

## ÍNDICE

<b>TABLA DE ABREVIATURAS</b> .....	11
<b>PRÓLOGO</b> .....	13
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	25

### CAPÍTULO I

#### EL CONSUMIDOR MEDIO

1. LA CUESTIÓN DE LA ADJETIVACIÓN DE LA NOCIÓN DE CONSUMIDOR .....	29
2. EL CONSUMIDOR MEDIO .....	32
2.1. Construcción del concepto .....	32
2.2. Elementos del concepto .....	36
2.3. Fundamento de la construcción del estándar del “consumidor medio” .....	39
2.4. Asunción del concepto en la normativa comunitaria y en las legislaciones italiana y española .....	42
2.5. Cuestionamiento del estándar del consumidor medio .....	45
2.5.1. El principio <i>pro consumatore</i> .....	45
2.5.1.1. Regulación en el ordenamiento español .....	50
2.5.1.2. Regulación en el ordenamiento italiano .....	53
2.5.1.3. Relación con otros derechos y principios .....	56
2.5.2. Conclusiones sobre la insuficiencia protectoria del estándar del consumidor medio .....	59

### CAPÍTULO II

#### EL CONSUMIDOR HIPERVULNERABLE

1. DEFINICIÓN .....	63
2. LA DINAMICIDAD DE LA CATEGORÍA .....	68
3. LA JUSTIFICADA TUICIÓN DIFERENCIADA .....	71
4. ALGUNAS SITUACIONES PREDISPONENTES DE HIPERVULNERABILIDAD .....	73
4.1. La cuestión de la persona jurídica como consumidor hipervulnerable .....	77
5. DESARROLLO DEL TEMA A NIVEL EUROPEO .....	86
A) Un antecedente jurisprudencial precoz: el asunto “Buet” .....	86
B) La Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005 .....	88
C) La Directiva 2009/72/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de julio de 2009, sobre normas comunes para el mercado interior de la electricidad, y la Directiva 2009/73/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de julio de 2009 sobre normas comunes para el mercado interior del gas natural .....	90
D) La Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 .....	92
E) La Resolución del Parlamento Europeo, de 22 de mayo de 2012, sobre una estrategia de refuerzo de los derechos de los consumidores vulnerables .....	92

F) Reglamento UE no. 254/2014 del Parlamento Europeo “Programa Plurianual de Consumidores para el periodo 2014-2020” .....	96
G) El Código del consumo italiano .....	97
H) La legislación española .....	98

### **CAPÍTULO III**

#### **LA FALTA DE ACCESIBILIDAD COMO CAUSAL DE HIPERVULNERABILIDAD DE LOS CONSUMIDORES**

1. EL MODELO SOCIAL DE PROTECCIÓN DE LA PERSONA CON DISCAPACIDAD .....	107
2. LA CONVENCIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD .....	112
2.1. Recepción en el ordenamiento jurídico italiano .....	119
2.2. Recepción en el ordenamiento jurídico español .....	125
3. LA ACCESIBILIDAD UNIVERSAL COMO GARANTÍA DE ACCESO CONSUMO .....	129
3.1. La accesibilidad universal .....	129
3.2. La carencia de accesibilidad como causal de hipervulnerabilidad de los consumidores .....	140

### **CAPÍTULO IV**

#### **LA ACCESIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN COMO REQUISITO DE TRANSPARENCIA ANTE CONSUMIDORES HIPERVULNERABLES**

1. LA INFORMACIÓN EN LAS RELACIONES DE CONSUMO .....	145
2. LA ACCESIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN EN EL CONSUMO .....	151
3. PREDISPOSICIÓN CONTRACTUAL Y TRANSPARENCIA. LA ACCESIBILIDAD DEL CLAUSULADO CONTRACTUAL .....	158
3.1. Predisposición contractual y condiciones generales de la contratación .....	158
3.1.1. El control de contenido. ¿Incidencia en cuanto al consumidor hipervulnerable en estudio? .....	162
3.1.2. La transparencia contractual en función de la accesibilidad a los consumidores hipervulnerables .....	167
3.1.2.1. Análisis desde el control de transparencia formal o de incorporación ..	170
3.1.2.2 Análisis desde el control de transparencia material .....	186
3.1.2.2.1. La transparencia material .....	186
3.1.2.2.2. Transparencia material y consentimiento del consumidor hipervulnerable .....	198
3.1.2.2.2.1. El notario y su papel en la transparencia material ante consumidores hipervulnerables por falta de accesibilidad .....	206
3.1.2.2.2.2. Transparencia material y análisis del consentimiento del consumidor concreto en el extremo opuesto: el consumidor experto. Reciente tendencia del Tribunal Supremo español .....	212

Capítulo V

**LA ACCESIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS Y LA RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTOR**

1. RÉGIMEN GENERAL DE RESPONSABILIDAD CIVIL ANTE DAÑOS CAUSADOS POR PRODUCTOS DEFECTUOSOS ..... 217

2. LA SEGURIDAD DEL PRODUCTO Y LOS CRITERIOS DEL USO NORMAL Y RAZONABLEMENTE PREVISIBLE. TRASCENDENCIA DE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR (DEL CONSUMIDOR MEDIO AL HIPERVULNERABLE) ..... 222

2.1. La falta de accesibilidad del producto como riesgo ante consumidores especialmente vulnerables. Especial referencia al caso español ..... 231

3. LA EXIGIBILIDAD LEGAL DE LA ACCESIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS ..... 234

3.1. La Directiva (UE) 2019/882 de 17 de abril de 2019 sobre los requisitos de accesibilidad de los productos y servicios. Sus limitaciones ..... 234

3.2. Las legislaciones italiana y española, y sus limitaciones ..... 240

4. LECTURA DEL HECHO DE LA VÍCTIMA COMO EXIMENTE DE RESPONSABILIDAD ANTE LA FALTA DE ACCESIBILIDAD 244

4.1. Breve referencia a la culpa de la víctima sin capacidad de discernimiento ..... 253

**BIBLIOGRAFÍA ..... 259**

