



**ADICONSUM
Piemonte**



***La tutela
del consumatore
nel mondo
dell'e-commerce***

Realizzato nell'ambito del Programma generale di intervento della Regione Piemonte, con l'utilizzo dei fondi del Ministero dello Sviluppo Economico - Ripartizione anno 2018.

INDICE

<i>Cos'è l'e-commerce</i>	<i>pag.</i>	<i>3</i>
<i>Note legali di un sito e-commerce. I dati e le informazioni principali</i>	<i>pag.</i>	<i>6</i>
<i>La privacy policy e il trattamento dei dati</i>	<i>pag.</i>	<i>8</i>
<i>La normativa sui cookie e sui banner</i>	<i>pag.</i>	<i>12</i>
<i>Lo spamming alla luce del GDPR</i>	<i>pag.</i>	<i>14</i>
<i>Obblighi informativi prima dell'acquisto</i>	<i>pag.</i>	<i>16</i>
<i>Conclusione del contratto di acquisto</i>	<i>pag.</i>	<i>17</i>
<i>I pagamenti</i>	<i>pag.</i>	<i>18</i>
<i>La consegna della merce acquistata</i>	<i>pag.</i>	<i>21</i>
<i>Bene fisico consegnato non conforme al bene ordinato-acquistato. Garanzia e procedura di reso</i>	<i>pag.</i>	<i>23</i>
<i>Il diritto di recesso</i>	<i>pag.</i>	<i>26</i>
<i>Reclami, controversie e Foro competente</i>	<i>pag.</i>	<i>30</i>
<i>Le associazioni dei consumatori e le "azioni collettive"</i>	<i>pag.</i>	<i>33</i>

Cosa si intende per “e-commerce”

Il settore dell’e-commerce (commercio elettronico), ha subito una crescita esponenziale in questi ultimi anni, assumendo un peso sempre maggiore nel mercato e modificando radicalmente le abitudini dei consumatori.

La progressiva esplosione dei siti e-commerce ha necessariamente richiesto una regolamentazione di natura giuridica di questo comparto chiave, al fine di tutelare la gran quantità di persone che giornalmente rivolgono i loro acquisti a siti internet.

Quali sono, dunque, le norme che regolano questo settore?

Ma procediamo con ordine, per comprendere prima di tutto cosa significa il termine “e-commerce”.

Per “e-commerce” si intende quella forma di commercio di beni e servizi effettuata per via elettronica attraverso piattaforme web, sulle quali il venditore carica il proprio catalogo di prodotti o servizi per consentirne la consultazione da parte del compratore.

L’e-commerce può essere distinto in due tipologie, a seconda delle modalità di vendita e della tipologia di prodotti:

- ✓ **Commercio elettronico indiretto (off line):** è la forma di commercio che più si avvicina a quella tradizionale in quanto i beni materiali sono visionabili su un catalogo on line che ne evidenzia le caratteristiche essenziali (descrizione, prezzo, modalità di pagamento e di consegna); dopo aver effettuato l’ordine l’acquirente potrà eseguire il pagamento mediante strumenti elettronici (quali, ad esempio, carte di credito o carte prepagate) oppure direttamente alla consegna del bene, che avverrà tramite i metodi di spedizione tradizionali (corriere o spedizione postale) all’indirizzo indicato dall’acquirente.

- ✓ **commercio elettronico diretto (on line):** in questo caso la vendita ha ad oggetto beni immateriali e intangibili che vengono forniti solo ed esclusivamente attraverso Internet o una rete elettronica. Dopo aver completato l'ordine ed eseguito il pagamento con sistemi elettronici, l'acquirente effettua il download del bene acquistato oppure riceve dal venditore il servizio richiesto. Negli ultimi anni si è assistito ad una sempre maggiore protezione a favore di coloro che acquistano contenuti digitali (film, musica, programmi software). Le nuove regole prevedono dei meccanismi di informazione più trasparenti: il venditore dovrà infatti illustrare eventuali limiti di compatibilità con i dispositivi hardware e software e gli eventuali limiti di riproducibilità dei contenuti stessi. I consumatori, secondo lo schema delle nuove norme, potranno recedere dall'acquisto di beni digitali come file musicali, file video o applicazioni, ma solo prima di iniziare il processo di download.

Nell'ambito dell'e-commerce, inoltre, possono distinguersi le seguenti tipologie contrattuali che differiscono tra loro in base ai soggetti che intervengono nella transazione:

1. il **contratto B2B (Business to Business)**, ovvero il contratto concluso tra operatori economici (imprese o liberi professionisti); in questo tipo di rapporti non sussiste una vera e propria esigenza di tutela della cosiddetta "parte debole", in quanto i soggetti operano sul medesimo piano;

2. il **contratto B2C (Business to Consumer)**, ovvero il contratto concluso tra operatore economico e consumatore finale; diversamente dal contratto B2B, in questa tipologia di transazione vi è la evidente necessità di prevedere da parte dell'ordinamento delle apposite tutele a garanzia del consumatore, trovandosi quest'ultimo in una posizione più debole rispetto all'altro contraente e maggiormente esposto ad eventuali rischi;

3. il **contratto B2A (Business to Administration)**, ovvero il contratto concluso tra Pubblica Amministrazione e imprese;

4. il **contratto C2A** (*Consumer to Administration*), ovvero il contratto concluso tra Pubblica Amministrazione e cittadini, per effettuare il pagamento di tasse e contributi online;

5. il **contratto C2C** (*Consumer to Consumer*), ovvero il contratto concluso tra soggetti privati; questo tipo di rapporto si svolge attraverso le c.d. “aste online” in cui i consumatori finali effettuano scambi di beni e servizi utilizzando siti appositamente dedicati a tale forma di commercio;

6. il **contratto P2P** (*Peer-to-Peer*), ovvero il contratto concluso fra soggetti privati mediante specifiche piattaforme, avente ad oggetto lo scambio e la condivisione di files.

La normativa che regola i siti e-commerce si presenta piuttosto complessa, in quanto coinvolge discipline diverse come la tutela dei consumatori, il trattamento e la protezione dei dati personali, nonché le disposizioni specifiche per il commercio elettronico.

Gli obblighi per la gestione di un sito e-commerce, infatti, sono dettati da varie fonti quali il codice civile, la normativa sul commercio elettronico (D.Lgs. n. 70/2003), le disposizioni relative ai contratti stipulati al di fuori di esercizi commerciali e alla tutela del consumatore (c.d. Codice del Consumo di cui al D. Lgs. n. 206/2005 e successive modifiche), la nuova Normativa sulla Privacy di cui al Regolamento Europeo 2016/679 più comunemente conosciuta come GDPR (General Data Protection Regulation), ed infine la Direttiva Europea 2009/136 (c.d. Cookie Law), che fornisce chiarimenti relativamente all'utilizzo dei cookie e alle informazioni che è necessario fornire ai consumatori.

Quali sono, dunque, le norme che un sito e-commerce deve rispettare sia relativamente alla legge italiana che a quella europea?

Quali le note legali di un e-commerce che devono necessariamente comparire sulle piattaforme web per una efficace tutela e trasparenza nei confronti degli acquirenti?



Note legali di un e-commerce.

I dati e le informazioni principali.

La normativa in tema di e-commerce stabilisce una serie di adempimenti informativi che pongono al centro la trasparenza e, quindi, la tutela degli utenti. La prima pagina da predisporre all'interno di un sito e-commerce riguarda proprio questo tipo di dati e di informazioni, ritenute fondamentali per consentire l'identificazione della società venditrice.

I dati obbligatori sono:

- *Nome, denominazione o ragione sociale*
- *Domicilio e sede legale*
- *Numero di iscrizione al RAE (Repertorio Attività Economiche) o al registro delle imprese*

- *Numero Partita IVA (deve necessariamente essere riportata nella home page)*

Vi sono poi altri elementi che deve necessariamente contenere un sito e-commerce:

- *La privacy policy e il trattamento dei dati*
- *La normativa sui cookie*
- *Come impostare il banner sui cookie*

Infine, devono comparire i seguenti obblighi informativi prima dell'acquisto:

- *Pagamenti e consegne*
- *Politica di reso della merce*
- *Diritto di recesso*



La privacy policy e il trattamento dei dati

Un aspetto a cui spesso il consumatore non presta la necessaria attenzione è quello relativo alla protezione dei dati di cui lascia traccia quando semplicemente visita una pagina web o effettua acquisti online; eppure quando visitiamo un sito internet, il gestore del medesimo può venire a conoscenza di molte informazioni personali.

In primo luogo è bene precisare che per dati personali si devono intendere tutti quei dati che consentono, anche in associazione ad altri, di risalire all'identità di una persona, ricomprendendo quindi non solo quelli acquisiti automaticamente (come l'indirizzo IP) ma anche tutte le informazioni che vengono fornite direttamente dall'utente in fase di acquisto o di conclusione di un contratto.

Chi gestisce un sito e-commerce si trova, dunque, ad acquisire e a trattare i dati personali dei propri clienti e conseguentemente la Privacy Policy deve essere sempre presente su un sito di commercio elettronico.

Il recente Regolamento n. 2016/679 (GDPR) dispone che tutti coloro che sono titolari di un sito web devono pubblicare sullo stesso l'informativa sulla privacy dei dati personali, dedicando a questa una intera pagina che sia facilmente rintracciabile dall'utente.

Pertanto, la seconda pagina di un sito e-commerce dovrà riguardare il trattamento dei dati dei clienti, specificando non solo le norme che regolano la gestione dei dati raccolti attraverso il sito ma anche una serie di informazioni attinenti all'azienda e al responsabile del trattamento degli stessi.

Analizziamo ora quali contenuti devono essere presenti nella pagina dedicata alla Privacy Policy.

- Titolarità del trattamento

Il titolare del trattamento dei dati viene generalmente identificato con il titolare del sito e la pagina della c.d. "Privacy Policy" deve essere richiamata tramite un link anche nelle sezioni in cui i dati vengono raccolti, come ad esempio la pagina dell'ordine. La normativa GDPR, proprio in relazione al responsabile del trattamento dei dati dei clienti, statuisce per l'e-commerce che ogni proprietario del sito è responsabile per il trattamento dei medesimi ed ha la responsabilità di garantirne, nel modo migliore possibile, la sicurezza (c.d. principio di responsabilizzazione).

- Trattamento dei dati e finalità

Il venditore dovrà indicare all'utente quali sono le finalità per le quali i dati personali verranno trattati, ad esempio per attività di natura commerciale, di vendita diretta, di marketing in relazione alla sola comunicazione di eventuali promozioni, nonché per l'esecuzione degli obblighi contrattuali inerenti all'acquisto di prodotti online ed alla gestione dell'ordine, attività di customer care, reclami e contenziosi, per l'esecuzione delle attività preliminari al contratto e agli obblighi contrattuali nonché per l'adempimento delle incombenze amministrativo-contabili.

Poiché per i siti e-commerce il trattamento dei dati è generalmente finalizzato alla sola conclusione del contratto, in caso di finalità inerenti attività di carattere pubblicitario, promozionale e di marketing (invio di newsletter e materiale pubblicitario) dovrà essere necessariamente richiesto all'utente uno specifico e separato consenso.

- Diritto alla cancellazione dei dati personali

Tale diritto rappresenta una importante novità introdotta dal GDPR e si basa sull'idea secondo la quale come per i clienti deve essere semplice dare il proprio consenso, in eguale manie-

ra deve essere anche poterlo revocare. Il venditore deve dunque agire tempestivamente sulla richiesta di cancellazione dei dati personali da parte dell'utente, che può avvenire in qualsiasi momento.



- Conferimento dei dati

Il Titolare del trattamento dovrà indicare i dati che sono obbligatoriamente da inserire per poter accedere al sito, in quanto necessari per assolvere agli obblighi contrattuali (ad esempio nome, cognome, indirizzo di posta elettronica). E' evidente che in caso di rifiuto a comunicare tali informazioni personali, l'utente non potrà accedere ai servizi offerti dal sito e-commerce. Il venditore dovrà anche indicare i dati solamente facoltativi, quale il numero di telefono dell'acquirente al fine di poter essere contattato in caso di problematiche relative alla consegna della merce.

- Gestione dei dati personali

L'utente, dopo aver fornito il consenso e l'accettazione dell'informativa sulla privacy e delle condizioni d'uso, deve avere sempre la possibilità di modificarli e revocarli in modo semplice ed immediato.

A tale scopo, è opportuno che il venditore crei una pagina del profilo utente, dove ciascuno possa gestire autonomamente

qualsiasi consenso prestato in relazione alla raccolta dati personali ed all'invio di comunicazioni e newsletter.

I dati debbono essere inoltre protetti da rischio di furto, smarrimento o divulgazione; qualsiasi fuoriuscita degli stessi dovrà essere prontamente comunicata alle autorità competenti.



- Comunicazione dei dati

Nel sito e-commerce dovrà essere indicato quali soggetti utilizzeranno i dati forniti, ad esempio dipendenti o altri collaboratori che potranno venire a conoscenza dei dati nei trattamenti necessari o connessi all'esecuzione dell'ordine di acquisto ed all'attività di marketing, ovvero soggetti esterni (come fornitori di servizi amministrativi e contabili, corrieri e operatori logistici, hosting provider e fornitori di servizi d'ingegneria dei sistemi, fornitori di servizi d'incasso, società informatiche e di marketing online), nominati anche, se necessario, Responsabili del Trattamento da parte del Titolare. L'elenco aggiornato di tali soggetti potrà sempre essere richiesto al Titolare del Trattamento e dovrà altresì essere specificato per quali scopi i medesimi avranno conoscenza dei dati.

- Periodo di conservazione dei dati

Nel sito e-commerce dovrà essere indicato il periodo di conservazione dei dati personali, specificando il fatto che al termine di tale periodo i medesimi saranno cancellati.

Ai sensi dell'art. 77 del GDPR, è fatta comunque salva la facoltà dell'interessato di rivolgersi all'Autorità Garante per la protezione dei dati personali, i cui riferimenti sono presenti sul sito <https://www.garanteprivacy.it>.



La normativa sui cookie e sui banner

Cosa si intende esattamente con il termine cookie? Letteralmente significa "biscotto", ma nel linguaggio informatico i cookie non sono altro che piccoli file di testo che vengono utilizzati per immagazzinare informazioni. I cookie vengono memorizzati sul dispositivo (qualunque esso sia, PC, smartphone o tablet) quando il sito web viene caricato sul browser.

Concretamente e visivamente se andiamo ad esaminare i vari siti di e-commerce, noteremo nella pagina iniziale l'inserimento di un banner con il quale il soggetto che fornisce il servizio, vende prodotti o pubblica notizie, richiede il consenso dell'utente.

Tale previsione è obbligatoria, in quanto la normativa sui cookie pone in capo al gestore del sito l'obbligo di raccogliere il consenso informato dell'utente prima di installare cookie sul suo dispositivo e di iniziare il tracciamento.

La cookie policy deve:

- comunicare le tipologie di cookie (tecnici, statistici e/o di profilazione);*
- descrivere in dettaglio le finalità di installazione dei cookie;*
- indicare i soggetti terzi che installano o che potrebbero installare cookie tramite il sito, prevedendo inoltre un link alle rispettive policy e a eventuali moduli di opt-out;*
- essere disponibile in tutte le lingue in cui viene fornito il servizio.*

Esaminiamo ora brevemente le diverse tipologie di cookie.

*I **cookie tecnici** servono per eseguire autenticazioni informatiche, monitoraggio di sessioni e memorizzazione di informazioni specifiche sugli utenti che accedono ad una pagina web. La loro funzione è quella di rendere più veloce e rapida la navigazione nonché fruizione del web intervenendo, ad esempio, per facilitare alcune procedure come quelle per gli acquisti online, mediante l'autenticazione presso aree ad accesso riservato.*

*Esistono poi i **cookie statistici**, detti analytics, quelli cioè utilizzati dai gestori dei siti web al fine di raccogliere informazioni, in forma aggregata, sul numero degli utenti e su come questi visitano quel sito.*

Altri cookie possono essere utilizzati per monitorare e profilare gli utenti durante la navigazione, esaminando i loro movimenti ed abitudini di consultazione del web o di consumo (cosa comprano, cosa leggono, ecc.), anche allo scopo di inviare pubblicità

di servizi mirati e personalizzati; questi ultimi sono i c.d. **cookie di profilazione**.

Considerata la particolare invasività che soprattutto i cookie di profilazione hanno nell'ambito della sfera personale degli utenti, la normativa europea ed italiana ha previsto che l'utente debba essere adeguatamente informato sull'uso degli stessi ben potendo o meno esprimere liberamente il proprio valido consenso all'inserimento dei cookie sul terminale.

È prevista, altresì, la possibilità di opzionare una navigazione senza cookie attraverso la funzione "blocca i cookie di terze parti".

L'altra opzione è data dalla modalità di "navigazione anonima" mediante la quale si può navigare senza lasciare traccia nel browser.

Da ultimo, è possibile selezionare l'opzione "elimina direttamente i cookie" presente in tutti i browser. Tuttavia, ad ogni collegamento in rete (internet) vengono scaricati nuovi cookie, per cui l'operazione di cancellazione andrebbe eseguita periodicamente. Alcuni browser, i più sofisticati, offrono dei sistemi automatizzati per la cancellazione periodica dei cookie.

Lo spamming alla luce del GDPR

Lo "spamming" è l'invio indiscriminato, senza il consenso del destinatario, di messaggi di posta elettronica e/o newsletter. In concreto la casella di posta elettronica viene inondata da decine di e-mail pubblicitarie capaci di porre a rischio il funzionamento del servizio di posta elettronica dell'utente.

Al fine di verificare la legittimità dello spam, occorre preliminarmente ricordare che i dati di contatto (e-mail, numeri di telefono, ecc.) sono dati personali, essendo gli stessi delle informazioni riguardanti una persona fisica identificata o identificabile

(art. 4, punto 1 del GDPR) e in quanto tali devono essere trattati nel pieno rispetto dei principi di correttezza, finalità, proporzionalità e necessità.

La pratica dello spam è vietata; infatti, l'uso di sistemi automatizzati d'invio di materiale pubblicitario, di vendita diretta, di comunicazione commerciale o per il compimento di ricerche di mercato è possibile solo se sussiste il consenso preventivo dell'utente.

Pertanto, in assenza di tale consenso è illegittimo l'invio di comunicazioni promozionali con i predetti strumenti.

Esiste tuttavia una tipologia di spam che può essere attuata legittimamente anche in assenza di consenso, il c.d. "soft SPAM" (art. 130, comma 4, del Codice Privacy).

Questa forma attenuata si verifica nel caso in cui il titolare del trattamento invii comunicazioni promozionali ad un suo cliente utilizzando i dati di contatto che lo stesso gli ha fornito in sede di acquisto di un prodotto o di un servizio.

Tale tipologia di comunicazione è legittima, anche senza il consenso, se l'informazione inviata riguarda prodotti e servizi analoghi a quelli oggetto della precedente vendita e se l'interessato è stato informato di tale possibile trattamento e non l'abbia espressamente rifiutato.



Obblighi informativi prima dell'acquisto

Il nuovo Codice del Consumo (Decreto legislativo n. 206 del 2005), che ha allineato la normativa italiana con quella europea, ha inteso porre al centro delle disposizioni in esso contenute l'esigenza di informare il cliente in maniera dettagliata.

Per tale ragione sono stati fissati una serie di obblighi informativi sia pre-contrattuali, cioè necessari prima che si perfezioni la transazione, in modo che il consumatore sia perfettamente reso edotto dell'acquisto che sta per effettuare, sia in fase di ordine. Gli obblighi pre-contrattuali sono da inserire in pagine informative generali (solitamente denominate "Condizioni di vendita generali"), mentre i secondi devono comparire all'interno della pagina dell'ordine.

Gli obblighi informativi pre-contrattuali devono riportare:

- *Informazioni sul venditore*
- *informazioni e descrizione dettagliata del prodotto*
- *Informazioni sui prezzi e costi aggiuntivi (comprensivi di imposte e spese di spedizione)*

Oltre a questi, esistono poi altri obblighi che il venditore è tenuto a rispettare prima e immediatamente dopo l'inoltro di un ordine.

Tutte queste informazioni devono comparire nella pagina che descrive il prodotto e nel percorso dedicato all'ordine, in cui si ricorda che deve essere presente anche un pulsante che specifichi che si tratta di un ordine con pagamento, poiché diversamente l'utente non è vincolato al contratto di acquisto.

In particolare, nella fase che precede immediatamente l'acquisto di un bene o di un servizio occorre fornire al consumatore:

- *Informazioni esaustive sul prodotto o servizio*
- *Prezzo, comprensivo di imposte e altri costi aggiuntivi*
- *Costi totali ed eventuale periodo di fatturazione*
- *Modalità di correzione di eventuali errori in fase di ordine*

Terminata la fase di acquisto, il venditore deve trasmettere al consumatore una conferma della conclusione del contratto o dell'acquisto, generalmente via e-mail ma anche tramite documenti cartacei, nella quale occorre specificare:

- *I dettagli e i dati relativi alle condizioni generali del contratto*
- *Caratteristiche del bene o del servizio, prezzo, modalità di pagamento*
- *Diritto di recesso*



Conclusione del contratto di acquisto

Prima di esaminare i punti sopra citati, è necessario comprendere come avviene la conclusione di un contratto negli acquisti e-commerce.

Va detto prima di tutto che il perfezionamento del contratto avverrà dopo aver completato le varie fasi tecniche intermedie.

Prima di procedere con l'invio dell'ordine, all'utente vengono forniti i mezzi tecnici per individuare e correggere gli eventuali errori di inserimento dei dati prima dell'inoltro dell'ordine.

E' necessario che venga esposto in modo chiaro che, per manifestare il proprio assenso, il consumatore deve "cliccare" sul tasto corrispondente. Infine, il venditore invierà la ricevuta, la quale conterrà:

- 1. un riepilogo delle condizioni generali e particolari applicabili al contratto;*
- 2. le informazioni relative alle caratteristiche essenziali del bene o del servizio fornito;*
- 3. l'indicazione dettagliata del prezzo e dei mezzi di pagamento, dei costi di consegna e dei tributi applicabili;*
- 4. l'indicazione del diritto di recesso.*

I pagamenti

Nel footer (cioè nelle note che si trovano al fondo del sito e-commerce) è sufficiente che il venditore inserisca i metodi di pagamento accettati, mentre sarà necessario che il sito e-commerce abbia dedicato una pagina apposita nella quale saranno fornite informazioni ulteriori relative alle diverse opzioni di pagamento.

Nell'ambito dell'e-commerce sono ad oggi prevalentemente utilizzate cinque tipologie di pagamento: il bonifico bancario, il contrassegno, le carte di credito, le carte prepagate e le terze parti di fiducia (ad esempio, Paypal).

*Il **bonifico bancario** è uno strumento di pagamento tradizionale, molto utilizzato nell'ambito dell'e-commerce B2B.*

*Il **contrassegno** consente il pagamento della merce alla consegna a una persona fisica.*

*Le carte di credito e le carte prepagate si differenziano in quanto la **carta prepagata** ha un plafond strettamente legato all'effettiva disponibilità dei fondi versati dall'utilizzatore sulla stessa, mentre la **carta di credito** si basa su un plafond mensile accordato con la società emittente e non è legato ad una comprovata disponibilità di fondi su quella determinata carta.*

Il venditore non può più addebitare ai consumatori costi supplementari per i pagamenti con carta di credito (o altri mezzi di pagamento), se non i costi effettivamente sostenuti per offrire tale opzione di pagamento.

*L'utilizzo di una **terza parte di fiducia** (trusted third party) consente di combinare l'immediatezza della transazione tipica della carta di credito con l'estrema sicurezza fornita da un soggetto terzo, che si incarica di gestire e garantire la transazione. Il venditore con questo sistema non ha contezza del numero di carta di credito dell'acquirente, ma viene garantita da un soggetto terzo sia la disponibilità dei fondi sia il trasferimento dell'importo verso il proprio conto, per cui potrà eseguire con fiducia il contratto. Rientra nell'ambito di questi strumenti di pagamento, ad esempio, Paypal.*

Il venditore in ogni caso deve garantire la sicurezza del pagamento effettuato in formato elettronico: i siti più sicuri utilizzano il server del cliente, pertanto i dati relativi al pagamento (carta di credito, ecc.) non vengono visualizzati, né conseguentemente trattenuti in alcun modo dal sito del venditore. Al venditore giunge solamente la conferma d'ordine effettuato.



Il venditore dovrà indicare in che modo sono espressi i prezzi (ad es. in euro, dollari, ecc). Sarà inoltre necessario che sia specificato in modo chiaro il prezzo finale, quindi se il prezzo visualizzato dall'utente è già comprensivo di Iva e di ogni altra eventuale imposta, costi di spedizione ed eventuali oneri accessori, se presenti.

Al termine del processo di acquisto di beni e servizi sarà obbligatoria la presenza di una casella indicante il prezzo finale, inclusivo di tutte le spese che il compratore dovrà spuntare per completare il pagamento. Eventuali costi aggiunti saranno a totale carico del venditore. È vietato inoltre inserire nel sito web delle caselle pre-flaggate per vendere automaticamente anche altri beni o servizi diversi da quello scelto dal consumatore. I servizi e gli abbonamenti non potranno più essere pubblicizzati come gratuiti salvo poi nascondere costi aggiuntivi.

Il venditore dovrà aggiornare costantemente i prezzi. I prezzi dei singoli prodotti, di volta in volta pubblicati, annullano e sostituiscono eventuali prezzi precedenti, costituendo una nuova offerta al pubblico.

I venditori che mettono a disposizione linee telefoniche di assistenza, su cui i clienti possono contattarli per porre domande relative al contratto, non potranno addebitare più dei normali costi telefonici per le telefonate effettuate.

La legge inoltre prevede che l'istituto di emissione della carta di pagamento debba riaccreditare al consumatore i pagamenti in caso di addebitamento eccedente rispetto al prezzo pattuito, ovvero in caso di uso fraudolento della carta di pagamento da parte del professionista o di un terzo. In tali casi l'istituto di emissione della carta di pagamento ha diritto di addebitare al professionista le somme riaccreditate al consumatore.

In caso di restituzione della merce da parte dell'acquirente, il venditore è obbligato a dichiarare i costi che il consumatore dovrà sostenere per la restituzione. Se le spese non sono state rese note in anticipo, allora i costi di restituzione saranno tutti esclusivamente a carico del venditore.



La consegna della merce acquistata

All'interno del sito e-commerce, il venditore dovrà dedicare una pagina di approfondimento riportante i dati relativi alla consegna dei prodotti acquistati, nella quale devono essere fornite le seguenti informazioni:

- *Modalità di spedizione*
- *Tempi di consegna*
- *Corrieri*
- *Costi*
- *Copertura territoriale delle consegne*
- *Modalità di spedizione*
- *Informativa in caso di smarrimento del pacco*
- *Eventuali modalità per tracciare il pacco*

Circa il momento in cui si perfeziona la consegna, va detto che la stessa si realizza con il trasferimento della “disponibilità materiale” o comunque del “controllo dei beni” al consumatore.

A norma dell'art. 63 del Codice del Consumo, il rischio della perdita o del danneggiamento dei beni per causa non imputabile al venditore si trasferisce al consumatore soltanto nel momento in cui quest'ultimo, o un terzo da lui designato e diverso dal vettore, entra materialmente in possesso dei beni. Tuttavia, il rischio si trasferisce al cliente già nel momento della consegna del bene al vettore qualora quest'ultimo sia stato scelto dal consumatore e tale scelta non sia stata proposta dal venditore, fatti salvi i diritti del consumatore nei confronti del vettore.

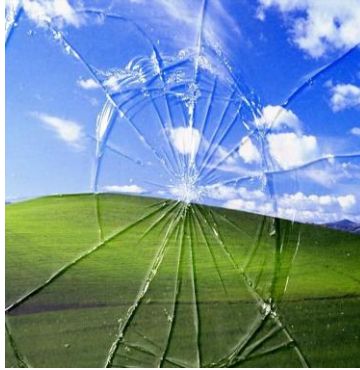
Il novellato art. 61 Codice del Consumo disciplina il tempo in cui il venditore è tenuto a consegnare i beni al consumatore, nonché le conseguenze in caso di inottemperanza a tale obbligo.

Ai commi 3 e 4 del novellato art. 61 del Codice del Consumo si prevede che, se il venditore non adempie all'obbligo di consegna dei beni entro il termine stabilito dalle parti nel contratto, il consumatore ha l'obbligo di invitarlo ad effettuare la consegna entro un "termine supplementare appropriato alle circostanze".

Qualora il venditore non consegni il bene neppure entro tale termine supplementare concesso dal consumatore, quest'ultimo è legittimato a risolvere il contratto, salvo il diritto al risarcimento dei danni.

Modalità ed effetti del rimedio risolutorio e di quello risarcitorio restano disciplinate dalle norme del codice civile.

Inoltre il Consumatore ha in tal caso il diritto ad ottenere il rimborso di tutte le somme eventualmente versate in esecuzione del contratto.



Bene fisico consegnato non conforme al bene ordinato-acquistato.

Garanzia e Procedura di reso.

Fondamentale è che il venditore fornisca tutte le informazioni che consentano il reso del prodotto, informazioni alle quali è bene dedicare una pagina del sito.

Preliminarmente va detto che il consumatore ha il diritto di ricevere un bene conforme che sia esente da vizi e da difetti; ciò costituisce la garanzia dell'acquirente. Si tratta di un diritto diverso da quello di recesso (di cui si parlerà oltre), in forza del quale viene consentito al consumatore di sostituire un bene per le più svariate ragioni, diverse dalla non conformità (perché ad esempio ha cambiato idea, oppure ha comprato un bene identico ad uno di cui è già in possesso o simili).

Sarà onere del cliente effettuare sempre una verifica accurata della conformità del prodotto a lui consegnato, tenendo conto di ogni tipo di anomalia che lo stesso possa presentare.

Il venditore, anche in considerazione della natura del bene, risponde per ogni eventuale difetto di conformità che si manifesti per il consumatore - come meglio si dirà infra - entro il termine di due anni dalla consegna, salvo vi sia indicata una data di scadenza anteriore (si pensi ai prodotti alimentari).

Il consumatore ha quindi due anni di tempo per far valere la garanzia post vendita. La garanzia decorre dal momento della consegna e per i successivi due anni e può essere fatta valere entro due mesi dalla scoperta del problema; il consumatore può chiedere, per iscritto, la sostituzione o riparazione del prodotto e, solo nel caso in cui queste siano difficoltose o impossibili, si può chiedere la riduzione del prezzo o la risoluzione del contratto (in quest'ultimo caso, con restituzione del denaro al cliente e del prodotto al venditore).

Ai sensi dell'articolo 130 del Codice del Consumo, le riparazioni o le sostituzioni devono essere effettuate entro un congruo termine dalla richiesta e non devono arrecare notevoli inconvenienti al consumatore, tenendo conto della natura del bene e dello scopo per il quale il consumatore ha acquistato il bene.

I tempi dell'assistenza sono determinati dal tipo di prodotto, dalla natura del difetto e dalla possibilità di sostituirlo. In ogni caso, salvo circostanze straordinarie, riparazione o sostituzione dovranno essere effettuate entro 60 giorni dalla consegna del prodotto difettoso. Qualora ciò non avvenga, il consumatore potrà richiedere uno dei rimedi alternativi previsti dalla legge (risoluzione del contratto o riduzione del prezzo pagato tenuto conto dell'eventuale uso del bene).

Non costituisce difetto di conformità e/o vizio del prodotto la mera variazione della veste grafica del prodotto.

La garanzia legale non è valida nel caso in cui sia stato il consumatore a causare il danno, oppure se il consumatore conosceva o poteva conoscere il difetto al momento dell'acquisto.

In caso di risoluzione del contratto, il venditore restituirà il prezzo pagato dall'utente, oltre alle spese di spedizione e ad eventuali costi aggiuntivi.

Per il cliente che non sia anche consumatore, si applicano le norme generali previste dal codice civile, il quale stabilisce che l'acquirente debba contestare al venditore i vizi o la mancanza delle qualità promesse o essenziali per l'uso cui il bene è destinato, immediatamente alla consegna quando la problematica sia palese e nel termine di 8 giorni dalla scoperta, quando sia occulta. Entro 1 anno dalla consegna dovrà comunque esercitarsi l'azione legale diretta a fare valere la garanzia (art. 1495 codice civile).



Il diritto di recesso

Nelle condizioni di vendita di un sito e-commerce, ed in particolare in una pagina appositamente dedicata, devono sempre essere contenute delle precise informazioni relative alla possibilità per il consumatore di esercitare il diritto di recesso, detto anche “diritto al ripensamento”. Data l’importanza di tale previsione, è fatto obbligo al venditore dare un risalto maggiore, in termini grafici, al paragrafo relativo al diritto di recesso, in modo tale che il consumatore possa facilmente prenderne visione.

Il diritto di recesso prevede che il cliente, il quale sia qualificabile come consumatore, ha il diritto di recedere dal contratto, anche parzialmente, senza fornire spiegazioni (a propria volta il venditore non dovrà richiedere spiegazioni). La ratio è che chi compra a distanza prende completa visione del prodotto acquistato solamente al momento della consegna.

Al fine di garantire una maggiore tutela del consumatore, è preferibile che la volontà di recedere venga comunicata in forma scritta mediante raccomandata A/R, posta certificata, fax o qualsiasi altro mezzo sicuro.

Il diritto di recesso va esercitato entro 14 giorni lavorativi dal giorno del ricevimento dei prodotti; tale termine decorre:

a) nel caso di ordine relativo a un solo prodotto, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico del prodotto (si considera tuttavia il giorno successivo),

oppure

b) nel caso di acquisto di più prodotti ordinati dal consumatore mediante un solo ordine e consegnati separatamente, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico dell’ultimo prodotto (si considera tuttavia il giorno successivo),

oppure

c) nel caso di un ordine relativo alla consegna di un prodotto costituito da lotti o pezzi multipli, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico dell'ultimo lotto o pezzo (si considera tuttavia il giorno successivo).

Nell'ipotesi in cui il diritto di recesso non sia stato chiaramente illustrato o non sia presente, allora il termine concesso al consumatore per esercitare tale diritto si estenderà a 12 mesi.

E' inoltre previsto un obbligo per il venditore di predisporre sul proprio sito di e-commerce un modulo di recesso (al quale accedere, ad esempio, attraverso un link).



Ricapitolando, affinché il consumatore possa beneficiare della facoltà attribuitagli dall'art. 54 del Codice del Consumo, deve, prima della scadenza del periodo di recesso, informare il professionista della sua decisione di esercitare tale diritto.

A tal fine il consumatore può:

a) utilizzare il modulo tipo di recesso predisposto dal venditore, cliccando sul link corrispondente, oppure

b) presentare una qualsiasi altra dichiarazione esplicita della sua decisione di recedere dal contratto.

Il consumatore verrà quindi contattato dal venditore. Quest'ultimo dovrà dare, senza indugio, conferma al consumatore su supporto durevole (mezzo cartaceo o elettronico che

consente la conservazione nel tempo) di aver ricevuto la dichiarazione di recesso. Dopo di che, si passerà alle fasi successive di rimborso e restituzione del bene.

In caso di esercizio del diritto “di ripensamento”, il consumatore potrà restituire il bene, anche se in parte deteriorato. Ma attenzione: se dall’uso del bene da parte dell’acquirente ne deriva un danno al prodotto, tale per cui il suo valore è diminuito, questi ne risponde con il venditore.

Circa i rimborsi, gli stessi verranno effettuati in modo tempestivo e nell’ipotesi di esercizio del diritto di recesso, al massimo entro 14 giorni dalla data in cui il venditore è venuto a conoscenza del recesso stesso.

Dal recesso del contratto deriverà il diritto del consumatore ad ottenere il rimborso di tutti i pagamenti effettuati, compresi quelli relativi alle spese di consegna, proporzionalmente diminuito nel caso in cui il consumatore abbia utilizzato i beni per quanto necessario per stabilirne natura, caratteristiche e funzionamento. Le spese per la restituzione del prodotto sono a carico dell’acquirente.

Attenzione però, perché il diritto di recesso non si può esercitare sempre.

L’art. 59 Codice del Consumo (recante “Eccezioni al diritto di recesso”) elenca infatti tutta una serie di ipotesi per le quali non è previsto il diritto di recesso. Secondo tale articolo, il diritto di recesso, per i contratti a distanza e fuori dai locali commerciali, è escluso per:

“A) i contratti di servizi dopo la completa prestazione del servizio se l’esecuzione è iniziata con l’accordo espresso del consumatore e con l’accettazione della perdita del diritto di recesso a seguito della piena esecuzione del contratto da parte del professionista;

B) la fornitura di beni o servizi il cui prezzo è legato a fluttuazioni nel mercato finanziario che il professionista non è

in grado di controllare e che possono verificarsi durante il periodo di recesso;

C) la fornitura di beni confezionati su misura o chiaramente personalizzati;

D) la fornitura di beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente;

E) la fornitura di beni sigillati che non si prestano ad essere restituiti per motivi igienici o connessi alla protezione della salute e sono stati aperti dopo la consegna;

F) la fornitura di beni che, dopo la consegna, risultano, per loro natura, inscindibilmente mescolati con altri beni;

G) la fornitura di bevande alcoliche, il cui prezzo sia stato concordato al momento della conclusione del contratto di vendita, la cui consegna possa avvenire solo dopo trenta giorni e il cui valore effettivo dipenda da fluttuazioni sul mercato che non possono essere controllate dal professionista;

H) i contratti in cui il consumatore ha specificamente richiesto una visita da parte del professionista ai fini dell'effettuazione di lavori urgenti di riparazione o manutenzione.

Se, in occasione di tale visita, il professionista fornisce servizi oltre a quelli specificamente richiesti dal consumatore o beni diversi dai pezzi di ricambio necessari per effettuare la manutenzione o le riparazioni, il diritto di recesso si applica a tali servizi o beni supplementari;

I) la fornitura di registrazioni audio o video sigillate o di software informatici sigillati che sono stati aperti dopo la consegna;

L) la fornitura di giornali, periodici e riviste ad eccezione dei contratti di abbonamento per la fornitura di tali pubblicazioni;

M) i contratti conclusi in occasione di un'asta pubblica;

N) la fornitura di alloggi per fini non residenziali, il trasporto di beni, i servizi di noleggio di autovetture, i servizi di catering o i servizi riguardanti le attività del tempo libero qualora il contratto preveda una data o un periodo di esecuzione specifici;

O) la fornitura di contenuto digitale mediante un supporto non materiale se l'esecuzione è iniziata con l'accordo espresso del consumatore e con la sua accettazione del fatto che in tal caso avrebbe perso il diritto di recesso”.

Reclami, controversie e Foro competente

Il consumatore ha diritto di rivolgere reclami al venditore (sempre meglio per iscritto), il quale a sua volta è tenuto ad indicare le modalità con le quali l'acquirente può inviare reclami.

Laddove l'acquirente non sia soddisfatto della risposta o non abbia ricevuto alcun riscontro, prima di procedere attraverso un vero e proprio procedimento giudiziario, è possibile risolvere le controversie sugli acquisti online grazie ad una nuova piattaforma predisposta dalla Commissione europea.



Consumatori e siti web commerciali potranno in questo modo raggiungere un accordo, in caso di problemi riguardanti la vendita, senza passare attraverso un procedimento giudiziario.

Questa procedura può essere attivata ad esempio nel caso in cui il venditore rifiuti di riparare un prodotto acquistato o di effettuare un rimborso.

La piattaforma si chiama ADR (in inglese alternative dispute resolution). La procedura - prevista da recenti norme stabilite a livello UE nel 2013 e recepite in Italia nel luglio 2015 - presenta indubbi vantaggi: è a basso costo, semplice e veloce.

Il consumatore può inoltre rivolgersi ad un'ODR (in inglese Online Dispute Resolution) attraverso una procedura specificatamente dedicata proprio all'e-commerce. La controversia sarà gestita da un apposito organismo, con un procedimento veloce (90 giorni), gratuito o a costo minimo e senza necessità di farsi obbligatoriamente assistere da un legale.

Nell'ambito di tali procedure, le parti possono decidere di ritirarsi in qualsiasi momento, possono sempre e comunque decidere di rivolgersi al giudice per la tutela dei propri diritti e non sono obbligate ad accettare o seguire la soluzione proposta dall'organismo di risoluzione. Tuttavia, la velocità e il basso costo della procedura possono essere una buona alternativa alla lunga e più dispendiosa causa, comunque possibile nel caso in cui la procedura ADR o ODR non vada a buon fine. L'ODR consente la risoluzione della controversia mediante l'utilizzo di una piattaforma online gestita dalla Commissione Europea, specificatamente dedicata all'e-commerce.

Vediamo nello specifico come funziona.

Il consumatore può presentare il reclamo direttamente sul sito seguente:

<https://webgate.ec.europa.eu/odr/main/?event=main.home.show>

il quale provvederà a trasmetterlo al professionista. Successivamente, le parti dovranno scegliere di comune accordo quale tra gli organismi di risoluzione delle controversie a di-

sposizione tratterà il loro caso e la piattaforma provvederà all'inoltro delle informazioni all'organismo prescelto. Questi, assunte le necessarie informazioni ed eventualmente a seguito di ulteriori richieste formulate alle parti, deciderà il caso entro 90 giorni e ne informerà le medesime.

L'ADR, analogamente, pur non utilizzando una piattaforma unica, consente di rivolgersi ad appositi organismi per procedere alla risoluzione della controversia.

Il professionista che s'impegna a ricorrere ad uno o più organismi ADR per risolvere le controversie sorte con i consumatori, è obbligato ad informarlo in merito all'organismo o agli organismi competenti, con indicazione del relativo sito web.

In ogni caso, il consumatore ha diritto di rivolgersi all'autorità giudiziaria: qualsiasi controversia insorta sarà inderogabilmente devoluta al giudice del luogo di residenza o di domicilio del consumatore, se ubicati nel territorio dello Stato.

Tale previsione è posta dal legislatore al fine di favorire il consumatore, il quale potrebbe essere scoraggiato ad intraprendere un'azione legale nel caso dovesse rivolgersi ad un Foro distante.

Ogni clausola contrattuale che preveda per il consumatore un Foro diverso è vessatoria e, quindi, nulla.

Tale previsione più favorevole non è prevista laddove l'acquisto venga effettuato dal non consumatore, per il quale si applicheranno le norme generali di cui al codice civile.

Le associazioni dei consumatori e le “azioni collettive”

Le associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale (come l'associazione Adiconsum), elencate sul sito del Ministero per lo Sviluppo Economico, possono agire a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti, nei casi previsti, per chiedere al Tribunale:

a) *di inibire gli atti e i comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori e degli utenti;*

b) *di adottare le misure idonee a correggere o eliminare gli effetti dannosi delle violazioni accertate;*

c) *di ordinare la pubblicazione del provvedimento su uno o più quotidiani a diffusione nazionale oppure locale nei casi in cui la pubblicità del provvedimento può contribuire a correggere o eliminare gli effetti delle violazioni accertate.*

La tutela può, quindi, essere richiesta, in alcuni casi, anche dalle stesse associazioni, alle quali il consumatore può comunque rivolgersi per avere supporto e informazioni sui suoi diritti.



**ADICONSUM
Piemonte**

ADICONSUM PIEMONTE

LE NOSTRE SEDI TERRITORIALI

ALESSANDRIA

*Via Tripoli, 14
15121 Alessandria*

TELEFONO: 0131 253132

ASTI

*Via XX Settembre, 10
14100 Asti*

TELEFONO: 0141 590349

BIELLA

*Via Gramsci, 19
13900 Biella*

TELEFONO: 015 0973033

CHIVASSO

*Vicolo Piazza d'Armi n. 4
10034 Chivasso*

TELEFONO: 011 9114943

CUNEO

*Cascina Colombaro, 33
12100 Cuneo*

TELEFONO: 0171 696791

NOVARA

*Via dei Caccia, 7/B
28100 Novara*

TELEFONO: 0321 623096

TORINO

*Via Madama Cristina, 50
10122 Torino*

TELEFONO: 011 5613666

VERBANIA

*Corso Cobianchi, 37
28921 Verbania*

TELEFONO: 0323 402199

VERCELLI

*Via Q. Sella 1
13100 Vercelli*

TELEFONO: 0161 596450



ASSOCIAZIONE DIFESA CONSUMATORI

Via Madama Cristina n. 50

10125 TORINO

www.adiconsumpiemonte.it