CORTE DI GIUSTIZIA
DELL'UNIONE EUROPEA

COMUNICATO STAMPA n. 105/25
Lussemburgo, 3 settembre 2025

Sentenza del Tribunale nella causa T-348/23 | Zalando / Commissione

Il Tribunale respinge il ricorso della Zalando contro la designazione della sua piattaforma omonima come piattaforma online di dimensioni molto grandi

Con decisioni del 25 aprile 2023 [1], la Commissione ha designato, tra l'altro, il negozio online Zalando, una piattaforma che commercializza articoli di moda nonché prodotti di bellezza, come «piattaforma online di dimensioni molto grandi» ai sensi del regolamento sui servizi digitali [2].

Infatti, la Commissione riteneva che il numero medio mensile di destinatari attivi della piattaforma Zalando nell'Unione europea fosse superiore alla soglia di 45 milioni (o al 10 % della popolazione dell'Unione), vale a dire oltre 83 milioni.

La designazione come piattaforma online di dimensioni molto grandi comporta che la piattaforma in questione sia soggetta a obblighi supplementari volti, in particolare, a tutelare i consumatori e a lottare contro la diffusione di contenuti illegali.

La Zalando ha contestato la designazione della sua piattaforma come piattaforma online di dimensioni molto grandi dinanzi al Tribunale dell'Unione europea.

Con la sua sentenza pronunciata in data odierna, **il Tribunale respinge il ricorso della Zalando e conferma quindi la decisione della Commissione**.

Secondo il Tribunale, la piattaforma Zalando è una «piattaforma online» ai sensi del regolamento sui servizi digitali nella misura in cui venditori terzi vi commercializzano prodotti nell'ambito del programma intitolato «Partner Programm» [3]. Per contro, essa non lo è per quanto riguarda la vendita diretta di prodotti da parte della stessa Zalando («Zalando Retail») [4].

Per stabilire se la piattaforma Zalando dovesse essere designata come una piattaforma online di dimensioni molto grandi, occorreva determinare il suo numero di destinatari attivi, che comprendeva in particolare il numero di persone che erano state esposte alle informazioni provenienti dai venditori terzi nell'ambito del Partner Programm [5].

Poiché la Zalando non era in grado di distinguere, tra gli oltre 83 milioni di persone che avevano utilizzato la sua piattaforma (comprendente la Zalando Retail e il Partner Programm), quelle che sono state effettivamente esposte alle informazioni fornite dai venditori terzi nell'ambito del Partner Programm da quelle che non lo sono state [6], la Commissione poteva ritenere che esse fossero tutte considerate esposte a dette informazioni. La Commissione poteva quindi considerare che il numero medio mensile di destinatari attivi della piattaforma Zalando ammontasse a più di 83 milioni, e non a soli circa 30 milioni, come sostenuto dalla Zalando basandosi sul valore lordo delle vendite generate nell'ambito del Partner Programm.

Il Tribunale respinge peraltro gli argomenti della Zalando secondo cui le norme del regolamento sui servizi digitali relative alla qualificazione come piattaforme online di dimensioni molto grandi violerebbero i principi di certezza del diritto, di parità di trattamento e di proporzionalità.

Esso sottolinea in particolare che i mercati online possono essere utilizzati per facilitare la commercializzazione di prodotti pericolosi o illegali presso una parte significativa della popolazione dell'Unione, qualora il loro numero medio mensile di destinatari attivi sia pari o superiore a 45 milioni.

IMPORTANTE: Il ricorso di annullamento mira a far annullare atti delle istituzioni dell'Unione contrari al diritto dell'Unione. A determinate condizioni, gli Stati membri, le istituzioni europee e i privati possono investire la Corte di giustizia o il Tribunale di un ricorso di annullamento. Se il ricorso è fondato, l'atto viene annullato. L'istituzione interessata deve rimediare all'eventuale lacuna giuridica creata dall'annullamento dell'atto.

IMPORTANTE: Avverso la decisione del Tribunale può essere presentata impugnazione alla Corte entro due mesi e dieci giorni a decorrere dalla data della sua notifica, limitatamente alle questioni di diritto.

Documento non ufficiale ad uso degli organi d'informazione che non impegna il Tribunale.

Il testo integrale e, se del caso, la sintesi della sentenza sono pubblicati sul sito CURIA il giorno della pronuncia.

Contatto stampa: Jacques René Zammit ✆ (+352) 4303 3355

Immagini della pronuncia della sentenza sono disponibili su «Europe by Satellite» ✆ (+32) 2 2964106.

Restate in contatto!

[1] V. il comunicato stampa della Commissione IP/23/2413.

[2] Regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 ottobre 2022, relativo a un mercato unico dei servizi digitali (regolamento sui servizi digitali).

[3] Infatti, la piattaforma Zalando memorizza e diffonde informazioni fornite da tali venditori, cosicché si tratta di una «piattaforma online», ossia di una sottocategoria di servizi di memorizzazione di informazioni. La circostanza che la Zalando verifichi che le immagini e le descrizioni fornite da tali venditori siano conformi ai suoi requisiti commerciali, che essa le modifichi o le integri, non mette in discussione il fatto che queste informazioni provengano, almeno in parte, da venditori terzi.

[4] Infatti, la vendita diretta di prodotti da parte della Zalando nell'ambito del servizio Zalando Retail non rientra in un servizio di memorizzazione di informazioni, dal momento che tale servizio non memorizza informazioni fornite da un destinatario del servizio, ma unicamente informazioni provenienti dalla Zalando stessa.

[5] Anche venendo a conoscenza del nome dei prodotti commercializzati dai venditori terzi, del loro fabbricante, della loro descrizione e della loro fotografia.

[6] Per determinati prodotti commercializzati sia dalla Zalando sia da venditori terzi, la presentazione dei prodotti era sempre uniforme e indipendente dall'identità del venditore in questione. Esisteva solo una pagina di dettagli del prodotto contenente informazioni e immagini identiche e il consumatore veniva a conoscenza dell'identità del venditore solo quando aveva selezionato le specifiche del prodotto di cui trattasi, come ad esempio la sua taglia per l'abbigliamento.