

TRUFFE DIGITALI, L'AVVOCATO: "I CONTRATTI FAI DA TE CON L'AI ESPONGONO I CONSUMATORI A CLAUSOLE NULLE E RISCHI PER LA PRIVACY"

Publicato il 28 Dicembre 2025 di redazione



Categoria: [NOTIZIE DI PRIMA PAGINA](#)



Davvero tante, troppe aziende (ma a questo punto, anche i consumatori) si stanno infilando in un vero e proprio campo minato quando si tratta di incontrare modelli generici di accordi contrattuali, o contratti e documenti legali complessi preparati da ChatGpt

ROMA – Davvero tante, troppe aziende (ma a questo punto, anche i consumatori) si stanno infilando in un vero e proprio campo minato quando si tratta di incontrare **modelli generici di accordi contrattuali, o contratti e documenti legali complessi preparati da ChatGpt.**

L'avvocato Oreste Maria Petrillo, uno dei massimi esperti in diritto civile d'impresa e noto consulente Gdpr privacy, non ci va affatto leggero. Avverte che proprio **il mondo del commercio online è il più esposto a multe, contratti nulli e gravi violazioni del Gdpr.** E alla fine, a pagarne le spese sono anche i cittadini. Il boom della digitalizzazione, accelerato prima della pandemia e poi dalla tecnologia, ha rivoluzionato il modo di vendere prodotti e servizi. Basta guardare il settore della formazione online o dell'Internet Marketing, che viaggiano sempre più veloci, dove nessuno vuole restare indietro, ma questa fretta nasconde poi una debolezza pericolosa. **Tanti imprenditori rinunciano alla consulenza legale vera** e si affidano invece a **soluzioni apparentemente rapide e a basso costo**, come quella dell'Intelligenza Artificiale generativa.

Petrillo, founder di Avvocato Contrattualistica e che da anni gestisce **controversie contrattuali sia nel B2B che nel B2C**, lo chiama senza mezzi termini il **"falso mito del fai da te legale"**. E lancia l'allarme, perché questa moda sta dilagando. **Non è solo l'imprenditore a rischiare, ma anche il consumatore**, che si ritrova con **contratti pieni di clausole nulle, vessatorie e con i suoi diritti lasciati al vento**. Il problema vero? Molti oggi credono di poter delegare la stesura di contratti complessi, diffide o atti legali direttamente a un chatbot.

L'AI PUÒ ESSERE UTILE COME ASSISTENTE, MA NON POTRÀ MAI SOSTITUIRE IL PROFESSIONISTA

Petrillo lo dice chiaro, **L'AI può certamente essere utile come assistente, ma non potrà mai sostituire il professionista.** "La gente pensa che sia sufficiente delegare le questioni tecniche ad un'AI, ma se ci pensi bene, **non ti faresti mica operare da un robot. Il robot può aiutare il medico, non prenderne il posto**". La verità è che **chi non è del mestiere, spesso non sa nemmeno come**

impostare la richiesta all'AI, né come verificare che il risultato sia davvero adatto o veritiero. Un contratto, per funzionare, deve essere cucito su misura, deve adattarsi al business, alla giurisdizione, alle tutele necessarie. **Un testo generato dall'AI non coglie le ultime sentenze, non inserisce le clausole adatte o necessarie al caso specifico**, e non riconosce le sfumature che possono presentarsi in situazioni particolari. Così si finisce con un documento che, sulla carta, sembra valido, ma in tribunale si rivela debole e inadeguato. L'azienda resta senza difesa e il consumatore finisce in un limbo. Non è solo una questione tecnica, **usare l'AI senza attenzione espone le aziende a un rischio enorme, quello della violazione del Gdpr**, con tutto quello che comporta per la privacy di dipendenti e clienti. Petrillo avverte: "Quando carichi un documento sull'AI, molti non si rendono conto che stanno violando il Gdpr per **far scrivere un atto legale a un'AI**. Quindi l'imprenditore o chi per lui deve inserire informazioni sensibili, dati riservati, strategie aziendali. E questi dati, una volta caricati sui server dei fornitori di AI, non sempre sono protetti come richiede la normativa europea". Petrillo ricorda un caso avvenuto in Brasile, che ha fatto il giro del mondo. **Un hacker è riuscito a tirare fuori dati sensibili, nomi e cognomi, aziende coinvolte da un'AI**, mettendo a rischio informazioni cruciali. Per un'azienda, perdere il controllo sui dati dei clienti o sulle proprie strategie legali non è solo un danno d'immagine, ci sono multe che arrivano ai milioni di euro per chi viola il Gdpr. **Passare dati confidenziali a un provider AI che non rispetta la normativa europea è un rischio che nessuna azienda seria può permettersi**. Se parliamo di B2C, sicuramente è il più esposto agli errori sui contratti, soprattutto quando si parla di formazione online ed e-commerce.

L'avvocato Petrillo non ha dubbi, è un vero e proprio calderone di guai. La legge italiana, e in particolare il Codice del Consumo, prende molto sul serio la tutela del consumatore, che resta sempre la parte più debole. E proprio qui cascano tante aziende, soprattutto digitali, che usano contratti che ignorano del tutto **le regole sulle clausole vessatorie, mettendo a rischio l'intero accordo**. Petrillo fa una distinzione chiara tra due tipi di clausole che spesso **il consumatore accetta senza rendersene conto**. Le clausole presenti in **'Lista nera'**, le peggiori. Limitano troppo i diritti del consumatore o scaricano tutte le responsabilità sul venditore, anche su cose fondamentali come il diritto di recesso. **Sono nulle per legge, a prescindere da quante volte il cliente le abbia accettate**. Le clausole in **'Lista grigia'**, dove la situazione è un po' diversa. Sono valide solo se il consumatore le ha accettate in modo chiaro e separato, di solito con la famosa doppia spunta. Il problema è che **molti e-commerce e piattaforme, per rendere il checkout più veloce, saltano queste procedure**, preselezionando le caselle di accettazione, oppure non danno al cliente il tempo di leggere davvero il contratto prima dell'acquisto.

Ma, come ricorda Petrillo, "la spunta online equivale ad una firma". Se il testo non si legge o l'accettazione non è davvero consapevole, **il contratto si indebolisce e l'imprenditore rischia rimborsi e cause legali**. Il Codice del Consumo non lascia molto spazio all'interpretazione in questo caso. **Nel B2C la responsabilità del venditore non si può aggirare, la legge protegge entrambe le**

parti, punto. Se provi a limitarla troppo, la clausola salta e il contratto vacilla. Non è sufficiente avere un contratto scritto bene, conta anche tutto quello che viene prima, come le pagine di vendita, copywriting, webinar, offerta. Petrillo ha sviluppato un approccio che parte proprio da qui, dall'analisi di come l'azienda comunica e vende. **Se un'azienda promette troppo o usa toni troppo aggressivi, quelle parole rischiano di diventare prove contrarie in tribunale**, soprattutto se il servizio poi non è all'altezza. Nessun contratto può salvare un'azienda che promette l'impossibile.

about:blank

Poi c'è l'AI, dove Petrillo lancia l'allarme: "L'intelligenza artificiale la usano anche i clienti, non solo le aziende". **Il consumatore, oggi, non deve nemmeno rivolgersi a un avvocato per una diffida standard, basta un sistema automatico.** Questo meccanismo, di cui si parla ancora poco, sta facendo crescere il numero di controversie stragiudiziali. L'AI diventa così una lama a doppio taglio, se l'azienda la usa male si fa del male da sola, se la usa il cliente diventa un amplificatore di conflitti.

SERVE PREVENZIONE

Come ci si difende da tutto questo? Petrillo è netto, **serve prevenzione, e serve farla bene.** Come? Con un contratto su misura, preparato apposta per il business, con attenzione al settore, ai rischi, e alle regole. Ma anche con **un controllo rigoroso in fase di checkout, bisogna assicurarsi che tutto il processo di accettazione online segua il Codice del Consumo.** Niente scorciatoie, il cliente deve poter leggere davvero e fare la doppia spunta sulle clausole importanti. Ma anche adottando una mentalità proattiva, adottando la logica del "se vuoi la pace, preparati alla guerra". I contratti sono la prima linea di difesa, alla fine Petrillo è chiaro: **"Investire in un contratto fatto bene costa poco rispetto ai danni, economici e di reputazione, di una causa.** Illudersi di risparmiare con il fai da te o l'AI è solo un autogol. Si rischia una guerra legale dispendiosa e si minaccia la fiducia nell'e-commerce. Solo chi conosce davvero la materia può garantire che la trasformazione digitale sia sicura per tutti".

«Agenzia DIRE» e l'indirizzo «www.dire.it»

