dello sviluppo delle piattaforme digitali in Cina e delle cd. *app 'all-in-one'*; il paragrafo 5 si sofferma sui problemi giuridici posti dalle piattaforme digitali finanziarie, esaminando in partico-

[23] Il modello cinese, per la sua evoluzione diacronica e le peculiarità che ancora lo contraddistinguono, è di particolare interesse per gli studi comparatistici, nell'ambito dei quali si distinguono le opere di alcuni Autori, tra cui G. Ajani, R. Cavalieri e M. Timoteo, che hanno focalizzato le loro ricerche su di esso. Il presente articolo si sofferma su alcuni problemi giuridici attuali sollevati dalle piattaforme digitali negli Stati Uniti e in Cina, e sui recenti sviluppi ivi occorsi, dal momento che, come indicato nel testo, (i) le piattaforme digitali dominanti nel mercato globale hanno sede in questi Paesi e (ii) non pare possibile comprendere le evoluzioni in corso in un modello senza nel contempo considerare quanto sta accadendo nell'altro. Tutto ciò, tuttavia, senza alcuna ambizione o pretesa di fornire una rappresentazione del sistema cinese nel suo complesso, né di ascriversi al filone, autorevole, degli studi sinologici. Per approfondimenti sul modello cinese si rinvia in particolare a: G. Ajani, D. Francavilla, B. Pasa, *Diritto comparato*, 3, *Le tradizioni giuridiche asiatiche e africane*, Torino, 2023; R. Cardilli, S. Porcelli, *Introduzione al diritto cinese*, Torino, 2020; J.P. De Jorio, *Diritto e società nella Repubblica popolare cinese all'inizio del terzo millennio*, Napoli, 2023; L. Moccia, *Il diritto in Cina*, Torino, 2009; M. Timoteo, *Cina (Aggiornamento)*, in *Digesto disc. priv – sez. civ.*, Torino, 2010; G. Ajani, M. Timoteo, A. Serafino, *Diritto dell'Asia orientale*, Torino, 2007; R. Cavalieri, *La legge e il rito: lineamenti di storia del diritto cinese*, Milano, 1999; R. Sacco, *Cina*, in *Digesto disc. priv – sez. civ.*, Torino, 1988; G. Crespi Reghizzi, *La storia del diritto cinese in un manuale per l'insegnamento,* in *Quad. fior. storia pens. giur. mod.*, 1985, 1, p. 529 ss.; J.A. Cohen, *Contemporary Chinese Law: Research, Problems and Perspective*, Harvard, 1970.

[24] Si vedano in proposito gli interessanti rilievi di E. Ioriatti, *Comparative Law Method and the Legal Formants as Catalysts of Normative Realities*, in *The Grand Strategy of Comparative Law – Themes, Methods, Developments*, a cura di L. Squilini-Cinelli, D. Gianti, M. Balestrieri, Routledge, London, 2024, p. 250 ss.

lare la parabola di Ant Group Co., Ltd. e la reazione delle autorità cinesi a partire dalla seconda metà del 2020; il paragrafo 6 riporta alcune considerazioni conclusive.

2. *Il contesto statunitense: dal «tort of defamation» alla Section 230 del* Communications Decency Act *del 1996*

La Section 230 dello statunitense *Communication Decency Act* del 1996[25] viene ritenuta la legge che ha creato internet[26].

---

[25] 47 U.S.C. §230, ai sensi del quale:

«Section 230 – Protection for Private Blocking and Screening of Offensive Material:

(a) Findings: The Congress finds the following: […] (3) The Internet and other interactive computer services offer a forum for a true diversity of political discourse, unique opportunities for cultural development, and myriad avenues for intellectual activity. (4) The Internet and other interactive computer services have flourished, to the benefit of all Americans, with a minimum of government regulation. […] (b) Policy: The Internet and other interactive computer services offer a forum for a true diversity of political discourse, unique opportunities for cultural development, and myriad avenues for intellectual activity. The Internet and other interactive computer services have flourished, to the benefit of all Americans, with a minimum of government regulation. It is the policy of the United States –

(1) to promote the continued development of the Internet and other interactive computer services and other interactive media; (2) to preserve the vibrant and competitive free market that presently exists for the Internet and other interactive computer services, unfettered by Federal or State regulation; (3) to encourage the development of technologies which maximize user control over what information is received by individuals, families, and schools who use the Internet and other interactive computer services; […]

(c) Protection for "Good Samaritan" blocking and screening of offensive material:

(1) Treatment of publisher or speaker – No provider or user of an interactive computer service shall be treated as the publisher or speaker of any information provided by another information content provider.

(2) Civil liability – No provider or user of an interactive computer service shall be held liable on account of – (A)any action voluntarily taken in good faith to restrict access to or availability of material that the provider or user considers to be obscene, lewd, lascivious, filthy, excessively violent, harassing, or otherwise objectionable, whether or not such material is constitutionally protected; or (B)any action taken to enable or make available to information content providers or others the technical means to restrict access to material described in paragraph (1)».

[26] J. Kosseff, *The Twenty-Six Words That Created the Internet*, Cornell University Press, New York, 2019, p. 1.

Ai sensi della Section 230, infatti, le piattaforme *online*, gli *internet service providers*, i siti *web*, le *app* degli *smartphone* sono immuni da responsabilità giuridica per contenuti creati da soggetti terzi. Nel prevedere che solo i creatori di contenuti *online* – e non chi li trasmette – siano ritenuti responsabili, questa disciplina ha garantito ai molteplici operatori di *internet*, incluse le piattaforme *social*, di prosperare al riparo dai rischi di responsabilità giuridica a causa di materiale creato da terzi. La norma, nata nel 1996, agli albori perciò della diffusione di tali strumenti, appare idonea a disciplinare i *repository* di informazioni e i canali di comunicazione *internet*, come i giornali *online*, le riviste, i servizi di *streaming video*, gli *host-web* e i portali *online* che li supportano: tutti ambiti in cui la distinzione tra autore del contenuto e mero canale di trasmissione può trovare una chiara applicazione[27].

Tuttavia, lo sviluppo delle piattaforme *social* e dei siti di *e-commerce* ha messo in crisi tale distinguo e l'effettività della disciplina, suscitando un ampio dibattito nel panorama americano. In sintesi, i soggetti operanti su *internet* sfuggono al dualismo 'creatore di contenuto-mero diffusore', godendo nel contempo dell'immunità garantita da una legge ritenuta obsoleta e non al passo con l'evoluzione della realtà tecnologica. Le critiche più aspre hanno chiamato in causa fenomeni come il cyberbullismo, le discriminazioni, la libertà di espressione[28], le problematiche *antitrust* legate a fenomeni oligopolistici, la tutela della *privacy* e il ripensamento del-

[27] *Ibidem*, *passim*.

[28] Con riguardo alla prospettiva italiana, si consideri l'interessante analisi di F. Viglione, *Riflessioni sui rimedi civilistici all'"hate speech"*, in *Riv. dir. civ.*, 2020, 4, p. 775 ss.

le regole in tema di responsabilità extracontrattuale[29] (*tort liability*)[30].

Per meglio comprendere il dibattito in corso nel contesto americano, occorre ripercorrere brevemente l'evoluzione della disciplina normativa applicabile alla fattispecie in esame.

Tradizionalmente, il *tort of defamation* include sia la diffamazione tramite dichiarazioni scritte (*libel*) che orali (*slander*)[31]. La diffamazione è una dichiarazione che danneggia la reputazione di una terza parte. Negli Stati Uniti è disciplinata sia dalle regole di *common law*, che da leggi statali: queste ultime variano negli *standard* adottati e nei criteri per il risarcimento dei danni. In particolare, quella della diffamazione viene ritenuta un'area del diritto complicata, poiché i

---

[29] *Ex multis*: O. Sylvain, *Platform Realism, Informational Inequality, and Section 230 Reform*, in *Yale L.J. Forum*, 2021, 131, p. 475 ss. (che discute sugli effetti eccessivi dell'immunità garantita dalla § 230 rispetto ai gruppi storicamente marginalizzati); J. Daskal, *Speech Across Borders*, in *Virginia. L. Rev.*, 2019, 105, pp. 1637-1644 (che si interroga sulle implicazioni per la sovranità territoriale delle decisioni di filtraggio dei contenuti assunte dalle piattaforme *online*); J.M. Balkin, *Free Speech in the Algorithmic Society: Big Data, Private Governance, and New School Speech Regulation*, in *U.C. Davis L. Rev.*, 2018, 51, pp. 1182-1193 (che affronta il ruolo delle piattaforme *social* come regolatori della libertà di espressione nell'era digitale); K. Klonick, *The New Governors: The People, Rules, and Processes Governing Online Speech*, in *Harv. L. Rev.*, 2018, 131, pp. 1599-1613 (che analizza la capacità delle piattaforme private, come Facebook, di assumere decisioni sulla moderazione dei contenuti sulla base di segnalazione degli utenti, alla luce della Section 230 in esame); E. Goldberg, *Free Speech Consequentialism*, in *Columbia L. Rev.*, 2016, 116, pp. 744-745 (che osserva come l'attuale *internet immunity doctrine* impedisca azioni contro operatori *online* per atti di *revenge porn* e cyberbullismo); A. Gilden, *Cyberbullying and the Innocence Narrative*, in *Harvard C.R.-C.L. L. Rev.*, 2013, 48, pp. 389-390.

[30] Per una magistrale analisi della responsabilità extracontrattuale in diritto comparato, si veda la nota a sentenza redatta da R. Sacco, *L'ingiustizia di cui all'art. 2043 c.c.,* in *Foro pad.*, 1960, I, p. 1420 ss. Con specifico riferimento ai sistemi di *common law*: G. Alpa, *La responsabilità civile nel diritto comparato*, Milano, 2024; A. Procida Mirabelli di Lauro, M. Feola, *La responsabilità civile*, Torino, 2008. Sul ruolo della responsabilità civile, di recente: G. Ponzanelli, *The Sustainability of Civil Liability Rules*, in *The Grand Strategy of Comparative Law – Themes, Methods, Developments*, a cura di L. Squilini-Cinelli, D. Gianti, M. Balestrieri, Routledge, London, 2024, p. 297 ss.

[31] *Black's Law Dictionary*, a cura di B.A. Garner, Thomson Reuters, St. Paul, 2024[12], *ad vocem*.

confini tra l'affermazione di un'opinione (*statement of opinion*) e di un fatto (*statement of fact*) possono essere vaghi; inoltre essa mette alla prova i limiti del Primo emendamento sulla libertà di parola e di stampa.

Secondo le regole di *common law*, per provare la diffamazione l'attore deve dimostrare la ricorrenza di quattro elementi costituitivi: 1) una falsa dichiarazione che pretende di essere un fatto; 2) la pubblicazione o la comunicazione di tale dichiarazione a una terza persona; 3) una colpa che integri almeno una forma di *negligence*; 4) un danno causato alla reputazione della persona (fisica o giuridica) oggetto della dichiarazione[32].

Poiché, come anticipato, le leggi statali in tema di diffamazione adottano criteri eterogenei, anche il *case law* statale varia e le Corti dei diversi Stati interpretano e applicano tali leggi in maniera differente. In *Davis v. Boeheim*[33], un caso deciso dalla corte dello Stato di New York, si è stabilito che nel determinare se una richiesta di diffamazione è sufficiente, una corte deve esaminare se «the contested statements are reasonably susceptible of a defamatory connotation»[34]. La disciplina statale prevede anche un trattamento molto diverso dei danni per diffamazione: mentre alcuni Stati limitano per lo più i risarcimenti ai danni effettivi cagionati dalle dichiarazioni, altri adottano criteri di risarcimento più flessibili. In particolare, per quanto riguarda la responsabilità degli gli editori, in alcuni Stati i danni possono essere ridotti pubblicando una rettifica delle dichiarazioni diffamatorie.

A questo scenario si aggiungono le regole stabilite dalla Corte Suprema Federale ('Corte Surpema')[35] nel *leading ca-*

---

[32] *Restatement 2nd of Torts*, § 558.

[33] 110 A.D.3d 1431 (N.Y. 2014).

[34] *Ibidem*.

[35] Negli Stati Uniti sia la giustizia statale che quella federale sono strutturate su tre livelli, al vertice dei quali si trova la Corte Suprema (statale o federale). Poiché, tuttavia, l'organo giudiziario più importante in assoluto è la Corte Suprema Federale, l'unica – secondo il precedente di *Marbury v. Madison*, 5 U.S. 137 (1803) e le regole dello *stare decisis* in senso verticale – le cui pronunce hanno efficacia *erga omnes*, nel testo si fa riferimento alla Corte Suprema Federale come 'Corte Suprema' *tout court*. Per approfondimenti: U. Mat-

se New York Times Co. v. Sullivan[36], che cambiò radicalmente la natura della disciplina sulla diffamazione negli Stati Uniti, stabilendo che un'azione per diffamazione intrapresa da funzionari pubblici poteva essere accolta solo quando questi potessero dimostrare che l'organo di informazione era consapevole che l'informazione fosse totalmente e palesemente falsa, o che fosse stata pubblicata «with reckless disregard of whether it was false or not»[37].

Inoltre, le regole di *common law* considerano ogni ripetizione della dichiarazione diffamatoria come un nuovo e autonomo illecito, soggetto alla stessa responsabilità del primo. Pertanto, non solo l'autore della dichiarazione diffamatoria, ma anche chiunque l'abbia ripetuta o pubblicata nuovamente è responsabile per il danno cagionato alla reputazione della vittima, anche qualora non sia stato consapevole della falsità della dichiarazione originaria[38]. Questa regola di *strict liability* ha aiutato a controllare la diffusione e circolazione di *rumors* diffamatori, ponendo a carico di coloro i quali li ripetevano o ripubblicavano tutti i rischi e le responsabilità in caso la dichiarazione originaria si fosse poi rivelata falsa.

Tale regola ha dovuto tuttavia confrontarsi con l'evoluzione dei *mass-media* e delle nuove tecnologie nel ventesimo secolo. Un problema che si è posto ha riguardato proprio la natura della responsabilità scaturente dalla diffamazione, se *strict*

TEI, *Il modello di common law*, Torino, 2004², pp. 79-82; V. VARANO, V. BARSOTTI, *La tradizione giuridica occidentale*, Torino, 2024⁸, pp. 301-310 e pp. 332-342.

[36] 376 U.S. 254 (1964).

[37] *Ibidem*.

[38] *Restatement First of Torts*, §580, Am. Law Inst., 1938; *Restatment 2nd of Torts*, § 578. Il *Restatement First of Torts* è stato pubblicato dall'*American Law Institute* tra il 1934 e il 1939 ed è stato ampiamente utilizzato dalle Corti americane. I volumi I e II, contenenti rispettivamente le *sections* 1-280 e 281-503, sono stati pubblicati nel 1934. Il volume III, contenente le *sections* 504-756, è stato pubblicato nel 1938. Il volume IV, contenente le *sections* 757-951, è stato pubblicato nel 1939. Il *Restatement First* è stato sostituito dal *Restatement Second of Torts*, pubblicato tra il 1965 e il 1979. Parti del *Restatement 2nd* sono state da allora sostituite dal *Restatement Third of Torts*, che si occupa in particolare di *product liability*. Cfr. G.H. LIU, *A Brief Introduction to the American Law Institute and the Restatement of Torts*, in *Southwestern L. Rev.*, 2024, 52, p. 358 ss.

liability oppure responsabilità fondata sulla colpa. Il primo precedente a venire in considerazione è *Cubby v. Compuserve*[39], deciso nel 1991: a quel tempo Compuserve era un online service provider leader nell'offrire una connessione analogica *(dial-up*) di accesso al suo *network* e al suo *database online*. Tra i contenuti offerti vi era anche la *newsletter* quotidiana *Rumorville*, che Compuserve aveva ottenuto in licenza da un soggetto terzo e offriva, appunto, ai suoi abbonati. Quando Rumorville pubblicò dichiarazioni asseritamente diffamatorie relative a un *competitor*, Skuttlebut, definendolo «start-up scam» e affermando che questi avrebbe rubato le storie di Rumorville «through some back door»[40], lo sviluppatore di Skuttlebut, Cubby Inc., decise di intraprendere un'azione per diffamazione sia nei confronti dell'autore della *newsletter* che di Compuserve, avendo questo diffuso tali dichiarazioni tra i suoi abbonati. La Corte, tuttavia, respinse la domanda formulata nei confronti di Compuserve, ritenendo che fosse un mero distributore della *newsletter* e che non potesse essere ritenuto responsabile a meno che «it knew or had reason to know of the [defamatory] statements»[41]. Questo precedente, pertanto, respinge l'idea di *strict liability* in capo a chi diffonda le informazioni *online*, optando invece per un criterio di responsabilità per colpa per le azioni di diffamazione nei confronti dei *mass media*.

In un successivo caso del 1995, la decisione della Corte fu sorprendente per tutti gli operatori del settore. In *Stratton Oakmont v. Prodigy Servs.*[42], una Corte dello Stato di New York ritenne l'allora popolarissimo *online service provider* Prodigy, responsabile per il contenuto diffamatorio pubblicato da un terzo. La Corte operò un *distinguishing*[43] rispetto al

---

[39] *Cubby, Inc. v. Compuserve, Inc.*, 776 F. Supp. 135 (S.D.N.Y. 1991)

[40] *Ivi*, 138.

[41] Circostanza non ritenuta sussistente nel caso di specie. *Ivi*, 141.

[42] *Stratton Oakmont, Inc. v. Prodigy Servs. Co.,* no. 31063/94, 1995 WL 323710, 5 (N.Y. Sup. Ct., May 24th, 1995).

[43] Il *distinguishing* è una delle tecniche utilizzate dalle Corti di *common law* per superare il rigore della *doctrine of binding precedent* e consiste nel non applicare un precedente a un caso oggetto di decisione perché 'differente': per approfondimenti, V. Varano, V. Barsotti, *La tradizione giuridica occidentale*, cit., p. 307.

precedente di *Cubby v. Compuserve*, argomentando che, a differenza di Compuserve, Prodigy si presentava al pubblico come un *provider* particolarmente attento a ciò che veniva pubblicato, avendo preso misure specifiche per verificare e scartare eventuali contenuti offensivi, con ciò assumendo più il ruolo di editore che di mero distributore[44]. Da ciò la responsabilità oggettiva di Prodigy per le dichiarazioni diffamatorie pubblicate[45].

Proprio nel 1995 l'uso di *internet* si stava espandendo rapidamente nel contesto statunitense, con ciò suscitando vari timori, tra cui quello dell'accesso a materiale pornografico da parte dei minori. Il Congresso federale, pertanto, iniziò a lavorare su un testo di legge, il *Communication Decency Act*, finalizzato a limitare l'accesso dei minori alla pornografia *online*, sancendo l'illiceità delle condotte di quei soggetti che, consapevolmente, rendevano disponibile ai minori materiale 'indecente'. Il progetto di legge faceva parte di una proposta di riforma più ampia del settore delle telecomunicazioni, confluita poi nel *Telecommunications Act* del 1996[46].

La decisione di *Stratton Oakmont v. Prodigy* fu adottata proprio mentre si stava redigendo il testo del *Communications Decency Act* e molti ritennero che, se il ragionamento fatto proprio dalla Corte di New York fosse stato recepito da altre Corti, ciò avrebbe dato luogo a un effetto paradossale perché, onde evitare ipotesi di responsabilità oggettiva, nessun *service provider* avrebbe posto in essere alcuna attività di controllo sul materiale pubblicato, per paura di essere ritenuto un editore, il che avrebbe portato a una degenerazione del materiale disponibile *online*, anche per i minori[47]. Così, circa un mese dopo la pubblicazione della decisione in *Prodigy*, fu presentato il cd. '*Internet Freedom and Family Empowerment Act*', poi divenuto la §230 del *Communications Decency Act*.

---

[44] *Stratton Oakmont, Inc. v. Prodigy Servs. Co.*, 4.

[45] J. Kosseff, *The Twenty-Six Words*, cit., pp. 53-56.

[46] Pub. L. no. 104-104, 110 Stat. 56 (1996) (codificata in diverse sezioni del Title 47 U.S.C.).

[47] J. Kosseff, *A User's Guide to Section 230, and A Legislator's Guide to Amending It (or Not)*, in *Berkeley Tech. L.J.*, 2022, 37, pp. 761 ss., 767-773.

Un dato interessante è che, a discapito dell'originario scopo cui la Section 230 era orientata, le Corti americane ne hanno dato un'interpretazione estensiva, finalizzata a rafforzare ed estendere l'immunità riconosciuta alle piattaforme *social*. L'ampiezza di tale fenomeno, tuttavia, ha suscitato forti perplessità, tanto da indurre il giudice Clarence Thomas, in un parere reso a sostegno del diniego di *certiorari* con riguardo a un caso del 2020, *Malwarebytes, Inc. v. Enigma Software Group USA, LLC*, a osservare (i) che la Section 230, come interpretata dalle Corti americane, conferisce troppa immunità ai fornitori di servizi e (ii) che i suoi obiettivi dovrebbero essere rivisti[48].

3. Segue*: gli orientamenti della giurisprudenza e il contributo del formante legislativo*

La Corte Suprema ha costantemente protetto i diritti editoriali in relazione a un ampio spettro di media diversi. Il punto di inizio di questo orientamento può essere considerato il caso del 1945 *Associated Press v. United States*[49] in cui la Corte, nell'ambito di una questione di diritto *antitrust*, decise che la *Associated Press* e i suoi membri avessero il diritto di rifiutare la pubblicazione di «anything which their 'reason' tells it should not be published»[50].

Qualche decennio dopo, con lo sviluppo di nuovi mezzi di espressione, la Corte Suprema iniziò a formulare specificamente i concetti di 'editorial discretion' e 'editorial judgment'. Una delle decisioni chiave fu *CBS v. Democratic National Committee*, in cui la Corte stabilì che le emittenti televisive, ai sensi del Primo emendamento, non erano obbligate ad accogliere pubblicità editoriali a pagamento, salvaguardando co-

[48] Cfr. *www.supremecourt.gov/opinions/20pdf/19-1284_869d.pdf.*
[49] 326 U.S. 1 (1945).
[50] *Ivi*, 20, n. 15.

sì la loro discrezionalità giornalistica da indebite violazioni[51].

Questa pronuncia ha sottolineato l'importanza dell'autonomia editoriale, garantendo che i media possano esercitare un giudizio indipendente nella cura dei propri contenuti, liberi da pressioni e obblighi esterni. Tuttavia, la Corte Suprema ha riconosciuto limitazioni a questo diritto: non vi è discrezionalità editoriale nei casi in cui «the commercial activity itself is illegal and the restriction on advertising is incidental to a valid limitation on economic activity»[52].

Il *leading case Miami Herald Publishing Co. v. Tornillo* è stato determinante nel definire la portata della discrezionalità editoriale ai sensi del Primo emendamento[53]. La Corte Suprema ha sostenuto l'autonomia di un giornale nel compiere scelte di contenuto e nel modo di affrontare questioni e presentare personaggi pubblici, affermando che «The choice of material to go into a newspaper, and the decisions made as to limitations on the size and content of the paper, and the treatment of public issues and public officials – whether fair or unfair – constitute the exercise of editorial control and judgment»[54]. La legge della Florida, che è stata ritenuta incostituzionale dalla Corte nel caso in esame, prevedeva infatti l'obbligo per i giornali di assicurare ai candidati politici il diritto di replica, se criticati in un articolo. Successivamente la Corte Suprema ha chiarito che la protezione accordata ai diritti editoriali in *Miami Herald v. Tornillo* non doveva ritenersi limitata solo ai giornali: nel caso *Pacific Gas & Electric Co. v. Public Utilities Commission of California*[55], è stata abrogata una norma che obbligava una società di servizi a distribuire, all'interno delle buste recanti le fatture per i clienti, editoriali politici critici nei confronti della stessa[56]. Nella sentenza

---

[51] *Columbia Broad. Sys. Inc. v. Democratic Nat'l Comm.*, 412 U.S. 94 (1973).

[52] *Pittsburgh Press Co. v. Pittsburgh Comm'n on Hum. Rels.*, 413 U.S. 376, 389 (1973).

[53] *Miami Herald Publ'g Co. v. Tornillo*, 418 U.S. 241 (1974).

[54] *Ivi*, 258.

[55] 475 U.S. 1 (1986).

[56] *Ivi*, 1, 10, 16.

si è evidenziato che i principi che tutelano la discrezionalità editoriale in *Tornillo* sono ugualmente applicabili a una società di servizi pubblici, così come ai *media* tradizionali[57], e la regola è stata poi estesa ad altre attività ritenute assimilabili a quella editoriale[58].

In due casi recenti la Corte ha confermato tale orientamento: *Manhattan Access v. Halleck*[59] e *303 Creative v. Elenis*[60]. Nel primo caso la Corte ha ribadito che «when a private entity provides a forum for speech […] the private entity may […] exercise editorial discretion over the speech and speakers in the forum»[61]. Nel secondo la stessa ha stabilito che lo Stato del Colorado non può obbligare un web designer a creare opere che violino i suoi valori. In particolare, la sentenza ha riconosciuto esplicitamente che il processo di verifica del discorso di terzi, inclusa la decisione se si è disposti a diffonderlo, rientra nella sfera di espressione protetta dal Primo emendamento[62].

Quanto precede assume rilevanza particolare in relazione al ruolo e alle responsabilità delle piattaforme digitali, in particolare i *social media*. Infatti, nel contesto statunitense, nel tentativo di inquadrare correttamente e disciplinare giuridicamente le piattaforme *social*, accademici, attivisti, politici e giudici hanno cercato di ricondurle a diverse *doctrines*, dando vita a un significativo dibattito giuridico. Le teorie principali sono sostanzialmente tre: quella del 'public forum', quella dello 'State actor' e quella del 'common carrier'.

La *doctrine* del 'public forum' si occupa di identificare gli spazi che sono considerati pubblici ai fini della libertà di parola, nei quali pertanto le limitazioni al diritto di esprimere la

---

[57] *Ivi*, 11-12.

[58] Cfr.: *Turner Broad. Sys., Inc. v. FCC*, 512 U.S. 622, 636 (1994); *Hurley v. Irish-American Gay, Lesbian and Bisexual Group of Boston*, 515 U.S. 557 (1995); *Arkansas Educational Television Commission v. Forbes*, 523 U.S. 666 (1998).

[59] *Manhattan Cmty. Access Corp. v. Halleck*, 139 S. Ct. 1921, 1930 (2019).

[60] *303 Creative LLC v. Elenis*, 600 U.S. 570 (2023).

[61] *Manhattan Cmty. Access Corp. v. Halleck*, cit., 1930.

[62] *303 Creative v. Elenis*, cit., 588.

propria opinione non sono generalmente ammissibili[63]. Tuttavia, la probabilità che le piattaforme *social* vengano equiparate a *public forum* pare remota, soprattutto considerando le parole di Justice Kavanaugh nel citato caso *Manhattan Community. Access Corp. v. Halleck*, secondo cui un soggetto privato che gestisce un canale televisivo ad accesso pubblico non diventa uno *State actor* e, per estensione, un *public forum*, semplicemente perché ospita discorsi di altri. In questa decisione la Corte Suprema ha stabilito che «merely hosting speech by others is not a traditional, exclusive public function and does not alone transform private entities into state actors subject to First Amendment constraints»[64].

Nonostante ciò, i sostenitori delle piattaforme social quali *public forum* sono numerosi e i tentativi di far riconoscere dalle Corti tale orientamento stanno aumentando. Ad esempio, *PragerU*, un'organizzazione educativa e mediatica, ha intentato causa – senza successo – contro YouTube, sostenendo che la piattaforma è un *forum* pubblico e come tale avrebbe illegittimamente censurato i suoi video[65]. La Corte del Ninth Circuit ha invece ritenuto che «digital internet platforms that open their property to user-generated content do not become state actors or public forum»[66].

La *doctrine* dello 'State actor' deriva dalle previsioni della Costituzione federale americana che regolamentano l'azione del governo. Tuttavia, al ricorrere di specifiche circostanze, anche singoli individui o società private possono essere considerati 'State actors', come tali soggetti alle stesse limitazioni costituzionali previste per i funzionari governativi[67]. La giu-

---

[63] Ad esempio: *Frisby v. Schultz*, 487 U.S. 474, 481 (1988) e *Perry Educ. Ass'n v. Perry Local Educators Ass'n*, 460 U.S. 37, 45 (1983). In dottrina, per tutti: R.C. Post, *Between Governance and Management: The History and Theory of the Public Forum*, in *UCLA L. Rev.*, 1987, pp. 1713-1714.

[64] *Manhattan Cmty. Access Corp. v. Halleck*, cit., 1930.

[65] *Prager Univ. v. Google LLC*, 951 F.3d 991, 995 (9th Cir. 2020).

[66] *Ivi*, 997-999 (con richiami ad altre precedenti decisioni di orientamento analogo).

[67] Per approfondimenti: S. Jaggi, *State Action Doctrine,* in *Oxford Constitutional Law*, 2017 (*https://oxcon.ouplaw.com/display/10.1093/law-mpeccol/law-mpeccol-e473#:~:text=The%20state%20action%20doctrine%20of%20*

risprudenza ha interpretato in senso restrittivo tale concetto. Esistono tre declinazioni specifiche della *doctrine* in esame: la cd. '*public function exception*', la cd. '*entanglement exception*' e la cd. '*entwinement exception*'[68]. La prima è limitata ai «poteri tradizionalmente riservati esclusivamente allo Stato», che sono pochissimi[69]. Un caso degno di nota, che viene spesso richiamato nelle discussioni sulle piattaforme digitali, è *Marsh v. Alabama*, in cui la Corte Suprema ha stabilito che i marciapiedi di una città aziendale privata erano comunque un *forum* pubblico, aperto alla libera espressione ai sensi del Primo emendamento, poiché il funzionamento della città era una funzione pubblica essenziale[70].

In questo senso, tuttavia, l'opinione maggioritaria è che piattaforme di *social media* come Instagram o Facebook non esercitino poteri riservati esclusivamente allo Stato. Questo orientamento è stato confermato da un recente caso, che ha tuttavia messo in luce la forza persuasiva delle argomentazioni contrarie: in *Children's Health Defense v. Meta Platforms, Inc.*, la Corte d'Appello Federale per il *Ninth District* nel 2024 ha confermato la decisione assunta dalla Corte di primo grado due anni prima, che ha respinto un'azione promossa contro Meta Platforms Inc. e Mark Zuckerberg[71]. In particolare, la ricorrente *Children's Health Defense* ('CHD') è un'organizzazione *non-profit* dedicata a informare il pubblico su quelli che considera i pericoli dei vaccini. L'organizzazione pubblica regolarmente articoli e video sulla sua pagina Facebook e si è rivelata particolarmente attiva nel sostenere i pericoli per la salute dei bambini derivanti dal vaccino contro il Covid-19: questi *post* sono stati rimossi da Facebook o segnalati ai pro-

---

the%20Supreme%20Court,only%20to%20state%20action%2C%20not%20to%20private%20action).

[68] Per approfondimenti: D. Rudowsky, *Modern State Action doctrine in the Age of Big Data*, in *N.Y. Univ. Ann. Surv. Am. L.*, 2019, 71, p. 741 ss.; B.F. Jackson, *Censorship and Freedom of Expression in the Age of Facebook*, in *N.M.L. Rev.*, 2014, 44, p. 121 ss.

[69] *Jackson v. Metro. Edison Co.*, 419 U.S. 345, 352 (1974).

[70] 326 U.S. 501 (1946), in particolare 506-507.

[71] Cfr. *https://cdn.ca9.uscourts.gov/datastore/opinions/2024/08/09/21-16210.pdf*.

pri utenti come contenenti informazioni non adeguatamente verificate. In ragione di ciò la CHD si è rivolta alle Corti del *Ninth Circuit*, lamentando violazioni del Primo emendamento in tema di libertà di espressione e ritenendo che Meta Platforms Inc. e Mark Zuckerberg, nel tenere questo tipo di condotta, operino per conto del Governo federale[72]. La Corte d'Appello ha osservato che, in determinate circostanze eccezionali, un soggetto privato può essere considerato uno 'State actor' ai fini costituzionali. Perché ciò occorra, il soggetto privato deve tuttavia soddisfare due requisiti distinti: (1) il requisito della 'state policy', che ricorre quando un soggetto privato dà esecuzione a una norma imposta dallo Stato anziché applicare le proprie regole interne; e (2) il requisito dello 'State actor', che può essere soddisfatto dimostrando, tra l'altro, la partecipazione volontaria ad attività congiunte con il governo, o di coercizione governativa. La Corte ha ritenuto che CHD non abbia soddisfatto il primo requisito perché la fonte del presunto danno oggetto di doglianza era la politica di censura adottata da Meta, non una disposizione di legge federale. A parere della Corte, le prove dimostravano che Meta avesse incentivi indipendenti a moderare i contenuti dei post pubblicati e che esercitasse il proprio giudizio nel farlo. Inoltre, CHD non avrebbe addotto alcun elemento che suggerisse o un accordo tra il governo e Meta, che imponesse a quest'ultima di adottare una determinata azione in risposta alla disinformazione sui vaccini o, infine, che il governo avesse costretto Meta ad attuare una politica specifica in proposito. La Corte ha pertanto ritenuto che l'incapacità del CHD di provare la 'State action' fosse dirimente nell'escludere fondatezza alle sue pretese, fondate sulla violazione del Primo emendamento[73]. Pur condividendo la decisione complessiva assunta, uno dei giudici ha espresso una *dissenting opinion*, ritenendo invece che la politica sistematica di Meta di controllo dei contenuti e le interazioni di quest'ultima con il Governo federale in merito alla soppressione di specifiche categorie di discorsi relativi ai vaccini – e in

[72] *Ivi*, p. 5.
[73] *Ivi*, p. 3.

particolare quelli di CHD e del suo fondatore e presidente, Robert F. Kennedy, Jr. – fossero sufficienti a implicare violazioni del Primo emendamento[74].

Come evidenziato, questo caso testimonia l'acceso dibattito in corso nel contesto statunitense.

Dal canto suo, la *entanglement exception* si applica in circostanze limitate in cui le azioni coinvolgono «il potere, la proprietà e il prestigio» del Governo, e la Corte l'ha invocata solo quando vi è stata prova di «the overt, significant assistance of state officials»[75]. La 'entwinement exception' si applica quando le azioni di soggetti privati diventano strettamente 'intrecciate' con le politiche governative o tali da essere «impregnated with a governmental character»[76].

In un caso del 2024, *Lindke v. Freed*, la Corte Suprema, a opinione unanime, ha ritenuto che l'attività sui *social media* di un funzionario pubblico costituisca una 'State action' «only if the official (1) possessed actual authority to speak on State's behalf, and (2) purported to exercise that authority when he spoke on social media»[77]. Al di fuori di questa ipotesi, ricorrente solo se il test bipartito indicato dalla Corte viene soddisfatto, la *doctrine* dallo 'State actor' non può essere invocata e trovano applicazione le regole ordinarie. Tuttavia, come anticipato, a discapito dell'interpretazione e applicazione estremamente restrittiva di queste ipotesi da parte della giurisprudenza maggioritaria, una parte della dottrina e della giurisprudenza americana sostiene fermamente che le piattaforme *social* debbano essere ritenute 'State actors'[78].

Infine, la *doctrine* del 'common carrier' si riferisce a un quadro normativo in virtù del quale il governo impone ulteriori livelli di controllo su alcuni soggetti privati in ragione dell'atti-

---

[74] *Ivi*, p. 4.

[75] *Edmonson v. Leesville Concrete Co.*, 500 U.S. 614, 622 (1991), che si richiama a *Tulsa Pro. Collection Servs., Inc. v. Pope*, 485 U.S. 478, 486 (1988).

[76] *Evans v. Newton*, 382 U.S. 296, 299 (1966).

[77] 601 U.S. 187 (2024).

[78] Ne dà conto, pur non condividendo l'orientamento: A. Kazaryan, *Navigating the First Amendment's Digital Frontier: Editorial Rights of Social Media Platforms*, in *First Amend. L. Rev.*, 2024, 22, p. 323 ss., in particolare pp. 329-330.

vità dagli stessi svolta, che in cambio godono di benefici specifici per il settore economico interessato. Storicamente questa regolamentazione è stata applicata ad ambiti quali il trasporto ferroviario, il trasporto aereo e le comunicazioni telefoniche[79]. Determinare se un servizio integri un *common carrier* dipende dalla natura dell'attività svolta e dalla sua presentazione al pubblico dei consumatori[80]. Il tratto saliente di questa disciplina è che il servizio deve essere offerto indiscriminatamente agli utenti[81]. L'idea che le piattaforme social possano essere equiparate a *common carriers* ha preso piede nel 2021, quando Justice Thomas ha redatto la sua *concurring opinion* nel caso *Biden v. Knight First Amendment Institute*[82]. A parere del giudice sussiste un parallelismo tra attività di telecomunicazione e piattaforme che, sebbene digitali e non fisiche, tuttavia «are at bottom communications networks, and they 'carry' information from one user to another»[83]. In dottrina si è ritenuto, aderendo a questo orientamento, che le piattaforme *online* possono essere considerate *common carriers* poiché il loro spazio di *hosting* praticamente illimitato rende le violazioni dei loro diritti editoriali meno gravi rispetto alle violazioni dei diritti dei giornali[84]. Di converso si ritiene che estendere le normative sul trasporto pubblico alle piattaforme digitali ne limiterebbe significativamente i diritti editoriali, imponendo vincoli alla possibilità di dare priorità ai contenuti in modo selettivo. L'orientamento favorevole alla qualificazione delle piattaforme digitali in termini di 'common carriers', tut-

---

[79] *Andrews v. United Airlines*, 24 F.3d 39, 40 (9th Cir. 1994). In dottrina, *ex multis*: G.M. Dickinson, *Beyond Social Media Analogues,* in *N.Y. Univ. L. Rev. Online*, 2024, 99, p. 109 ss.; J.T. Nakahata, *Regulating Information Platforms: The Challenge of Rewriting Communications Regulation From the Bottom Up*, in *J. Telecomms. & High Tech. L.*, 2002, 1, p. 95 ss., in particolare pp. 101-106.

[80] *Ibidem*.

[81] *U.S. Telecom Ass'n v. FCC*, 855 F.3d 381, 389 (D.C. Cir. 2017).

[82] *Biden v. Knight First Amendment Institute*, 141 S. Ct. 1220, 1221 (2021).

[83] *Ivi*, 1224.

[84] Per tutti: E. Volokh, *Treating Social Media Platforms Like Common Carriers?*, in *J. of Free Speech*, 2021, 1, p. 377 ss., in particolare pp. 406-407.

tavia, non riceve unanimità di consensi: nel 2022, ad esempio, l'*Eleventh Circuit* ha escluso che le piattaforme *social* possano reputarsi tali[85]. Peraltro, già anni prima dell'avvento di tali piattaforme, il Congresso federale ha scelto di non estendere la disciplina dei 'common carriers' alle emittenti radio, come altresì affermato dalla Corte Suprema nel caso *Columbia Broadcasting v. Democratic Commitee*[86].

Di recente, lo scenario si è arricchito di un ulteriore elemento: sia lo Stato della Florida che quello del Texas hanno approvato leggi finalizzate a regolamentare l'attività delle piattaforme social in linea con la disciplina dei 'common carriers'. In particolare, si tratta del Senate Bill 7072 (2021) della Florida[87] e dell'House Bill 20 (2021) del Texas. La *ratio* cui tali leggi sono finalizzate è stata chiaramente indicata nella volontà di inibire le piattaforme (i.e. le società che ne sono proprietarie) dal «to silence conservative wievpoints and ideas» per quanto concerne il Texas, e di voler «take back the virtual public square from "big tech oligarchs" and their radical leftist narrative»[88] per quanto riguarda la Florida.

Segnatamente, la legge della Florida impone misure regolamentari per motori di ricerca, piattaforme *internet* e *provider* di accesso. Il suo obiettivo dichiarato è contrastare presunte irregolarità e atti di malafede da parte di questi soggetti nelle loro pratiche di moderazione dei contenuti, in particolare per quanto riguarda il 'discorso politico'. Tuttavia, le definizioni eccessivamente ampie, da un lato, e gli stringenti

---

[85] *NetChoice, LLC v. Att'y Gen.*, 34 F. 4th 1196, 1120-1121 (11th Cir. 2022), su cui *infra* nel testo.

[86] 412 U.S. 94, 105 (1973).

[87] Fla. Stat. § 501.2041.

[88] Le dichiarazioni sono state rese, rispettivamente, dal Governatore del Texas e da quello della Florida. Office of the Texas Governor, *Governor Abbott Signs Law Protecting Texans From Wrongful Social Media Censorship*, 9 settembre 2021 (*https://gov.texas.gov/news/post/governor-abbott-signs-law-protecting-texans-from-wrongful-social-media-censorship*); R. De Santis 46th Governor of Florida, *Governor Ron DeSantis Signs Bill to Stop the Censorship of Floridians by Big Tech*, 24 maggio 2021 (*www.flgov.com/2021/05/24/governor-ron-desantis-signs-bill-to-stop-the-ceorship-of-floridians-by-big-tech/*).

criteri adottati, dall'altro, hanno suscitato perplessità e il sospetto, diffuso, di incostituzionalità delle sue previsioni. Questa legge si applica a chi svolga attività in Florida, possieda lo *status* di persona giuridica e soddisfi determinate soglie, come un fatturato lordo annuo di 100 milioni di dollari o 100 milioni di utenti globali mensili[89]. Questo approccio, che utilizza metriche diverse, come il fatturato o la base degli utenti, è stato criticato per il suo potenziale impatto sulle organizzazioni più piccole, come Wikipedia o Etsy, che potrebbero avere difficoltà a conformarsi alla legge; inoltre, si ritiene che essa possa coinvolgere anche imprese con rapporti poco significativi con la Florida[90]. È interessante notare che tale provvedimento riconosce potere di azione sia all'*Attorney General* della Florida, che può investigare sospette violazioni e addirittura emettere ordini di produzione (*subpoena*) dei meccanismi di funzionamento degli algoritmi utilizzati[91], sia ai singoli utenti, legittimati a intraprendere azioni per risarcimento dei danni sino a US$ 100.000 per ciascuna violazione della legge, oltre ai danni punitivi e non patrimoniali[92].

La legge del Texas, dal canto suo, circoscrive la qualificazione (e la disciplina conseguente) di 'common carrier' alle piattaforme *social*, affermando che «social media platforms function as common carriers […] by virtue of their market dominance»[93]. Questa designazione si rivolge principalmente a coloro che hanno oltre 50 milioni di utenti attivi mensilmente negli Stati Uniti. La legge definisce le 'social media platforms' in termini di applicazioni *internet* o siti *web* pubblici che consentono agli utenti di comunicare e pubblicare informazioni, con alcune esclusioni; proibisce di censurare gli uten-

[89] Fla. Stat. § 501.2041(1)(g).

[90] J. Rogers, S. Adams, *Texas and Florida Laws are Unconstitutional and Threaten Volunteer Editors' Right to Edit Wikipedia*, in *Wikimedia*, 7 dicembre 2023 (*https://diff.wikimedia.org/2023/12/07/texas-and-florida-laws-are-unconstitutional-and-threaten-volunteer-editors-right-to-edit-wikipedia/*).

[91] § 501.2041(5), (8).

[92] *Ivi*, (6)(a)-(d).

[93] Texas H.B. 20, 87th Leg., 2d Spec. Sess. §§ 1(3)-(4) (Tex. 2021).

ti basandosi sulle loro opinioni (i.e. *viewpoint*) o frasi[94] e impone requisiti di trasparenza elevati in merito alle politiche di moderazione dei contenuti e ai processi algoritmici utilizzati[95]. Due termini in particolare hanno suscitato le maggiori perplessità: da un lato «censor», che viene ripetuto diffusamente nella legge per ricomprendere azioni tra loro differenti, quali ad esempio *blocking*, *banning*, *deplatforming*, *demonetizing*…, e dall'altro «viewpoint», anch'esso utilizzato diffusamente, ma senza che ne venga fornita alcuna definizione[96]. Si è perciò da subito ritenuto che l'estrema vaghezza e genericità di questi concetti fosse idonea a pregiudicare l'interpretazione e applicazione della legge stessa.

Successivamente all'approvazione di queste due leggi, alcune società *tech* hanno intrapreso azioni contro la Florida e il Texas, e due associazioni di categoria, *Netchoice* e *Computers and Communications Industry Association* hanno ottenuto *injunctions* in entrambi gli Stati[97]. Un Tribunale federale ha emesso un'ingiunzione preliminare il 30 giugno 2021, sospendendo temporaneamente l'attuazione della legge della Florida, poiché ritenuta in contrasto con il Primo emendamento della Costituzione federale americana[98]. Lo Stato della Florida ha impugnato la decisione e la Corte dell'*Eleventh Circuit* ha confermato in parte la *preliminary injunction*, ritenendo che alcuni articoli della legge fossero in effetti incostituzionali, mentre alcuni obblighi di *disclosure*, colpiti anch'essi dalla *injunction* iniziale, non presentassero rilevanti criticità[99]. Segnatamente, l'*Eleventh Circuit* ha ritenuto che la moderazio-

---

[94] Tex. Bus. & Com. Code § 120.001(1).

[95] *Ivi*, § 120.051, 053.

[96] Texas H.B. 20, 87th Leg., Reg. Sess. §§ 1(3)-(4) (Tex. 2021).

[97] *NetChoice, LLC v. Moody*, 546 F. Supp. 3d 1082, 1096 (N.D. Fla. 2021), aff'd in part vacated in part sub nom. *NetChoice, LLC v. Att'y General, Fla.*, 34 F.4th 1196 (11th Cir. 2022), cert. granted sub nom. *Moody v. NetChoice, LLC*, 144 S. Ct. 478 (2023); *NetChoice, LLC v. Paxton*, 573 F.Supp.3d 1092, 1099 (W.D. Tex. 2021), vacated by 49 F.4th 439 (5th Cir. 2022), cert. granted, 144 S. Ct. 477 (2023).

[98] *NetChoice, LLC v. Moody*, 546 F. Supp. 3d 1082, 1096 (N.D. Fla. 2021).

[99] *NetChoice, LLC v. Att'y General, Fla.*, 34 F.4th 1196, 1220-1221 (11th Cir. 2022).

ne dei contenuti, come praticata dalle piattaforme *online*, costituisce una forma di 'giudizio editoriale' e pertanto deve essere protetta sotto l'egida della libertà di parola[100] e, come sopra richiamato, ha escluso che le piattaforme *social* potessero essere ritenute 'common carriers'.

Il contenzioso in Texas è invece iniziato il 1° dicembre 2021, quando una Corte distrettuale federale ha reputato la citata legge texana incostituzionale, emettendo anch'essa una *preliminary injunction* per sospenderne gli effetti, in particolare le limitazioni imposte alle piattaforme *social*[101]. Tuttavia, la Corte del *Fifth Circuit* si è pronunciata in senso opposto, ripristinando l'efficacia della legge[102], ritenendo che non vi fosse contrasto tra le sue disposizioni e quelle della Costituzione federale e, in particolare, aderendo alla qualificazione delle piattaforme *social* in termini di 'common carrier'[103]. Nel corso della vicenda giudiziaria federale anche la Corte Suprema ha avuto modo di pronunciarsi in merito alla nuova legge, in particolare a maggio 2022, annullando il provvedimento del *Fifth Circuit* e ripristinando gli effetti dell'ingiunzione preliminare, con una decisione assunta tuttavia con 5 voti favorevoli e 4 contrari[104].

I diversi orientamenti così espressi hanno dato vita a un contrasto giurisprudenziale di non poco conto. La questione è infine giunta alla Corte Suprema che, a settembre 2023, ha emesso un *writ of certiorari* positivo, decidendo di volersi pronunciare in merito a entrambe le leggi sotto il profilo del conflitto con il Primo emendamento, senza prendere in esame le ulteriori questioni controverse. Nel 2024, riunite le due cause, la Corte Suprema ha quindi affrontato il problema della legittimità costituzionale di entrambe le leggi sotto il profilo dell'asserita violazione del Primo emendamento: tuttavia, con una decisione all'unanimità redatta da Justice Kagan, si è ri-

---

[100] *Ivi*, 1222.

[101] *NetChoice, LLC v. Paxton*, 573 F.Supp.3d 1092, 1114-17 (W.D. Tex. 2021).

[102] *NetChoice, LLC v. Paxton*, 49 F.4th 439, 447 (5th Cir. 2022).

[103] *Ivi*, 453-454, 469-480, 493-494.

[104] *NetChoice, LLC v. Paxton,* 142 S. Ct. 1715 (2022).

tenuto che i giudici di appello non avessero esaurientemente affrontato gli aspetti di rilevanza costituzionale. Secondo la Corte, infatti, il contenzioso era stato intrapreso «as if the laws applied only to the curated feeds offered by the largest and most paradigmatic social-media platforms. But the laws could apply to, and differently affect, other kinds of websites and apps»[105]. La questione è stata quindi rinviata alle Corti inferiori al fine di permettere un miglior esame dei profili di rilevanza costituzionale ravvisati, alla luce dei principi guida stabiliti dalla Corte stessa con una maggioranza di sei giudici su nove[106].

Quanto al formante legislativo, a marzo 2020 la *U.S. House of Representatives* ha presentato un disegno di legge *bipartisan*, denominato *Stopping Harmful Offers on Platforms by Screening Against Fakes in E-commerce Act*, più comunemente noto come '*Shop Safe Act*', il cui *iter* di approvazione è ancora in corso[107], finalizzato a modificare il *Trademark Act* del 1946 e con il seguente scopo: «This bill makes an electronic commerce platform liable for infringement of a registered trademark by a third-party seller of goods that implicate health and safety unless the platform takes certain actions»[108]. Nello specifico, la piattaforma può essere ritenuta corresponsabile qualora il venditore utilizzi un marchio contraffatto in relazione alla vendita, all'offerta o alla pubblicità di tali beni sulla piattaforma. La piattaforma può evitare tale responsabilità adottando determinate misure, tra cui (1) richiedere al venditore di avere un agente registrato o un indirizzo verificato per la notifica degli atti giudiziari negli Stati Uniti, (2) verificare l'identità e le informazioni di contatto del venditore, (3) richiedere al venditore di accettare di non utilizzare marchi contraffatti con i beni venduti sulla piattaforma,

---

[105] *Moody v. NetChoice, LLC*, 144 S. Ct. 2383 (2024).

[106] *Ibidem*.

[107] Il testo del disegno di legge, nella versione presentata a giugno 2024, è consultabile al seguente *link*: *www.congress.gov/bill/118th-congress/house-bill/8684/text?s=2&r=5&q=%7B%22search%22%3A%22%5C%22shop+safe+act%5C%22%22%7D*.

[108] Cfr. *www.congress.gov/bill/117th-congress/senate-bill/1843*.

(4) implementare misure tecniche per preselezionare gli annunci sulla piattaforma e rimuovere gli annunci di beni venduti con un marchio contraffatto e (5) implementare politiche per rimuovere e bannare i trasgressori recidivi[109].

Inoltre, proprio per ovviare alle esclusioni di responsabilità garantite alle piattaforme digitali dalla citata § 230 del *Communications Decency Act* del 1996, al Congresso è in corso un dibattito finalizzato a introdurre una disciplina che imponga alle piattaforme obblighi di trasparenza degli algoritmi utilizzati[110], in particolare «the disclosure of information about algorithms to enable monitoring, checking, criticism, or intervention by third parties»[111]. Con questo spirito, nel dicembre 2022 è stato presentato al Senato federale un disegno di legge, il *Platform Accountability and Transparency Ac*t ('PATA'), che prevede che la *Federal Trade Commission* e la *National Science Foundation* promulghino linee guida finalizzate a consentire a ricercatori qualificati di sviluppare progetti di ricerca e avere accesso a informazioni riguardanti le piattaforme, di concerto con le società che ne sono titolari[112]. In particolare, il disegno di legge in esame presenta tre importanti previsioni: (i) impone alle piattaforme di divulgare una serie di informazioni e dati obbligatori che devono essere resi disponibili al pubblico su base continuativa; (ii) offre ai ricercatori opportunità di ricerca per progetti approvati dalla *National Science Foundation*, prevedendo un potere di controllo e intervento giudiziale in caso di non-compliance da parte delle piattaforme; (iii) infine, fornisce un *safe-harbor* sia ai ricercatori che alle piattaforme in caso di trasferimento dei dati[113].

Come si può notare, le piattaforme digitali pongono una molteplicità di problemi, anche di natura complessa, che coinvolgono

---

[109] *Ibidem*.

[110] N. Diakopoulos, M. Koliska, *Algorithmic Transparency in the News Media*, in *Digit. Journalism,* 2017, 5, p. 809 ss., p. 811.

[111] E. Douek, *Content Moderation as Systems Thinking*, in *Harv. L. Rev.*, 2022, 136, p. 526 ss., pp. 576-577.

[112] *Platform Accountability and Transparency Act*, S. 5339, 117th Congress, §§ 2(7)(8), 2(5), 3(a) (2022).

[113] *Platform Accountability and Transparency Act*, S. 1876, 118th Congress, §§ 9(b), 4(d)(e); 8(a) (2023).

profili giuridici eterogenei (diritti di rango costituzionale, quali il diritto di libera espressione e quello alla *privacy*[114]*; il diritto antitrust*; la regolamentazione dei servizi finanziari; le regole contrattuali in relazione ai fenomeni di *e-commerce*; la responsabilità extracontrattuale; i cd. '*cybercrimes*', per citarne solo alcuni) e rende difficile una loro regolamentazione puntuale.

L'analisi del contesto statunitense, caratterizzato da intense interazioni tra i formanti di quell'ordinamento e da un fervente dibattito che coinvolge tutti gli attori della società americana, testimonia proprio il ruolo di primo piano che le piattaforme digitali hanno assunto e la difficoltà di darne una compiuta ed efficace disciplina giuridica: anche gli sforzi del legislatore, culminati nei citati progetti di legge federale e nelle controverse leggi statali richiamate, paiono in partenza poco idonei a rispondere a tale esigenza, sostanziandosi in interventi settoriali e circoscritti[115].

4. *Il contesto cinese e le piattaforme digitali*

Nel 2019, gli utenti globali hanno trascorso il 50% del tempo di utilizzo del loro *smartphone* su *social network* e *app* di comunicazione[116]. Tuttavia, oggigiorno, con riguardo alle piattaforme digitali si assiste a un progressivo declino delle attività

---

[114] In proposito è interessante richiamare il fatto che, negli Stati Uniti, il diritto alla *privacy* non è espressamente menzionato nella Costituzione o nel *Bill of Rights*; tuttavia esso viene ritenuto uno dei più significativi diritti di rango costituzionale, appartenente alla categoria dei cd. '*penumbra rights*', quei diritti, cioè, che cadono nel cono d'ombra di altri diritti espressamente riconosciuti (nel caso di specie, il diritto di proprietà e lo *ius excludendi alios*). La teorizzazione del diritto alla *privacy* nel modello statunitense si deve al celebre saggio di Warren e Brandeis, pubblicato nel 1890 sulla *Harvard Law Review*: S.D. Warren, L. Brandeis, *The Right to Privacy*, in *Harv. L. Rev.*, 1890, 5, pp. 193-220.

[115] L'intervento normativo è segnato dal limite dei suoi attori: il diritto traccia l'alveo, vincola, ma non assicura un determinato esito in modo meccanico: R. Sacco, *Il diritto muto*, Bologna, 2015; R. Pound, *Law in Books and Law in Action*, in *Am. Law Rev.*, 1910, 44, pp. 4-5.

[116] S. Perez, *App Stores Saw Record 204 Billion App Downloads in 2019, Consumer Spend of $ 120 Billion*, in *TechCrunch*, 15 gennaio 2020 (*https://*

puramente '*social*' a favore di utilizzi più mirati. Sebbene connettersi con gli amici rimanga lo scopo principale dell'utilizzo dei *social media*, si sta assistendo a una tendenza verso altre finalità, quali l'accesso alle notizie, l'acquisto di beni o servizi, e così via. I *social media* continuano a fondere intrattenimento e commercio, creando un *hub* per il consumo di massa.

In relazione a tale profilo è di particolare interesse lo sviluppo delle piattaforme digitali verificatosi in Cina. Come noto, molte BigTech straniere (principalmente americane) quali Facebook (Meta), l'allora Twitter e Instagram, non sono accessibili in Cina a causa del cd. '*Great Firewall*'[117]. Il 'Golden Shield Project' della Cina è iniziato nel 1996, ma la sua effettiva implementazione è avvenuta nel 2008: questo progetto, noto anche come 'Progetto Informativo Nazionale per la Sicurezza Pubblica', e ritenuto fondamentale per la sicurezza di rete a livello nazionale, è stato avviato dalla Commissione Centrale per gli Affari del Cyberspazio della Repubblica Popolare Cinese[118]. '*Great Firewall*' è il soprannome che i *media* occidentali hanno dato a un sottosistema del *Golden Shield Project* per rimarcare la gravità e l'estensione del blocco informativo che impone all'intero Paese[119]: questo particolare *firewall* implementa il controllo dell'accesso alle informazioni at-

---

techcrunch.com/2020/01/15/app-stores-saw-record-204-billion-app-downloads-in-2019-consumer-spend-of-120-billion/).

[117] Per approfondimenti, *ex multis*: C. Keaton, *The Fortification of the Great Firewall and Its Effect on E-Discovery Disputes in U.S. Courts*, in *Univ. Pitts. L. Rev.,* 2020, 1, p. 173 ss.; M. Sechenova, *Fahrenheit 451: Burning through the Great Firewall of China*, in *Indonesian J. of Int'l and Comp. L.*, 2016, 2, p. 283 ss.; K. Davis, *The Great Firewall of China*, in *ABA Journal*, 2015, 11, pp. 17-18.

[118] Si tratta di un progetto articolato, comprende un sistema informativo per la gestione della sicurezza; un sistema informativo per la prevenzione della criminalità; un sistema informativo per l'amministrazione delle uscite e degli ingressi; un sistema informativo per la supervisione e un sistema informativo per la gestione del traffico. S. Chandel, Z. Jingji, Y. Yunnan, S. Jingyao, Z. Zhipeng, *The Golden Shield Project of China: A Decade Later – An In Depth Study of the Great Firewall*, in *Int'l Conference on Cyber-Enabled Distributed Computing and Knowledge Discovery (CYBERC)*, 2019, p. 111 ss., p. 112 (*www.acsu.buffalo.edu/~yunnanyu/files/papers/Golden.pdf*).

[119] *Ibidem*.

traverso rigide politiche di sicurezza e controlla e censura il flusso di dati[120]. Secondo il governo cinese, l'intento del *Golden Shield Project* è quello di filtrare e censurare informazioni errate provenienti dall'esterno della Cina per proteggere la società dalla loro influenza[121]. Dal suo inizio, vent'anni fa, il progetto si è evoluto e trasformato in un sistema altamente sicuro e monitorato, che è appunto descritto con il termine «Great Firewall»[122]. Gli effetti più significativi dell'implementazione del '*Great Firewall*' consistono nel fatto che in Cina continentale alcune delle *app* e siti *web* dei *social network* più popolari al mondo, come Facebook, YouTube, Twitter (ora X), WhatsApp e Instagram, sono bloccati.

Tuttavia, ciò ha permesso lo sviluppo di piattaforme cinesi con funzionalità equivalenti a quelle occidentali, dando vita a un mercato e a un sistema di interconnessioni di grande potenzialità. Anche nel contesto cinese molti social media sono stati originariamente creati per consentire lo scambio di messaggi o la pubblicazione di contenuti; successivamente, però, si sono evoluti in una sorta di piattaforme '*all-in-one*', che consentono agli utenti di conseguire diversi obiettivi utilizzando un solo strumento. Tra queste si evidenzia, in particolare, l'accesso a servizi finanziari e di *e-commerce*, da un lato, e lo sviluppo di '*in-app-checkout*' dall'altro.

Una funzionalità di pagamento '*in-app*' consente agli utenti di effettuare un acquisto senza uscire dall'*app* del *social media* e offre un'esperienza di *shopping* semplificata[123]. In Cina, WeChat è il portale più importante per indirizzare gli utenti verso i *brand*. Dal 2017, WeChat ha sperimentato un nuovo modello di *e-commerce*: ha iniziato a integrare 'mini-programmi' nell'*app* principale, che consentono ai commercianti di in-

---

[120] J.A. Lee, *Great Firewall*, in *The Chinese Univ. of Hong Kong Faculty of Law*, Research Paper n. 2018-10, 2018, pp. 407-408 (*https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3192725*).

[121] *Ibidem*.

[122] C. Tan, *The Great Cyberwall: Navigating China's Cross-Border Data Laws*, in *B.C. Intell. Prop. & Tech. F.*, 2024, 1, p. 1 ss.

[123] Cfr. ad esempio, D. Keyes, *Instagram Is Moving Toward Becoming a Full-Blown E-commerce Platform*, in *Bus. Insider*, 2 maggio 2019 (*www.businessinsider.com/instagram-in-app-checkout-feature-2019-5*).

teragire ulteriormente con i propri *follower* e potenziali clienti[124]. I mini-programmi garantiscono ai marchi la libertà di progettare autonomamente l'interfaccia della propria pagina di *e-commerce* e di accedere e analizzare i dati dei clienti, riducendo così i costi di acquisizione dei clienti: ad esempio, il mini-programma di Air China consente di prenotare voli, effettuare il *check-in*, scegliere i posti, controllare le informazioni sul volo e le condizioni meteo a destinazione, accedere ai servizi VIP e così via[125]. Inoltre, WeChat non presenta praticamente alcuna limitazione per chi voglia aprire negozi *online* tramite i mini-programmi, a condizione che vengano forniti i documenti richiesti per la verifica[126]. Nel 2018, il numero di mini-programmi ha raggiunto un milione, ovvero la metà delle dimensioni dell'App Store di Apple di quell'anno[127]. Nel 2019 Tencent, la società proprietaria di WeChat, ha annunciato che i suoi utenti hanno speso in quell'anno 800 miliardi di yuan cinesi proprio tramite i mini-programmi[128]. Sempre nel 2018, Instagram attivava gli '*shoppable posts*', una funzionalità che mostrava il prezzo dei prodotti visualizzati e un *link* diretto al sito *web* di *shopping*[129]. Questa funzionalità era però un po' macchinosa, poiché gli utenti venivano reindirizzati a *link*

---

[124] B. Wan Li, *Data Privacy and China's "Super-App" WeChat*, in *Penn St. J.L. & Int'l Affairs*, 2023, 12, p. 69 ss.

[125] *Ivi*, p. 73.

[126] In generale: *Service Categories Available for Mini Programs*, WeChat Off. Documents (*https://developers.weixin.qq.com/miniprogram/en/product/material/#Service-Categories-Available-for-Mini-Programs-Owned-by-Entities-Other-Than-Individuals*). Questa pagina elenca i documenti richiesti a persone fisiche, persone giuridiche e soggetti stranieri per candidarsi all'attivazione del mini programma. Questi documenti sono generalmente richiesti dal governo cinese per la regolamentazione del commercio.

[127] R. Liao, *WeChat Reaches 1M Mini Programs, Half the Size of Apple's App Store*, in *TechCrunch*, 7 novembre 2018 (*https://techcrunch.com/2018/11/07/wechat-mini-apps-200-million-users/*).

[128] M. Borak, *WeChat Mini Programs Are Becoming a Lot More Important for Tencent*, in *S. China Morning Post*: *Abacus*, 9 gennaio 2020 (*www.scmp.com/abacus/tech/article/3045430/wechat-mini-programs-are-becoming-lot-more-important-tencent*).

[129] A. Pardes, *Instagram's New Shopping Feature Makes It a Digital Mall*, in *Wired*, 19 marzo 2019 (*www.wired.com/story/instagram-in-app-shopping-feature/*).

esterni e dovevano sperimentare una complessa procedura di pagamento ogni volta che effettuavano un ordine[130]. Un anno dopo, Instagram ha abilitato il pagamento diretto '*in-app*' per questo tipo di *post*. In seguito, una nuova funzionalità ha consentito agli utenti di acquistare articoli con le informazioni di pagamento memorizzate, senza uscire dall'*app*, ma si prevedeva il pagamento di una 'commissione venditore' per abilitare l'opzione 'Paga con Instagram', e originariamente l'opzione era disponibile solo per alcuni marchi-*partner* selezionati[131]. A marzo 2019 anche Facebook ha espresso interesse per il *social shopping*, concentrandosi sulla creazione di un servizio di messaggistica '*one-stop-shop*' che combinasse tutto ciò che l'azienda offre. Sebbene ci siano molte differenze tra Facebook e WeChat, lo sviluppo di un servizio '*all-in-one*' è sembrato puntare nella stessa direzione: implementare il maggior numero possibile di funzioni essenziali per incoraggiare gli utenti a rimanere all'interno di un'unica *app*[132].

Attualmente la possibilità di effettuare acquisti in forma semplificata e senza uscire dall'*app* è una caratteristica comune a tutte le principali piattaforme *social*.

Un altro esempio è Douyin/TikTok. Nata come piattaforma video di breve durata in cui gli utenti condividono momenti di vita e creatività attraverso *clip* di 15 secondi, TikTok ha conquistato sia il mercato cinese che quello occidentale. A fronte del grande successo di TikTok, numerosi *brand* hanno lanciato le loro campagne pubblicitarie e promozionali su questa piattaforma[133]. Nel 2018, Bytedance (la società sviluppatrice di Douyin e TikTok) ha stretto una *partnership* con la società di *e-commerce* Alibaba, proprietaria di Taobao, la più grande piattaforma di *shopping online* in Cina. Insieme, Bytedance e Alibaba hanno offerto un pulsante '*shop now*' integrabi-

---

[130] *Ibidem*.

[131] J. Constine, *Instagram Launches Shopping Checkout, Charging Sellers a Fee*, in *TechCrunch*, 19 marzo 2019 (*https://techcrunch.com/2019/03/19/instagram-checkout/*).

[132] B. Wan Li, *op. cit.*, *passim*.

[133] C.G. Weissman, *How Tiktok Is Testing In-app E-Commerce*, in *Digiday*, 10 luglio 2019 (*https://digiday.com/retail/tiktok-testing-app-e-commerce/*).

le nei video degli *account* Douyin con oltre un milione di *follower*[134]. Il pulsante reindirizza gli spettatori a Taobao, tramite un *link* al prodotto con un solo *clic*. Questa nuova funzionalità ha generato grandi profitti in breve tempo. Successivamente, Douyin ha reso la funzione disponibile a un maggior numero di utenti, abbassando la soglia dagli *account* con un milione di *follower* a quelli con soli ottomila *follower* e più di dieci *post*[135]. Dal canto suo, Bilibili è una delle piattaforme di condivisione video più popolari in Cina, incentrata sul mondo dell'animazione, dei fumetti e dei videogiochi, in cui gli utenti possono inviare, visualizzare e aggiungere sottotitoli ai video. Integra anche un '*marketplace in-app*' che vende biglietti per eventi e prodotti correlati appunto all'animazione, ai fumetti e ai videogiochi[136]. Bilibili, esemplifica bene come piattaforme video paragonabili a YouTube monetizzino il traffico degli utenti.

L'epidemia da Covid-19 e i conseguenti provvedimenti di *lockdown*, come noto, hanno costituito un volano senza precedenti per l'*e-commerce* e lo sviluppo delle piattaforme digitali: da diverso tempo oramai, come evidenziato, il confine tra *social media* e piattaforme di *e-commerce* sta scomparendo.

La Cina, essendo il Paese più popoloso al mondo e uno di quelli con la più rapida crescita economica, offre ai marchi del lusso globali un importante mercato per l'*e-commerce*. La costante crescita del numero di utenti cinesi dei social media presenta nuove opportunità, ad esempio per i *brand* internazionali del lusso. I *social media* offrono infatti un potente strumento per sondare il mercato e individuare comportamenti e tendenze dei clienti. Gli ultimi eventi di moda, i lanci di prodotti o le apparizioni di celebrità possono stimolare discussioni sui *social media*; gli *hashtag* aiutano inoltre i marchi

---

[134] J. Hale, *TikTok Is a Mostly Untapped Space for Western Ecommerce - But Chinese Companies are Using it to Make Millions*, in *Tubefilter*, 10 luglio 2019 (*www.tubefilter.com/2019/07/10/tiktok-douyin-ecommerce-marketing-does-tiktok-monetize/*).

[135] *Ibidem*.

[136] S. Noel, *The Commercialization of the Bilibili Platform with a New E-commerce Function*, in *Daxue Consulting*, 24 giugno 2019 (*https://daxueconsulting.com/commercialization-bilibili-platform/*).

del lusso a navigare e filtrare le recensioni o le preferenze dei clienti. Di conseguenza, questi *brand* spesso utilizzano i *social media* per monitorare la reputazione del marchio tramite *influencer online*, al fine di attrarre clienti in linea con determinati valori sociali del marchio stesso[137]. Grazie alla combinazione di un numero enorme di utenti e di una varietà di piattaforme, i *social media* cinesi offrono ai marchi del lusso un'opportunità significativa per sollecitare vendite su larga scala[138]. Ad esempio, Burberry è stato riconosciuto come il primo marchio del lusso a utilizzare i *social media* per il *marketing* delle vendite lampo in Cina: il 17 agosto 2018, in occasione del giorno di San Valentino, Burberry ha lanciato un mi-

---

[137] S. Guan, *93% of Consumer Engagement with Luxury Brands Happens on Instagram*, in *Digimind*, 30 novembre 2018 (*www.digimind.com/en/news/93-of-consumer-engagement-with-luxury-brands-happens-on-instagram*).

[138] Per converso, proprio le piattaforme *social* e di *e-commerce* rappresentano un'opportunità per la commercializzazione di prodotti contraffatti. Le piattaforme digitali sono riluttanti a divulgare informazioni sugli utenti per questioni di *privacy*, e in genere lo fanno solo in presenza di provvedimenti giudiziali. Molte piattaforme adottano sistemi di *reporting*, consentendo ai titolari dei marchi di segnalare violazioni dei loro diritti di proprietà intellettuale: Facebook, ad esempio, prevede la rimozione del contenuto e la segnalazione nei confronti dell'autore del *post*, tuttavia non è prevista la divulgazione ai titolari dei marchi di informazioni e dati relativi a quest'ultimo, il che, si ritiene, rende poco efficace questa forma di tutela. Anche la via giudiziale non è ritenuta particolarmente efficace in questo ambito, perché molte piattaforme digitali sono di proprietà di società incorporate negli Stati Uniti, il che comporta la necessità per i *brand* di adire le Corti americane per intraprendere un contenzioso contro parti ignote e senza la collaborazione delle piattaforme. Un caso emblematico è *Nine West Dew. Corp. V. Does 1-10* - No. 07-cv7533 (S.D.N.Y., 24 Agosto 2007) in cui il noto marchio di abbigliamento aveva segnalato per due volte a Facebook dei post falsi, apparentemente riconducibili proprio a Nine West. In conformità alla sua *policy*, Facebook aveva rimosso i post e segnalato la violazione al loro autore effettivo, ma rifiutandosi sempre di divulgare informazioni su tale autore a Nine West. Per approfondimenti sui problemi legati al '*counterfeiting*' sulle piattaforme social: A. Stroppa et al., *Instagram and Counterfeiting in 2019: New Features, Old Problems*, in *Ghostdata*, 9 aprile 2019, p. 6 (*https://ghostdata.io/report/Instagram_Counterfeiting_GD.pdf*); M. Woodhouse, *IP Enforcement in the Digital Age: Identifying Infringers in an Anonymous Online Environment*, in *IP Watchdog*, 23 marzo 2019 (*www.ipwatchdog.com/2019/03/23/ip-enforcement-in-the-digital-age-identifying-infringers-online/id=107610/*).

ni-programma[139] su WeChat, la piattaforma *social* più popolare in Cina, per vendere due nuove borse in esclusiva per quel mercato[140]. Nello stesso anno, Christian Dior è diventato il primo marchio del lusso a sfruttare il *live streaming* per vendere i suoi prodotti di bellezza su WeChat. Questo *live streaming*, della durata di un'ora, si è svolto il 16 novembre 2018 e ha attirato oltre tre milioni di visitatori[141].

Visti gli enormi progressi e la forte crescita economica raggiunti nel settore dell'*e-commerce*, è interessante notare l'attenzione prestata a questi fenomeni dalle Autorità cinesi, culminata con l'istituzione di tribunali informatici e l'approvazione, nel 2019, della Legge sull'E-Commerce[142].

La Cina ha istituito il suo primo tribunale informatico[143] nel 2017 a Hangzhou, nota come la capitale dell'*e-commerce*

---

[139] I mini-programmi sono *app* che vengono eseguite all'interno di un'altra *app*, come WeChat. Non devono essere scaricate o aggiornate tramite gli *app store*. Permettono a un'*app* di svolgere il servizio di molte *app* combinate. J. Wu, *Mini Programs: The Apps inside Apps that Make WeChat So Powerful*, in *S. China Morning Post,* 27 febbraio 2019 (*www.abacusnews.com/who-what/mini-programs-apps-inside-apps-make-wechat-so-powerful/article/3000920*).

[140] T. Smith, *Exclusive: Burberry Launches 2 Handbags Just for China on First WeChat Mini-Program*, in *Jing Daily*, 3 agosto 2018 (*https://jingdaily.com/burberry-wechat-mini-program/*).

[141] Y. Pan, *In an Industry First, Dior Beauty Debuts Livestreaming Sales on WeChat*, in *Jing Daily*, 16 novembre 2018 (*https://jingdaily.com/dior-livestreaming-wechat/*).

[142] *Ex multis:* S. Xia, *China's New E-Commerce Law and Its Foreign Company Impacts*, in *China L. Blog*, 11 aprile 2019 (*www.chinalawblog.com/2019/04/chinas-new-e-commerce-law-and-its-foreign-company-impacts.html*); D. Deahl, *China Launches Cyber-Court to Handle Internet-Related Disputes*, in *Verge*, 18 agosto 2017 (*www.theverge.com/tech/2017/8/18/16167836/china-cyber-court-hangzhou-internet-disputes*).

[143] Come noto, molte piattaforme digitali hanno il proprio sistema di *Online Dispute Resolution* ('ODR'). Tra questi i più conosciuti sono l'eBay *Money Back Guarantee Policy*, che si applica quando l'acquirente non riceve il bene, o l'articolo ricevuto dall'acquirente non corrisponde all'inserzione, o il venditore non rispetta la politica di restituzione e rimborso. La procedura è sostanzialmente la stessa per i tre tipi di reclamo e si articola in quattro *step*: la segnalazione dell'acquirente, la risposta del venditore, l'intervento (eventuale, in caso di mancato accordo tra le parti) di eBay e il cd. 'appello'. Anche Tmall Global, una controllata di Alibaba per gli acquisti di beni stranieri di alta qualità da parte dei consumatori cinesi, ha il proprio sistema di ODR, che di-

cinese, sede di Alibaba e di molte altre aziende di Internet[144]. Con la creazione del tribunale informatico la Cina ha affrontato il drastico aumento del numero di controversie legate a *internet*. In un anno, il tribunale informatico di Hangzhou ha accolto oltre 12.000 casi relativi a *internet* e ne ha definiti più di 10.000[145]. Poco dopo l'istituzione di questa corte, la Cina ha inaugurato altri due tribunali informatici a Pechino e Guangzhou, per migliorare l'efficienza giudiziaria attraverso le innovazioni tecnologiche[146]. La differenza tra i tribunali virtuali e quelli tradizionali risiede principalmente nelle procedure e nelle tecnologie adottate[147]. I tribunali virtuali non richiedono la presenza fisica delle parti; tutti i documenti, inclusi gli atti depositati, la presentazione delle prove, i pagamenti e le notifiche, vengono elaborati *online* attraverso strumenti di *blockchain*, intelligenza artificiale e *cloud computing*, e

---

stingue tra controversie in corso di vendita e controversie post-vendita. Questi sistemi di ODR si sono rivelati molto efficaci nell'accrescere la fiducia degli acquirenti e gestire gran parte dei possibili conflitti tra questi e i venditori. Tuttavia è opinione comune che queste forme di gestione privata delle controversie non siano da sole sufficienti: di qui la necessità, avvertita in diversi Paesi, di istituire un idoneo sistema di definizione di questa specifica tipologia di controversie. Per approfondimenti, *inter alia*: T. Li, D. Li, H. Zhao, *Towards More Effective Odr for Cross-Border B2C E-Commerce: Self-Regulated or State-Run?*, in *Tsinghua China L. Rev.*, 2024, 16, p. 225 ss.; Y. Liu, Y. Wan, *Consumer Satisfaction with the Online Dispute Resolution on a Second-Hand Goods-Trading Platform*, in *Sustainability*, 2023, 15, p. 3182 ss. In relazione alla tutela dei consumatori in ottica comparata: G.A. Benacchio, *Tutela delle scelte economiche consumeristiche e punti deboli del modello europeo e nazionale*, in *Il diritto dell'economia*, 2018, 97, p. 1017 ss.

[144] D. Deahl, *China Launches Cyber-Court to Handle Internet-Related Disputes*, in *Verge*, 18 agosto 2017 (*www.theverge.com/tech/2017/8/18/16167836/china-cyber-court-hangzhou-internet-disputes*).

[145] *Ibidem*.

[146] G. Du, M. Yu, X. Li, *China's Supreme Court Issues a White Paper on Chinese Courts and Internet Judiciary*, in *China Justice Observer*, 8 dicembre 2019 (*www.chinajusticeobserver.com/a/supreme-peoples-court-issues-a-white-paper-on-china-court-and-internet-judiciary*).

[147] P. Beconcini, *More "NetCourts" Opening in China*, in *Squire Patton Boggs*, 14 novembre 2018 (*www.iptechblog.com/2018/11/more-netcourts-opening-in-china/*).

le udienze vengono svolte in videoconferenza[148]. A questo proposito, proprio il tribunale informatico di Hangzhou è stato il primo ad affermare che i dati contenuti in una *blockchain* possono essere ammessi come «prova elettronica»; successivamente, in un caso del 2019, *Huatai Yimei Ltd. v. Yangguang Feihua Ltd* lo stesso ha ritenuto che la cd. '*blockchain generated evidence*', che è cosa diversa dai dati meramente conservati in una *blockchain*, costituiscono a tutti gli effetti una prova autentica, ammissibile in giudizio[149].

I tribunali informatici hanno competenza transregionale su tutti i casi relativi a *internet* che rientrano nelle categorie di competenza per materia: se un ricorrente può dimostrare un collegamento effettivo rispetto a Hangzhou, Pechino e Guangzhou, i tribunali informatici sono competenti a decidere la controversia[150]. La Corte Suprema del Popolo cinese ha spiegato che la 'localizzazione' di un illecito su una rete informatica include il luogo in cui si trovano il *computer* e gli altri dispositivi informatici utilizzati per commettere il presunto illecito[151]. Pertanto, una società straniera che volesse agire per la tutela dei suoi diritti lamentando violazioni perpetrate su

---

[148] Z. Liu, C. Zhang, *From "Online Trial" to "Network Governance": A Perspective on the Functional Transformation of Internet Courts*, in *Frontiers L. China*, 2024, 19, p. 42.

[149] H. Wu, G. Zheng, *Electronic Evidence in the Blockchain Era: New Rules on Authenticity and Integrity*, in *Comput. L. & Secur. Rev.*, 2020, 36, pp. 1-2.

[150] S. Wang, *A Chinese Lesson in Combating Online Counterfeits: The Need to Place Greater Obligation on Social Media as They Transform to E-Commerce Platforms*, in *Fed. Comm L.J.*, 2021, 73, p. 358.

[151] The Supreme People's Court, *Interpretations of the Supreme People's Court on Applicability of the Civil Procedure Law of the People's Republic of China*, 201 (*https://ipkey.eu/sites/default/files/legacy-ipkey-docs/interpretations-of-the-spc-on-applicability-of-the-civil-procedure-law-of-the-prc-2.pdf*). Rispetto a questa funzione svolta dalla Corte Suprema del Popolo si veda, in particolare, M. Timoteo, *La difesa di marchi e brevetti in Cina*, Torino, 2014², pp. 39-40: «La Corte, oltre alle funzioni tipiche di una corte di vertice, svolge anche un'importante attività di orientamento all'attività giurisprudenziale rendendo interpretazioni su questioni specifiche che riguardano l'applicazione della legge da parte delle corti. Tale ultima attività […] viene svolta attraverso l'emanazione di "chiarimenti interpretativi" […] e "pareri" […] sulle leggi nazionali».

una piattaforma *social*, potrebbe soddisfare il requisito della competenza territoriale collegando la pretesa al luogo in cui ha sede la (società titolare della) piattaforma: infatti, la maggior parte delle principali società cinesi operanti in *internet* hanno la sede principale o secondaria nelle città di Hangzhou, Pechino e/o Guangzhou[152].

Un altro fattore di rilievo è stata l'approvazione, nel 2019, della citata Legge sull'E-Commerce[153]. Questa nuova legge si applica a tre tipi di operatori: operatori di piattaforme di *e-commerce*, commercianti terzi che utilizzano piattaforme di *e-commerce* per vendere beni e servizi e venditori *online* che gestiscono i propri siti *web* o fanno affari tramite altri canali di rete, come i siti di *social media* (ad esempio i commercianti che vendono beni tramite WeChat o Douyin/TikTok)[154]. La legge affronta anche i requisiti di conformità per gli operatori di piattaforme e i commercianti, come la verifica della loro identità, la tenuta dei registri, la conformità fiscale e la protezione della proprietà intellettuale[155] e deve perciò essere correlata al complesso quadro normativo già esistente in materia[156].

5. Segue*: l'offerta di nuovi servizi, anche finanziari, da parte delle piattaforme digitali e la reazione delle Autorità cinesi*

L'ingresso delle piattaforme digitali nel settore finanziario è uno degli sviluppi più significativi avvenuti nei quindici anni successivi alla crisi finanziaria globale del 2008. Si ritiene

---

[152] Z. Liu, C. Zhang, *op. cit.*, pp. 42-44.

[153] Il testo in inglese della legge è disponibile al sito: *www.chinalawtranslate.com/en/p-r-c-e-commerce-law-2018/*.

[154] Z. Soo, *Here's How China's New E-Commerce Law Will Affect Consumers, Platform Operators*, in *SCMP*, 1° gennaio 2019 (*www.scmp.com/tech/apps-social/article/2180194/heres-how-chinas-new-e-commerce-law-will-affect-consumers-platform*).

[155] *Ibidem*.

[156] Per tutti: M. Timoteo, *La difesa di marchi e brevetti in Cina*, cit., *passim*, ove un'analisi dettagliata del quadro normativo cinese in materia, nonché delle procedure di tutela e dei poteri riconosciuti alle varie Autorità competenti.

in particolare che la cd. '*platformization*' della finanza offra una serie di vantaggi per i consumatori, in particolare in termini di efficienza, inclusione finanziaria e accesso ai finanziamenti, tutti fattori che comportano benefici più ampi in termini di crescita e sviluppo.

Il contesto cinese è stato un pioniere di questo fenomeno: in Cina, BigTech come Ant Group e Tencent hanno ampliato le loro attività nel settore finanziario, iniziando con i servizi di pagamento ed estendendo poi il loro raggio d'azione sino a offrire prodotti di credito, assicurativi e di investimento[157]. Sfruttando i loro effetti di rete e l'accumulo di dati[158], queste BigTech hanno promosso l'innovazione finanziaria con modelli di *business* basati sulla tecnologia e hanno conquistato una quota di mercato significativa in una vasta gamma di segmenti, in particolare per i privati meno serviti e le piccole e medie imprese (PMI). Negli ultimi anni, Ant Group e Tencent sono diventati attori formidabili nell'economia delle piattaforme cinese, creando un duopolio con posizioni di mercato di rilievo: Alipay e WeChat Pay, le piattaforme di servizi di pagamento digitale gestite da Ant Group e Tencent, detengono una quota di mercato combinata superiore al novanta percento[159]. Le dimensioni e la portata dei loro ecosistemi finanziari indicano il grande potenziale della cd. '*platformization*', contribuendo all'emergere di nuovi istituti di importanza sistemica: ciò ha sollevato preoccupazioni normative in merito al problema del '*too-big-to-fail*', poiché la stabilità finanziaria potrebbe essere

---

[157] J. Frost et al., *BigTech and the Changing Structure of Financial Intermediation*, in *Bank for International Settlements – BIS Working Papers* n. 779, 2019, p. 2 (*www.bis.org/publ/work779.pdf*).

[158] Un vantaggio distintivo delle piattaforme BigTech viene ritenuta la loro ampia base di clienti. Gli effetti di rete sono strettamente correlati alle dimensioni della base clienti, ovvero il beneficio per un utente derivante da un prodotto o servizio aumenta con il numero di utenti che partecipano alla piattaforma BigTech. Bank For International Settlements, *BIS Annual Economic Report 2019*, p. 62 (*www.bis.org/publ/arpdf/ar2019e.pdf*).

[159] D.A. Zetzsche et al., *Digital Finance Platforms: Toward A New Regulatory Paradigm*, in *U. Pa. J. Bus. L.*, 2020, 23, p. 273 ss.

minacciata dal crescente predominio delle BigTech nell'innovazione finanziaria[160].

Per converso, grazie a volumi di dati così elevati, le BigTech possono sviluppare algoritmi e tecniche innovative per semplificare i processi aziendali e aumentare l'efficienza decisionale nel settore finanziario e le solide capacità analitiche consentono a tali soggetti di offrire ai clienti servizi e prodotti migliori, personalizzati in base alle loro esigenze[161]. Questi miglioramenti nella qualità dei servizi finanziari attraggono quindi più clienti e supportano un'innovazione costante per ottenere un vantaggio competitivo sostenibile sul mercato, che si riferisce ad attività interconnesse[162].

Sotto questo profilo, la parabola di Ant Group Co., Ltd. (precedentemente noto come Ant Financial) è forse l'esempio paradigmatico per illustrare lo sviluppo di piattaforme di finanza digitale in Cina, che *inter alia* offrono un'ampia gamma di servizi finanziari. Originariamente sviluppato come soluzione *escrow*[163] per operazioni di *e-commerce*, Ant Group ha lanciato la prima applicazione di pagamento *mobile* in Cina e ha poi ampliato i suoi servizi attraverso l'innovazione tecnologica, sino comprendere un sistema di pagamento, servizi di investimento, prodotti di credito e assicurativi[164]. Un servizio particolarmente degno di nota è la piattaforma di pagamento digitale 'Alipay', che nel 2020 contava oltre 700 milioni di utenti attivi e 80 milioni di commercianti attivi[165]. Sulla base di enormi quantità di dati relativi alle transazioni e ai clienti,

---

[160] *Ivi*, in particolare pp. 319-320.

[161] OECD, *Artificial Intelligence, Machine Learning and Big Data in Finance – Opportunities, Challenges and Implications for Policy Makers*, OECD Publishing, Paris, 2021, p. 21 (*www.bis.org/publ/arpdf/ar2019e.pdf*).

[162] J. Frost et al., *BigTech and the Changing Structure of Financial Intermediation*, cit., pp. 9-10.

[163] Per approfondimenti: A. Fusaro, *La clausola di escrow account*, in *NGCC*, 2015, 9, p. 566 ss.

[164] Si veda il prospetto ufficiale predisposto in occasione dell'IPO del 27 ottobre 2020 di Ant Group Co., Ltd. e pubblicato sul sito della *Hong Kong Stock Exchange*, pp. 1 e 4 (*www1.hkexnews.hk/listedco/listconews/sehk/2020/1026/2020102600165.pdf*).

[165] *Ivi*, p. 168.

le società di microcredito sussidiarie di Ant Group personalizzano i prodotti in base alle diverse esigenze di finanziamento di privati e aziende, in particolare per i segmenti non serviti o sotto-serviti del settore finanziario tradizionale: Ant Group è diventato quindi uno dei maggiori fornitori di credito al consumo e alle piccole imprese in Cina e una delle piattaforme di finanza digitale più sviluppate al mondo[166]. Prima dell'IPO[167] pianificata a Shanghai e Hong Kong nel 2020, la valutazione di Ant Group aveva raggiunto oltre 300 miliardi di dollari, ossia una valutazione paragonabile a quella di JPMorgan Chase e superiore a quella di molte banche statunitensi[168]. Tuttavia, a novembre 2020, quindi poco prima della collocazione presso il pubblico delle azioni interessate, la Shangai Stock Exchange ha annunciato la sospensione della prevista IPO perché Ant Group non avrebbe soddisfatto le condizioni per l'offerta e la quotazione, né quelle relative agli obblighi di *disclosure*[169].

In proposito, è interessante osservare che, a fronte della politica nazionale cinese volta a incoraggiare l'innovazione, le

---

[166] *Ibidem*, *passim*.

[167] Una IPO - *Initial Public Offering* - è il processo attraverso il quale una società privata decide di quotarsi in borsa: nello specifico, si tratta di una tipologia di offerta pubblica di vendita o di sottoscrizione finalizzata all'ammissione alla quotazione su un mercato regolamentato (cfr. *www.borsaitaliana.it/borsa/glossario/ipo-offerta-pubblica-iniziale.html*).

[168] R. Zhong, *Ant Group Set to Raise $34 Billion in World's Biggest I.P.O.*, in *The New York Times*, 26 ottobre 2020 (*www.nytimes.com/2020/10/26/technology/ant-group-ipo-valuation.html*).

[169] Il testo in inglese del comunicato ufficiale della *Shangai Stock Exchange* è disponibile al sito: *https://english.sse.com.cn/news/newsrelease/c/5253317.shtml*. Molti commentatori ritengono che tale decisione sia stata in parte dovuta a un controverso discorso pubblico, pronunciato a Shangai il 24 ottobre 2020, da uno dei fondatori di Alibaba, Jack Ma Yun, in cui veniva criticata la regolamentazione finanziaria cinese. *Ex multis*: R. McMorrow, S. Yu, *The Vanishing Billionaire: How Jack Ma Fell Foul of Xi Jinping*, in *Financial Times*, 15 aprile 2021 (*www.ft.com/content/1fe0559f-de6d-490e-b312-abba0181da1f*); J. Yang, L. Wei, *China's President Xi Jinping Personally Scuttled Jack Ma's Ant IPO*, in *Wall Street Journal*, 12 novembre 2020, 12.56 PM (*www.wsj.com/world/china/china-president-xi-jinping-halted-jack-ma-ant-ipo-11605203556*); H. Sender, *Jack Ma vs. the Party: Inside the Collapse of the World's Biggest IPO*, in *Nikkei Asia*, 18 novembre 2020, 6.23 AM (*https://asia.nikkei.com/Spotlight/Most-read-in-2020/Jack-Ma-vs.-the-Party-Inside-the-collapse-of-the-world-s-biggest-IPO*).

BigTech hanno operato in un contesto normativo 'permissivo' nelle prime fasi del loro sviluppo, in particolare dal 2010 al 2020: si ritiene infatti che i due principali colossi, Alibaba e Tencent, debbano il loro successo non solo al vasto mercato dei consumatori che la Cina offre, ma anche a un contesto complessivo che ne ha supportato e promosso le attività[170].

Tuttavia, la sospensione dell'IPO di Ant Group a 48 ore dal suo debutto sul mercato pare aver segnato un deciso cambio di orientamento da parte delle Autorità cinesi: segnatamente, nell'arco di pochi mesi la Cina sembra passata da un approccio permissivo e tollerante a uno rigido e incisivo, divenendo così uno dei Paesi più attivi nel regolamentare la *platform economy*[171].

Infatti, pochi mesi dopo la decisione di sospendere l'IPO di Ant Group, la Borsa di Shanghai ha modificato le disposizioni relative alla domanda per la quotazione delle imprese sullo

---

[170] Per tutti: A.H. Zhang, *Agility Over Stability: China's Great Reversal in Regulating the Platform Economy*, in *Harv. Int'l L.J.*, 2022, p. 457 ss., p. 458.

[171] Questo deciso cambio di rotta da parte delle Autorità cinesi è stato rimarcato da molti commentatori. In particolare, secondo un A., ciò costituirebbe l'esito di un processo di interazione tra quattro *key players*, ossia la *leadership* di vertice; le autorità di regolazione e controllo; le imprese e il pubblico: «Although the top Chinese leaders are very powerful, they are generalists who lack specialized knowledge and have limited capacity to deal with specific regulatory issues. Therefore, most decision-making is delegated to the regulators who specialize in specific areas of regulation and are proximate to information sources. Chinese tech companies are adept at seeking favorable regulatory treatment by lobbying the top leadership and by seeking regulatory arbitrage among the various regulatory authorities. Meanwhile, public discontent against the exploitation of online platforms tends to be muted in China due to censorship and political control. When the top leadership promotes a national economic agenda to encourage innovation and entrepreneurship, Chinese regulators carefully toe the line and avoid taking timely and vigorous enforcement actions that may threaten growth in the tech sector. This bureaucratic inertia discourages information transmission from the regulators to the top leadership, leading to a serious regulatory lag. As public discontent mounts and a regulatory crisis spirals out of control, the top leadership intervenes to avoid threats to social stability. In response to the call from the central top leadership, Chinese regulators at all levels quickly react by taking an aggressive stance to tackle regulatory problems». A.H. Zhang, *Agility Over Stability*, cit., p. 461.

Science and Technology Innovative Board ('STAR Market')[172]. La modifica limita la quotazione delle imprese FinTech su tale mercato e dà priorità ai cosiddetti settori della '*hard technology*', come l'intelligenza artificiale, la bio-medicina, i *chip*[173]: come conseguenza, alcune società operanti nel settore FinTech, hanno ritirato la domanda di quotazione su tale mercato, presentata in precedenza[174].

Seguendo questo nuovo *trend*, le autorità di regolazione[175] finanziaria cinesi hanno notevolmente rafforzato il controllo e la supervisione delle piattaforme digitali, del FinTech e dei servizi erogati tramite *app* e innovazioni tecnologiche (ad esempio l'*e-commerce*, il *food-delivery*, i *social media*) sotto diversi aspetti giuridici, arrivando anche a comminare sanzioni per le ritenute violazioni. L'autorità *antitrust* cinese[176], ad esempio, ha emanato delle nuove linee guida in tema di *platform economy* e intrapreso due investigazioni di alto profilo nei confronti di Alibaba e Meituan, altra nota e molto diffusa

---

[172] Shangai Stock Exchange, *SSE Revises and Releases Interim Regulation on Application and Recommendation for Issuance and Listing of Enterprises on SSE STAR Market*, 16 aprile 2021 (*https://english.sse.com.cn/news/newsrelease/c/5413295.shtml#:~:text=The%20Interim%20Regulation%20initially%20released%20and%20implemented%20by,as%20the%20listing%20of%20quality%20sci-tech%20innovation%20enterprises*).

[173] *Ibidem*.

[174] L. Zhang, *A Timeline of China's 32-month Big Tech Crackdown That Killed the World's Largest IPO and Wiped Out Trillions in Value*, in *South China Morning Post*, 15 luglio 2023 (*www.scmp.com/tech/big-tech/article/3227753/timeline-chinas-32-month-big-tech-crackdown-killed-worlds-largest-ipo-and-wiped-out-trillions-value*).

[175] Il termine 'regolazione' (che pur in italiano già esisteva, ma con significato differente), richiama direttamente il termine inglese '*regulation*', che descrive l'attività svolta dalle cd. Autorità indipendenti (definite anche '*regulatory Agencies*'). Con riferimento al contesto italiano si veda, ad esempio, E. Bruti Liberati, *La regolazione indipendente dei mercati. Tecnica politica e democrazia*, Torino, 2019. Come posto in luce dagli studi comparatistici, la traduzione letterale in ambito giuridico non è l'opzione migliore e il giurista ha a disposizione altre opzioni, quali coniare un neologismo, ricorrere a una perifrasi o rinunciare a tradurre. Per tutti: R. Sacco, *Traduzione giuridica*, in *Digesto disc. priv. – Sez. civ.*, Aggiornamento, I, Torino, 2000, p. 722 ss., in particolare §§ 5 e 7.

[176] Conosciuta in inglese anche come 'SAMR', acronimo di *State Administration for Market Regulation* (*https://english.samr.gov.cn/index.html*).

piattaforma di *e-commerce*, culminate con l'irrogazione di una sanzione complessiva, e senza precedenti, di importo equivalente a 3.3 miliardi di dollari[177]. In particolare, la strategia di *marketing* '*choose one from two*', implementata da Alibaba, è stata ritenuta una restrizione illegittima del mercato, lesiva degli interessi dei consumatori e delle imprese[178]. La sanzione applicata è stata pari a 18.228 RMB, corrispondente al 4% del fatturato di Alibaba in Cina, una cifra *record* e anch'essa senza precedenti[179]. In seguito, sempre nel 2021, la SAMR ha pubblicato una bozza di linee guida sulla classificazione e la disciplina delle piattaforme digitali: queste vengono classificate in piattaforme super, grandi e medio-piccole in base alle dimensioni e al numero degli utenti, e assoggettate a obblighi e responsabilità differenziati a seconda della classificazione[180]. Inoltre, la versione aggiornata nel 2022 della Legge cinese contro i monopoli, all'Art. 9 prevede espressamente il divieto per le imprese di utilizzare dati, algoritmi, tecnologia, *platform rules* per dare corso a pratiche monopolistiche vietate dalla legge stessa[181].

In aggiunta, a luglio 2021 la *Cyberspace Administration of China* ('CAC') ha sorpreso gli investitori conducendo una indagine sulla sicurezza informatica nei confronti della società Didi Chuxing, un colosso del *ride-sharing* e dei servizi di trasporto privato, titolare di un patrimonio di dati degli utenti

---

[177] R. Zhong, *China's Tech Antitrust Campaign Snares Meituan, A Food Delivery Giant*, in *New York Times*, 8 ottobre 2021 (*www.nytimes.com/2021/10/08/technology/china-meituan-antitrust-fine.html*).

[178] L. Zhang, *A Timeline of China's 32-month Big Tech Crackdown*, cit., *passim*.

[179] A.H. Zhang, *Agility Over Stability*, cit., 459 (*www.allbrightlaw.com/EN/10531/7e15cb406272bdfe.aspx#:~:text=On%20April%2010%2C%202021%2C%20China%E2%80%99s%20watchdog%2C%20the%20State,Holding%20Ltd.%20for%20violating%20China%E2%80%99s%20Anti-Monopoly%20Law%20%28AML%29*).

[180] Per approfondimenti, *ex multis*: L. Hou, S. Han, *Converging Proposals for Platform Regulation in China, the EU and the U.S.: Comparison and Commentary*, in *TechREG Chronicles*, 2022, 8 (*https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4195160*).

[181] La traduzione ufficiale in inglese della legge è disponibile al sito: *http://en.npc.gov.cn.cdurl.cn/2022-06/24/c_1058449.htm*.

e relativi al traffico e alle mappe, due giorni dopo la sua quotazione presso il New York Stock Exchange[182]. In particolare, ad esito di tale attività la CAC ha comminato alla società una multa di importo equivalente a 1,2 miliardi di dollari, sospeso la registrazione di nuovi utenti sulla relativa piattaforma e ordinato la rimozione dell'*app* di Didi dai vari *app stores*, proprio per ragioni di tutela dei dati[183]. Successivamente, la medesima Autorità ha promulgato una serie di stringenti norme e regolamenti sulla sicurezza informatica dei dati[184].

6. *Conclusioni*

Lo sviluppo dei mercati digitali e l'espansione delle piattaforme che in essi operano, come evidenziato, pone notevoli ed eterogenei problemi giuridici, che interessano trasversalmente ordinamenti e modelli tra loro diversi. In prospettiva comparata il fenomeno è ancora più interessante perché coinvolge e sollecita tutti i formanti, coinvolgendo ogni aspetto di una collettività sociale[185]: i valori culturali, i diritti fondamentali, le regole economiche e gli scambi internazionali. Le BigTech in particolare hanno acquisito un potere tale da influenzare l'ordinario dispiegarsi dei rapporti sopra richiamati. Il progetto, poi fallito,

---

[182] L. Wei, K. Zhai, *Chinese Regulators Suggested Didi Delay Its U.S. IPO*, in *Wall Street Journal*, 5 luglio 2021, 2:43 PM (*http://en.npc.gov.cn.cdurl.cn/2022-06/24/c_1058449.htm*).

[183] Cfr. *https://news.cgtn.com/news/2021-07-04/Chinese-internet-watchdog-asks-app-stores-to-remove-DiDi-Chuxing--11CVARa7SZq/index.html*. Si veda anche l'interessante analisi del caso svolta nel forum *DigiChina*, a cura della *Stanford University* (*http://en.npc.gov.cn.cdurl.cn/2022-06/24/c_1058449.htm*).

[184] Allen & Overy, *Cyberspace Administration of China (CAC) Publishes Draft Regulations for Network Data Security Management*, 26 novembre 2021 (*www.allenovery.com/en-gb/global/news-and-insights/publications/cyberspace-administration-of-china-publishes-draft-regulations-for-network-data-security-management*). Peraltro, queste nuove regole sono state ulteriormente aggiornate nel 2024, e la nuova versione è entrata in vigore il 1° gennaio 2025 (*www.gov.cn/policies/latestreleases/202409/30/content_WS66fab6c8c6d0868f4e8eb720.html*).

[185] R. Sacco, *Il diritto muto*, cit., *passim*.

di criptovaluta Libra (successivamente rinominata Diem), avviato da Meta (all'epoca Facebook) nel 2019, è un chiaro esempio di un conglomerato tecnologico di rilevanza transnazionale, che cerca di creare una piattaforma di finanza digitale, segnando l'inizio di un nuovo periodo in cui le BigTech entrano nel mercato dei servizi finanziari, cambiando rapidamente il panorama dei sistemi monetari, di pagamento e finanziari. Fenomeno, questo, che pone il problema di una regolamentazione giuridica specifica, che tuttavia tenga conto della sua dimensione globale e dei limiti delle discipline normative statali a fronte di mercati e scambi sempre più interconnessi[186].

Più recentemente, alcuni governi hanno dato impulso allo sviluppo di valute digitali di banca centrale (i.e. *central bank digital currencies* – CBDC) in risposta alle piattaforme finanziarie, con il lancio di una serie di progetti pilota. Ad esempio, al fine di migliorare i pagamenti transfrontalieri, la *Hong Kong Monetary Authority*, la *Bank of Thailand*, la *People's Bank of China* e la Banca Centrale degli Emirati Arabi Uniti, hanno costruito congiuntamente una piattaforma multi-CBDC che coinvolge operazioni incentrate sul commercio internazionale[187]. In effetti, la *governance* delle piattaforme di finanza digitale sta ponendo una questione di primo piano per i mercati finanziari e richiede politiche e discipline normative mirate, così da poter sfruttare efficacemente i vantaggi della piattaforma finanziaria, mitigandone al contempo i rischi e gli impatti negativi.

Come tratto comune ai diversi sistemi giuridici, si osserva che questo tema ha suscitato un ampio dibattito tra diverse parti interessate, tra cui autorità politiche, autorità di regolamentazione, istituzioni finanziarie e aziende tecnologiche. Da un lato, infatti, l'ingresso delle BigTech nei mercati finanziari può apportare una serie di vantaggi: queste hanno un

---

[186] *Inter alia*: D.A. Zetzsche et al., *Regulating Libra*, in *Oxford J. Legal Studies*, 2021, 41, p. 80 ss., p. 91. Per spunti generali: D. Corapi, *Comparazione e diritto privato nella tradizione giuridica occidentale*, Napoli, 2020.

[187] Bank for International Settlements – Innovation Hub, *Project mBridge: Connecting Economies through CBDC*, 2022 (*www.gov.cn/policies/latestreleases/202409/30/content_WS66fab6c8c6d0868f4e8eb720.html*).

grande potenziale per migliorare l'inclusione finanziaria, offrendo una gamma più ampia di servizi a costi contenuti e applicando tecnologie più avanzate come l'intelligenza artificiale e il *cloud computing*, migliorando l'efficienza e i vantaggi per i consumatori. Date le economie di scala a cui le BigTech possono operare e i mezzi tecnologici attraverso i quali possono interagire con i clienti, la loro rapida espansione aziendale ha importanti implicazioni per le piattaforme finanziarie[188]. Ad esempio, nel 2018, le BigTech hanno elaborato pagamenti equivalenti al 38% del PIL in Cina e hanno anche rappresentato una quota economicamente significativa dei prestiti in alcuni Paesi[189].

D'altro canto, come evidenziato, sussistono anche numerose problematiche e rischi in relazione al continuo coinvolgimento delle BigTech nella fornitura di servizi finanziari. L'espansione delle piattaforme di finanza digitale ha sollevato preoccupazioni circa la concentrazione del mercato e la conseguente nascita di nuove istituzioni finanziarie, di importanza sistemica, '*too-big-to-fail*' o, *rectius*, '*too-connected-to-fail*'[190].

Il *Financial Stability Board*, l'organismo internazionale di definizione degli *standard* finanziari istituito dal Gruppo dei 20 ('G20'), ha condotto un'indagine sulle attività delle BigTech in diversi Paesi, rilevando che le dimensioni e la concentrazione di tali soggetti e l'aumento della concorrenza con le istituzioni finanziarie tradizionali, rappresentano una minaccia

---

[188] Bank for International Settlements, *Annual Economic Report*, 2019, p. 62 (*www.bis.org/publ/arpdf/ar2019e.htm*).

[189] Financial Stability Board, *BigTech Firms in Finance in Emerging Market and Developing Economies: Market Developments and Potential Financial Stability Implications,* 2020, pp. 4-5 (*www.fsb.org/uploads/P121020-1.pdf*).

[190] M. Labonte, *Systemically Important or "Too Big to Fail" Financial Institutions*, in *Congressional Research Service*, 24 settembre 2018 (*https://sgp.fas.org/crs/misc/R42150.pdf*, che, in particolare, a p. 1 osserva: «Although "too big to fail" (TBTF) has been a long-standing policy issue, it was highlighted by the financial crisis, when the government intervened to prevent the near-collapse of several large financial firms in 2008. Financial firms are said to be TBTF when policymakers judge that their failure would cause unacceptable disruptions to the overall financial system. They can be TBTF because of their size or interconnectedness»).

per la stabilità finanziaria[191]. A parere di questo studio, sebbene le BigTech possano migliorare l'offerta di servizi finanziari nel breve termine, vi saranno maggiori rischi sistemici derivanti sia dalle dimensioni aziendali che dall'interconnessione una volta che queste avranno raggiunto una posizione dominante sul mercato. Pertanto, il principale obiettivo normativo è bilanciare i vantaggi delle piattaforme di finanza digitale con i rischi associati alle economie di scala e alle esternalità negative[192].

[191] Financial Stability Board, *BigTech Firms in Finance in Emerging Market and Developing Economies*, cit., p. 20.

[192] *Ibidem*.

Laura Maria Franciosi, Evoluzione e disciplina delle piattaforme digitali in prospettiva comparata

Le grandi piattaforme digitali – motori di ricerca, *social media*, siti di *e-commerce* – ormai esercitano una sempre maggiore influenza sulla vita di larga parte della popolazione mondiale e, rispetto alla loro origine, sono state interessate da un'evoluzione tecnologica e dall'espansione delle loro funzioni senza precedenti. Questo processo – che ha portato alla creazione di realtà economiche e sociali sempre più complesse e tra loro interconnesse, ben rappresentate dalla locuzione '*platform economy*' – presenta delle peculiarità specifiche e pone problemi giuridici di non poco conto. Negli ultimi due decenni, infatti, l'uso di tecnologie emergenti, combinato con la digitalizzazione e con l'aumento esponenziale del volume e dell'utilizzo dei dati, ha rivoluzionato il funzionamento tradizionale dei sistemi finanziari. Inoltre si tratta di un fenomeno dinamico e in rapida evoluzione, che mette in difficoltà i processi, lenti, di formazione delle regole tradizionali e mostra la loro inadeguatezza a confrontarsi efficacemente con le innovazioni tecnologiche, sempre più complesse (ad esempio, nuove forme di comunicazione, nuovi metodi di pagamento, sviluppo dell'intelligenza artificiale). In considerazione di quanto precede, il presente articolo si propone di esaminare l'evoluzione delle piattaforme digitali, con particolare riferimento agli ultimi sviluppi occorsi, prendendo come modelli di indagine l'esperienza statunitense e quella cinese, proprio in considerazione del fatto che le più influenti piattaforme digitali attualmente operanti sul mercato (*rectius*, le società che ne sono proprietarie) hanno sede, rispettivamente, negli Stati Uniti e in Cina.

Parole chiave: piattaforma digitale, libertà di espressione, *e-commerce*, U.S.A., Cina, formanti, diritto comparato.

Lauria Maria Franciosi, Evolution and regulation of digital platforms in comparative perspective

The big digital platforms – search engines, social media, e-commerce sites – currently exert an ever-increasing influence on the lives of a large part of the world's population and, compared to their origins, have undergone an unprecedented technological evolution and expansion of their functions. This process, which has led to the creation of increasingly complex and interconnected economic and so-

cial realities, well represented by the term 'platform economy', presents specific peculiarities and poses legal problems of no minor importance. In the last two decades, the use of emerging technologies, combined with digitalization and the exponential increase in the volume and use of data, has revolutionized the traditional functioning of financial systems. Furthermore, it is a dynamic and rapidly evolving phenomenon, which puts the slow processes of formation of traditional rules in difficulty and shows their inadequacy to effectively deal with technological innovations, increasingly complex (for example, new forms of communication, new payment methods, development of artificial intelligence). In light of the above, this article aims to examine the evolution of digital platforms, with particular reference to the latest developments, taking the US and Chinese experiences as models of investigation, precisely because the most influential digital platforms currently operating on the market (or rather, the companies that own them) are based in the United States and China, respectively.

Key words: digital platform, freedom of speech, e-commerce, U.S.A., China, legal formants, comparative law.