

ELECTRONIC COMMERCE AND DIGITAL BUSINESS NEGLI STATI UNITI

Fondazione Forense
Bologna

17 marzo 2022

GISELLA LEVI CAROTI, ESQ.

Member

HERZFELD + RUBIN, P.C.

125 Broad Street

New York, N.Y. 10004

(212) 471-8515

gcaroti@herzfeld-rubin.com

E-COMMERCE

- Ho deciso di proporre questa conferenza alla Fondazione Forense perché la pandemia ha portato ad un aumento notevolissimo dell'E-Commerce negli Stati Uniti. **Nel 2021 il 67% delle vendite sono state fatte online.**
- Anche se, per via del COVID-19, negli Stati Uniti non vi è stata una chiusura quasi totale come in Italia e in altri paesi d'Europa che ha impedito alla popolazione di andare nei negozi a fare acquisti, la maggior parte delle persone ha preferito **ordinare la merce ad AMAZON ed altri rivenditori nel conforto di casa propria** per diminuire i contatti con terzi.
- E` anche accaduto che realtà importanti come **Lord & Taylor, Kohl's** ed altri grandi magazzini negli USA abbiano chiuso i negozi, che erano in perdita, ma abbiano continuato a vendere online.

DIGITAL BUSINESS

A parte la pandemia, il digital business e` diventato un canale indispensabile per tutte le aziende che vogliono essere al passo con i tempi ed **espandersi globalmente**, raggiungendo acquirenti fuori dal proprio territorio e dal proprio paese.

Il fenomeno delle vendite digitali ha assunto una importanza strategica per le aziende, permettendo di **fornire prodotti e servizi in tutte le parti del mondo.**

E-COMMERCE

- Le funzioni principalmente coinvolte nell'E-Commerce sono:
 - - Il **marketing**, attraverso cui le aziende promuovono sul mercato i propri prodotti;
 - - Le **vendite** di prodotti. Notare che le vendite online consentono di offrire a potenziali clienti **un'ampia gamma di prodotti**, molti di più di quelli venduti nei negozi. L'esempio tipico è **AMAZON**;
 - - La **distribuzione** dei prodotti;
 - - Le **transazioni di carattere finanziario**;
 - - I **servizi** e il **supporto** ai clienti.
- Dal punto di vista legale, quando si parla di contratti stipulati online ci si riferisce anche a **contratti stipulati** tra due o più parti via **e-mail**, non solo a quelli proposti da un venditore nel web e da concludere per accettazione attraverso un click.

DISCIPLINA DELL'E-COMMERCE

Malgrado la globalizzazione, ogni paese ha emanato leggi specifiche che disciplinano il *digital business*, particolarmente leggi a tutela del contraente piu` debole.

Negli Stati Uniti, oltre ai Principi di **Common Law in Materia Contrattuale** e all'**Uniform Commercial Code**, la cui normativa si applica perfettamente alle vendite online, sono state emanate **Leggi Federali e Statali**.

LEGISLAZIONE FEDERALE

- Leggi a **tutela del Consumatore**
(*U.S. Consumer Protection Laws*):
- Leggi che disciplinano la **firma digitale**;
- Leggi che riguardano la **raccolta dei dati personali**.

UNIFORM COMMERCIAL CODE

- La normativa prevista dall'**Uniform Commercial Code Americano** per le vendite in generale si applica perfettamente alle vendite online perche` l'**art.2-204** dispone che:
 - 1) *un contratto per la vendita di merci puo` essere fatto in qualsiasi modo sufficiente per dimostrare che vi sia stato un accordo, inclusa la **condotta delle parti** che dimostri che un accordo e` stato concluso;*
 - 2) *un contratto e` stato concluso anche se il momento in cui lo e` stato non e` chiaro;*
 - 3) *anche se una o piu` condizioni del contratto sono ancora indefinite, il contratto esiste se **ragionevolmente si puo` concludere che le parti intendessero stipularlo.***

ARTICLE 2, UCC

- **L'articolo 2 dell'Uniform Commercial Code** si applica sia ai business to business (**B2B**) che ai business to consumer (**B2C**) agreements per la vendita di merci.
- In particolare si applicano le seguenti norme:
 - - Il contratto di vendita per un valore **superiore ai \$500** deve essere fatto per **iscritto**. Per i contratti online questo significa la dimostrazione **dell'accettazione** dell'acquirente o l'accettazione **per e-mail**. Per la **firma**, basta qualsiasi simbolo che dimostri accettazione (*UCC Section 1-201*).
 - - Riguardo alla formazione del contratto, **l'accettazione dell'offerta di vendita deve essere fatta in maniera ragionevole**.

UNIFORM COMMERCIAL CODE

Sono applicabili anche ai contratti-online le norme dell'UCC che riguardano:

- 1) **le garanzie** date dal venditore, in particolare la **express warranty**, la **implied warranty of merchantability**, la **implied warranty of fitness for a particular purpose** e la warranty of **title**; e
- 2) **i remedi** disposti dall'UCC in caso di inadempienza, cioè i **consequential damages**.

UCITA

Per quanto riguarda specificatamente l'e-commerce, negli Stati Uniti vi è stato un **tentativo di uniformare la disciplina attraverso l'emanazione e l'adozione dell'Uniform Computer Information Transactions Act (UCITA)** che intendeva portare uniformità e certezza creando una serie uniforme ed omogenea di regole che governano le varie aree dell'e-commerce. Tuttavia la sua adozione è sempre stata controversa perché tra l'altro carente rispetto alla normativa a protezione del consumatore. Pertanto l'applicazione di UCITA è stata rimessa alla decisione dei singoli stati. Attualmente ha ottenuto l'adesione solo della **Virginia e il Maryland.**

Giurisprudenza sulla Formazione del Contratto

- Le Corti americane hanno applicato **principi di carattere generale della common law** anche alla **formazione del contratto online**.
- ***The creation of online contracts has not fundamentally changed the principles of contracts.*** Resorb Networks, Inc. v. YouNow.com, Supreme Court of the State of New York, New York County, April 8, 2016, 51 Misc. 3d, 975; Nguyen v. Barnes & Nobles, Inc. United States Court of Appeals for the Ninth Circuit, August 18, 2014, 763 Fed. 3d 1171; Kwan v. Clearwire Corp. United States District Court of Washington, December 28 2011, 2011 U.S. Dist Lexis 150145.

Giurisprudenza sulla Formazione del Contratto

Le Corti hanno quindi deciso che, affinché un contratto online possa dirsi **validamente concluso e vincolante tra le parti** lo stesso dovrà presentare tutti quei **presupposti che la legge qualifica come fondamentali elementi del contratto in generale.**

Giurisprudenza sulla Formazione del Contratto

Sull'orientamento delle Corti e` interessante riportare questa frase contenuta in una sentenza importante della **Corte Federale di New York:**

*Promises become binding when there is **a meeting of the minds** and consideration. So was at King's Bench in common law England; so it was under the common law in the American colonies; so it was in **more than two centuries of jurisprudence in this country**; and so it is **today**. Assent may be registered by a signature, a handshake, or a **click of a computer mouse** transmitted across the invisible ether of the Internet. Formality is not a requisite; **any sign, symbol or action, or even willful inaction**, as long as it is unequivocally referable to the promise, may create a contract. Specht v. Netscape Communications Corp, 150 F.Supp.2nd 585 (S.D.N.Y 2001)*

Tipologia dei Contratti online: CLICKWRAP

- Per stabilire come avviene l'**accettazione dell'offerta** nei contratti on line, occorre esaminare i vari tipi di contratto che sono in commercio.
- **1) Click-wrap**. E` una tipologia di contratto nella quale la parte interessata alla conclusione dello stesso deve esprimere la propria accettazione dei termini e delle condizioni proposte dal venditore, cliccando sul modello proposto online **I agree**, o manifestando in qualsiasi altro modo **un'accettazione espressa** dei termini contrattuali espliciti e resi noti **seppure non letti e neppure visionati**. Resorb Network, Inc. v. YouNow.com.
Supra.

Tipologia di Contratti online: BROWSEWRAP

- 2) **Browsewrap**. Tale contratto e` concluso tra le parti senza un'espressa dichiarazione di accettazione da parte dell'acquirente ma attraverso il mero utilizzo del sito web nel quale i termini e le condizioni contrattuali sono accessibili attraverso un link o presenti sulla schermata del website. La Suprema Corte di New York, nella sentenza Resorb Networks v. YouKnow sopra citata, cosi` descrive questo contratto: ***Broweswrap exists where the online host dictates that assent is given only by using the site.***

Tipologia di Contratti Online: SCROLLWRAP

- **Scrollwrap.** Affinche` tale tipo di contratto sia validamente concluso, occorre che l'utente apra e **scorra materialmente il testo del contratto online** e che dichiari di accettare i termini cliccando su **I agree**. Anche questo contratto e` analizzato nella sentenza della Suprema Corte di New York sopra riportata: *Scrollwrap requires users to physically **scroll through** an internet agreement and click on a separate **I agree** button in order to assent to the terms and the conditions of the host website.*

QUALI CONTRATTI ON LINE SONO VALIDI?

Le Corti americane hanno esaminato i contratti sopra descritti con lo scopo di determinare se esistevano gli **elementi fondamentali richiesti dalla legge per stabilire che il contratto era stato concluso.**

Il primo e principale elemento riguarda l'effettiva manifestazione della volonta` delle parti di volere concludere il contratto. Le Corti americane hanno ripetutamente puntualizzato il principio fondamentale che, affinche` sia stato stipulato un contratto online deve esserci (*must be*) una **manifestazione di reciproca volonta` tra le parti sufficientemente chiara** per concludere che le parti sono effettivamente d'accordo sui termini contrattuali.

VALIDITA` DEI CONTRATTI ONLINE

- Nel 2015 una Corte del Texas, in RBC Capital Mkts LLC v. Highland Capital Mgmt, Court of Appel of Texas, Fifth Circuit, 205 Tex App Lexis 12364, ha così analizzato un caso di vendite online:
- *There must be **an offer followed by an acceptance**. In regard to online contracts, Courts look for **evidence** that a website user had **actual or constructive notice of the terms of using the website**. Where the supposed assent to terms is mostly **passive**, as it is usually online, courts seek to know whether a reasonably prudent offeree would be on notice of the term at issue and **whether the terms of the agreement were reasonably communicated to the user**.*

CLICKWRAP

- Chiarito questo principio, le Corti hanno esaminato i singoli aspetti delle categorie contrattuali esistenti per i contratti online.
- In *Nicosia v. Amazon.com, Inc.* 834 F. 3d 220 August 25, 2016, la United States Court of Appeals for the Second Circuit, nell'analizzare i contratti **clickwrap**, ha rilevato che i clickwrap agreements, richiedendo di cliccare sulle parole **I Agree**, obbligano gli utenti a manifestare **senza ambiguita`** il proprio consenso, **pur non richiedendo la prova che l'utente abbia effettivamente letto i termini e le condizioni contrattuali.**

BROWSEWRAP

- Invece, nell' ipotesi dei **browserwrap agreements** occorre analizzare **caso per caso** se l'utente aveva l'effettiva conoscenza dei termini contrattuali prima di manifestare il proprio consenso usando il prodotto. In tale tipo di contratto online le condizioni di contratto sono visibili via *hyperlink* o direttamente sulla pagina del sito internet senza che ci sia una richiesta esplicita di manifestazione di volontà da parte dell'utente. In tale ipotesi le Corti hanno ritenuto che **la determinazione dell'utente di concludere il contratto puo` derivare dalla consultazione del sito internet quando tale sito dia concretamente pubblicita` e notizia delle condizioni e dei termini contrattuali.**

BROWSEWRAP

In *Specht v. Netscape Communications Corp.* 150 Fed Supp.2nd 585 (S.D.N.Y. 2001), l'utente del Netscape computer program era invitato a cliccare su un hyperlink e poi a cliccare nuovamente per esaminare il License Agreement e le condizioni dello stesso per potere usare il prodotto (*Please review and agree to the terms of the Netscape SmartDownload software licence agreement before downloading and using the software*).

- In questo caso la Corte (i) ha ritenuto che l'espressione sopra riportata si sostanzia in un mero **invito a leggere termini contrattuali** e non di più. (*The language does not indicate that a user must agree to the license terms before downloading and using the software*); e (ii) ha quindi deciso che nella fattispecie il browsewrap agreement non era valido perché la **posizione dell'hyperlink in fondo alla pagina** era **poco visibile**, e l'utente doveva nuovamente cliccare per leggere il Licence Agreement. Tutto ciò non dava sufficientemente notizia agli utenti dei termini contrattuali, mentre per determinare la validità dell'accordo la Corte considera **se l'utente aveva avuto l'attuale o constructive notice prima di usare il website o il prodotto**.

BROSEWRAP

In sostanza le Corti americane, come in tutti i common law cases, esaminano **caso per caso**, anche attraverso testimonianze delle parti in causa, per stabilire se l'utente aveva effettivamente avuto intenzione di concludere il contratto, e di accettare le condizioni di vendita proposte dal venditore, prima di decidere se un accordo e' stato concluso.

- In via generale, dall'esame della maggioranza dei casi, si puo` concludere che le **Corti** americane sono **riluttanti a ritenere validi ed efficaci i browsewrap** agreements a meno che esista la prova concreta che l'utente era a conoscenza dei termini contrattuali.

COSA CONSIGLIARE AI CLIENTI VENDITORI?

- In base all'orientamento delle Corti americane sopra riportato, e **particolarmente nell'ipotesi B2C agreements**, conviene consigliare ai clienti di usare un website in cui sia richiesto al consumatore di indicare espressamente la sua intenzione di accettare le condizioni contrattuali del venditore, cliccando **"I agree"** sotto i Termini e le Condizioni di Vendita chiaramente evidenziati nel sito.

CLAUSOLA ARBITRALE

- Molte sentenze delle Corti riguardano la clausola arbitrale che generalmente è inclusa tra i *Terms of Sale and Services*, inclusi nei contratti online.
- Le Corti sono chiamate a decidere **se la clausola arbitrale** che si trova tra le condizioni di vendita è **valida ed efficace**.

CLAUSOLA ARBITRALE

- Una legge federale Americana, il **Federal Arbitration Act (FAA)** ha la seguente policy che favorisce la validita` delle clausole arbitrali nei contratti:
- *A written provision in ...a **contract** evidencing a **transaction involving commerce** to settle by arbitration a controversy thereafter arising out of such contract or transaction, or the refusal to perform the whole or any part thereof...shall be **valid, irrevocable and enforceable.***

CLAUSOLA ARBITRALE

- Tuttavia, le corti hanno **legato la decisione sulla validita` della clausola arbitrale alla validita` del contratto online**, stabilendo:

*First I must determine whether the parties entered into a binding contract. **Only if I conclude that a contract exists do I proceed to a second stage of analysis: interpretation of the arbitration clause and its applicability to the present case.** Specht v. Netscape Communications Corp., Supra.*

LEGGE APPLICABILE

- Per determinare la legge applicabile per decidere sulla validità del contratto la Corte inizialmente ha **esaminato la legge del foro in cui la causa è stata iniziata** per stabilire il criterio per la determinazione della legge applicabile.
- Secondo la **legge di New York**, la Corte deve esaminare “il **centro di gravità**” o il “**gruppo di contatti**” per stabilire “the state that has the most significant relationship to the transaction and parties”.

LEGGE APPLICABILE

- Nel caso analizzato in *Specht v. Netscape Communications Corp.*, Supra, la merce in questione era stata prodotta in California da una società registrata in Delaware ma con **uffici ed impiegati in California ed era stata distribuita online dall'ufficio in California.**
- Pertanto, la Corte ha concluso che la legge della California era applicabile per determinare la validità del contratto online, anche se parte attrice risiedeva in altro stato.

GIURISDIZIONE

- Un altro problema importante dei contratti online è la **giurisdizione**, cioè stabilire la Corte di quale stato ha giurisdizione sulla controversia.
- Secondo principi consolidati delle Corti americane, per decidere se una Corte ha giurisdizione nella fattispecie occorre stabilire se:
 - 1) Il convenuto in giudizio ha **contatti sufficienti** con lo stato in cui la causa è iniziata.
 - 2) Il convenuto ha di **proposito usato il privilegio di fare business nello stato.**
 - 3) Il convenuto poteva **anticipare ragionevolmente di poter essere citato in giudizio nello stato.**
 - 4) Il riscontrare la giurisdizione **offende** principi di giustizia (***fair play and substantial justice***).

GIURISDIZIONE

- Sono innumerevoli le sentenze in materia. Ricordiamo le piu` recenti:
- - *Ford Motor Co. v. Montana Eighth Judicial District Court*, 392 U.S (2021);
- - *Robinson v. Jeopardy Productions, Inc.* 2019 CA 1095 (La.Ct.Appeal 1st Cir.2020);
- - *Bristol- Myers Squibb. Co. v. Superior Court*, 137 S.Ct.1773 (2017).

GIURISDIZIONE

- In *Ford Motor Co.*, un caso in cui la Ford, citata in giudizio, non aveva tuttavia venduto le due macchine negli Stati del Montana e del Minnesota in cui erano avvenuti gli incidenti, **la Suprema Corte ha rilevato che vi era in ogni caso giurisdizione nei rispettivi stati** perche`:
 - 1) *Ford admits it has **purposefully availed itself of the privilege** of conducting activities in the states.*
 - 2) *Ford **advertises and markets** its vehicles in Montana and Minnesota, including the two models that allegedly malfunctioned in those states.*

GIURISDIZIONE

- Da tutto questo si puo` concludere, con riferimento alle vendite online che, nell'ipotesi in cui tecnologia vendita online abbia causato un incidente in un determinato stato, la Corte ha giurisdizione in quello stato se **il venditore era una ditta importante che ha fatto marketing dei suoi prodotti e effettuato parecchie vendite nello stato, come AMAZON** per esempio, ma non una **piccola startup** che ha effettuato solo poche vendite nello stato e non ha ancora pubblicizzato sufficientemente i propri prodotti.

FIRMA ELETTRONICA

- L'***Electronic Signatures In Global and National Commerce (E-SIGN Act)*** emanato nel 2000, ha implementato uno **standard uniforme** per tutte le transazioni elettroniche. E' interessante la frase iniziale della legge che dice:
 - (1) A ***signature***, contract or other record relating to a transaction ***affecting interstate or foreign commerce may not be denied legal effect, validity or enforceability solely because is in electronic form and***
 - (2) A ***contract*** relating to such transaction ***may not be denied legal effect, validity or enforceability solely because an electronic signature or electronic record was used in its formation.***

FIRMA ELETTRONICA

- Questa legge regola sia le **transazioni nazionali che quelle straniere e non modifica la legislazione vigente**. Cio` significa che, in caso di conflitto con l'Uniform Commercial Code, o con altre leggi statali o federali, queste ultime prevalgono.
- L'E-SIGN Act definisce la **firma elettronica o digitale** come *“an **electronic sound, symbol or process** attached to or logically associated with a contract or other record and executed or adopted by a person with the intent to sign the record.”*

FIRMA ELETTRONICA

- Si tratta di una definizione molto ampia ed include anche la **tastiera dei telefoni** come “**Press 1 to Agree.**”
- Tuttavia questa legge determina anche (i) i **requisiti per la validita`della firma elettronica e i contratti elettronici**, (ii) I **requisiti particolari per la firma** e il consenso del **consumatore** (iii) le regole per la **notarizzazione** e (iv) standard nazionale uniforme per firme e records di **banche e assicurazioni**.
- La legge richiede inoltre, sempre a **tutela del consumatore**, che tutte le informazioni piu` critiche, quali **cancellazioni di polizze assicurative o ipoteche, ordini delle Corti o i recalls di prodotti difettosi o dannosi** ed altro, siano **anche inviati in formato cartaceo**.

FIRMA ELETTRONICA

- Inoltre sono previste anche una serie di **eccezioni** per le quali la firma elettronica non è considerata valida:
- La formazione e l'esecuzione di **testamenti**.
- La documentazione che riguarda l'**adozione**.
- La documentazione che riguarda **il divorzio** e altri records inerenti al **diritto di famiglia**.

LA TUTELA DEL CONSUMATORE

- Il **Federal Trade Commission Act (FTC Act)** è la legge Americana a tutela del consumatore, che vieta le pratiche **“unfair or deceptive”** che possono in qualunque modo danneggiare il commercio. Il FTC Act è applicato dalla Federal Trade Commission (FTC) **a tutte le aziende ed individui che fanno business negli Stati Uniti.**
- Da notare che la Federal Trade Commission ha il **potere di stabilire quali pratiche sono unfair or deceptive** (Rulemaking Authority) a sensi della *Section 18 of the FTC Act*, anche se **non può determinare le sanzioni o i danni, demandati invece alle decisioni delle Corti.**

FTC ACT

- **“Unfair Practices”** sono definite quelle che:
 - (1) **cause or are likely to cause substantial injury to consumers;**
 - (2) **not reasonably avoidable by consumers themselves;**
 - (3) **not outweighed by countervailing benefits to consumers.**

FTC ACT

- Nell'interpretare le **“deceptive practices”** la FTC ha deciso che si tratta di:
 - **(1) azioni od omissioni che possono trarre in inganno il consumatore;**
 - **(2) influire sulla condotta del consumatore o sulle sue decisioni riguardo a prodotti o servizi.**

UNFAIR AND DECEPTIVE PRACTICES

- La FTC proibisce azioni disoneste ed ingannevoli **perpetrate con ogni tipo di mezzi** e in modo particolare **attraverso internet**, che riguardano il **marketing**, **l'advertising e le vendite**.

ENDORSEMENTS AND TESTIMONIALS

- La FTC ha emesso delle **ordinanze particolari** che si riferiscono alla **sponsorizzazione** dei prodotti, vietando:
 - 1) **False dichiarazioni che menzionano sponsors inesistenti**; oppure
 - 2) **menzionano sponsors che non sponsorizzano piu** il prodotto o il servizio; o ancora
 - 3) **indicano falsamente che tali sponsors usano, hanno usato o useranno il prodotto o servizio.**

CASI DI UNFAIR AND DECEPTIVE PRACTICES

- Durante la pandemia vi sono state innumerevoli azioni di individui, tra cui *class actions*, intentate tra l'altro contro **AMAZON**, per **l'aumento illegale dei prezzi di certi prodotti legati al COVID-19, quando vi era scarsita` degli stessi.**
- Tra i fatti piu` recenti riguardanti *unfair and deceptive practices*, e` da ricordare che la FTC, nel febbraio 2022, ha ordinato sanzioni per oltre 4 milioni di dollari contro **FASHION NOVA** che avrebbe soppresso dal sito internet le “**customer negative reviews**”.

MAGNUSON-MOSS WARRANTY ACT

- Inoltre, per le imprese che vendono tecnologia negli Stati Uniti anche attraverso l'e-commerce, e` bene ricordare che valgono sempre le disposizioni del Magnuson-Moss Act del 1975 che **richiede che i produttori e venditori di prodotti provvedano chiare e dettagliate garanzie al consumatore**, e che gli stessi siano **in grado di leggerle prima di acquistare il prodotto**.

DATA PROTECTION AND PRIVACY

- Negli Stati Uniti vi sono meno norme uniformi a protezione dei dati personali degli utenti che non in Europa perché la tendenza è quella di **favorire il business come prima cosa**. Ogni stato ha le proprie leggi e regolamenti in materia. Sono tuttavia protetti i dati che gli individui forniscono a **medici ed ospedali, e quelli forniti a banche ed istituti finanziari**.
- La Federal Trade Commission (FTC) ha raccomandato una legislazione che regoli l'*On Line Profiling*, ma, a parte nelle ipotesi sopra elencate, la legge federale americana a protezione della privacy contiene pochissimi divieti che riguardano la raccolta dei dati degli utenti.

DATA PROTECTION AND PRIVACY

- Non vi è l'obbligo che un digital business pubblichi una *privacy policy* sul proprio website. Tuttavia in genere le imprese lo fanno perché la pubblicazione della policy offre maggiori garanzie sulla serietà della ditta venditrice e quindi rende il sito più affidabile per i consumatori e li inducono ad acquistare i prodotti.

CAN SPAM

- Il **Controlling the Assault of Non Solicited Pornography and Marketing (CAN SPAM Act)** è una legge federale anti-spam che regola l'**utilizzo a livello aziendale delle emails e altre comunicazioni** per via elettronica ai fini del marketing. L'atto contiene requisiti sostanziali e procedurali che conferiscono poteri regolatori alla Federal Trade Commission (FTC).
- L'atto riguarda il **divieto di inviare emails e altre comunicazioni bloccate o senza il consenso degli utenti**, con penalità di carattere civile e penale fino a cinque anni di reclusione.

Electronic Communication Privacy Act and Computer Fraud and Abuse Act

- **L'Electronic Communication Privacy Act (47 USC 2510)** e il **Computer Fraud and Abuse Act (18 USC section 1030)** riguardano la **intercettazione** di comunicazioni elettroniche e la **manomissione dei computer**.
- Una **class action intentata nel 2018** in Federal Court a New York da consumatori contro tre retailers e una società che offriva un codice per determinare l'identità dei consumatori che visitavano i siti, è stata rigettata dalla Corte Federale tra l'altro con la motivazione che l'affermazione generale di invasione della privacy non è considerata "cognizable injury" dalla legge di New York. (*Brady Cohen v. Casper Sleep, Inc., Tyrwhitt, Inc., New Moosejaw, LLC and Navistone, Inc.*, Case 1:17-cv-09325.)

STATE PRIVACY LAWS:

CALIFORNIA

- Vi sono leggi statali a protezione del consumatore. Tra queste ne ricordiamo due, quella della **California** e quella di **New York**.
- Il **California Consumer Privacy Act (California Civil Code sections 1798, 100-198)**, entrato in vigore nel **luglio 2020**, è il più recente e il più completo. Riguarda il diritto alla privacy degli individui residenti in California e **riguarda restrizioni alla vendita di dati personali**, disponendo sanzioni rilevanti per chi viola la normativa.
- Si applica a imprese: 1) con **un ricavato lordo di oltre 25 milioni**; 2) oppure che condividano **informazioni di oltre 50,000 individui**; 3) o il **50% del ricavato lordo delle quali derivi dalla vendita di informazioni personali**.

NEW YORK SHIELD ACT

- Il **New York Stop Hacks and Improve Electronic Data Security Act (SHIELD Act)** (*New York General Business Law sections 899 aa and bb*) e` molto completo e prescrive una lista di regole tecniche e di carattere amministrativo a carico delle imprese che devono implementare un determinato **programma per la protezione dei dati personali dei residenti a New York.**
- Lo SHIELD Act definisce “**private information**” le seguenti, in **connessione con il nome e cognome dell’individuo** ed il divieto di comunicarle a terzi:
 - 1) Codice Fiscale;
 - 2) Numero della patente di guida;
 - 3) Numero di Conto bancario o della carta di credito;
 - 4) informazioni biometriche, quali impronte digitali, DNA ecc.)

LEGISLAZIONE

- *Uniform Commercial Code (UCC, art. 2-204);*
- *Uniform Computer Information Transactions Act (UCITA);*
- *Federal Arbitration Act (FAA);*
- *Electronic Signature Act (E-sign Act);*
- *Federal Trade Commission Act (FTC Act);*
- *Consumer Review Fairness Act (CRFA);*
- *Magnuson-Moss Act (1975);*
- *Controlling the Assault of Non Solicited Pornography and Marketing (CAN SPAM Act);*
- *Electronic Communication Privacy Act (47 USC 2510);*
- *Computer Fraud and Abuse Act (18 USC section 1030);*
- *California Consumer Privacy Act (California Civil Code sections 1798, 100-198);*
- *New York Stop Hacks and Improve Electronic Data Security Act (SHIELD Act) (New York General Business Law sections 899 aa and bb).*

CASI E SENTENZE

- Resorb Networks, Inc. v. YouNow.com, Supreme Court of the State of New York, New York County, April 8, 2016, 51 Misc. 3d, 975;
- Nguyen v. Barnes & Nobles, Inc. United States Court of Appeals for the Ninth Circuit, August 18, 2014, 763 Fed. 3d 1171;
- Kwan v. Clearwire Corp. United States District Court of Washington, December 28 2011, 2011 U.S. Dist Lexis 150145;
- Specht v. Netscape Communications Corp, 150 F.Supp.2nd 585 (S.D.N.Y 2001);
- RBC Capital Mkts LLC v. Highland Capital Mgmt, Court of Appel of Texas, Fifth Circuit, 205 Tex App Lexis 12364;
- Nicosia v. Amazon.com, Inc. 834 F. 3d 220 August 25, 2016;

CASI E SENTENZE

- Ford Motor Co. v. Montana Eighth Judicial District Court, 392 U.S (2021);
- Robinson v. Jeopardy Productions, Inc. 2019 CA 1095 (La.Ct.Appeal 1st Cir.2020);
- Bristol- Myers Squibb. Co. v. Superior Court, 137 S.Ct.1773 (2017);
- Brady Cohen v. Casper Sleep, Inc., Tyrwhitt, Inc., New Moosejaw, LLC and Navistone, Inc., Case 1:17-cv-09325 (2018).