

E-COMMERCE

Un'agile guida sugli aspetti legali

Avv. Giorgio Trono

INDICE

1

Come iniziare

2

Gli obblighi
informativi

3

Il contratto di
vendita

4

La privacy

Come iniziare

La burocrazia e il contratto con il provider

1

Serve un'autorizzazione per aprire un e-commerce?

NO

Non serve alcuna autorizzazione per aprire un e-commerce.

ECCEZIONI

Per la vendita di alcune particolari categorie di beni è necessaria una autorizzazione preventiva.

Ad esempio, in caso di vendita di prodotti alimentari, bevande alcoliche, farmaci.

Quali sono i passi per aprire un e-commerce?

PREMESSA

Si suppone che tu abbia già deciso in quale forma giuridica esercitare l'attività di vendita (ad esempio, ditta individuale, s.r.l. ecc.).

Per conoscere i passi da fare clicca sull'opzione che ti interessa

Voglio avviare un e-commerce partendo da zero.

Ho già un negozio fisico e adesso voglio vendere anche online.

I passi per avviare un e-commerce partendo da zero

1. PROCURATI

- un **indirizzo pec** (posta elettronica certificata).
- la **firma digitale**. Ha lo stesso valore legale della firma autografa e ti servirà per i vari adempimenti presso la Camera di Commercio.
- le **credenziali per Telemaco**, strumento telematico per inviare al Registro delle imprese la pratica di Comunicazione Unica.
Puoi anche non procurarti queste credenziali se decidi di inviare la pratica tramite un intermediario abilitato (ad esempio, il tuo commercialista).

2. INVIA

la cosiddetta

Comunicazione Unica al Registro delle Imprese della Camera di Commercio. Puoi inviarla anche tramite un intermediario abilitato (come il tuo commercialista).



Una volta inviata la pratica, il registro delle imprese spedisce automaticamente all'indirizzo PEC dell'impresa la **ricevuta di protocollo** e di comunicazione unica, valida per l'avvio dell'impresa.



La Camera di Commercio **inoltra** la comunicazione all'Agenzia delle Entrate, all'Inps e all'Inail: **questa comunicazione** contiene quelle informazioni fiscali, previdenziali e assicurative che fino al 2010 dovevano essere inviate singolarmente ai vari enti.

LA COMUNICAZIONE UNICA

Con la **Comunicazione Unica** è possibile in un unico contesto:

- richiedere il codice fiscale e la partita iva;
- aprire la posizione assicurativa presso l'Inail;
- chiedere l'iscrizione:
 - all'Inps dei dipendenti o dei lavoratori autonomi;
 - al registro delle imprese tenuto dalle Camere di Commercio;
 - al VIES (VAT information exchange system) se vuoi vendere anche all'estero;
- presentare l'eventuale* SCIA (Segnalazione Certificata di Inizio Attività) per il SUAP (Sportello Unico delle Attività Produttive).

*eventuale perché puoi presentare la SCIA direttamente al SUAP e non tramite la Comunicazione Unica.

I passi per avviare un e-commerce se hai già un negozio fisico e hai deciso di vendere anche online

1

Aggiungi alla partita iva il codice di attività relativo al commercio online, come attività secondaria, tramite la Agenzia delle Entrate.

2

Comunica alla Camera di Commercio lo svolgimento della ulteriore attività di vendita al dettaglio per corrispondenza.

3

Presenta la SCIA (Segnalazione Certificata di Inizio Attività) al SUAP (Sportello Unico delle Attività Produttive).

Puoi compiere queste attività tramite la **Comunicazione Unica**. Per sapere cosa sia, [clicca qui](#).

Che cosa è?

È un atto con il quale tu, titolare dell'e-commerce, segnali alla pubblica amministrazione l'avvio della propria attività commerciale e ti assumi la responsabilità di dichiarare che l'attività risponde ai requisiti previsti dalla legge.

Cosa contiene?

Devi indicare, tra le altre cose,

- di possedere alcuni requisiti morali e professionali, tra cui non essere stato dichiarato fallito o non aver riportato condanne per alcuni tipi di reato;
- il settore merceologico (alimentare o non alimentare);
- l'indirizzo del sito web.

A chi va presentata?

Al SUAP (Sportello Unico Attività Produttive) del Comune

- di residenza, se il titolare dell'e-commerce è una persona fisica,
oppure
- in cui l'esercente ha sede legale, se il titolare dell'e-commerce è una persona giuridica;

Come va presentata?

Se il Comune di riferimento ha attivato la procedura di invio telematico al SUAP, presentala come allegato alla Comunicazione Unica (che viene inviata, ricordo, alla Camera di Commercio), In questo caso sarà la Camera di Commercio ad inoltrare al Comune la comunicazione;

oppure

se il Comune non ha attivato la procedura di invio automatico, devi presentare la SCIA direttamente al SUAP a cui fa capo il Comune di riferimento.

Come verificare se il Comune ha attivato la procedura di invio telematico?

Vai su www.impresainungiorno.gov.it e cerca il tuo Comune.

SCIA

Segnalazione
Certificata
di
Inizio
Attività

Ho inviato la Scia e ora?

Puoi iniziare l'attività di e-commerce dal giorno in cui hai inviato la Scia.

INTANTO la pubblica amministrazione **verifica** che quanto hai dichiarato nella Scia sia conforme alla legge.

I CONTROLLI DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

SE accerta la mancanza di qualche requisito, la pubblica amministrazione, entro **60** giorni dal ricevimento della segnalazione, può:

- A. **vietare** che l'attività di e-commerce prosegua;
- B. invitarti a conformarti alla legge, se ciò sia possibile: in questo caso la PA indica le misure necessarie che devi adottare entro un termine non inferiore a **30** giorni e ti invita a **sospendere** nel frattempo l'attività.

SE non adotti queste misure nel termine indicato, l'attività di e-commerce è vietata.

Come scelgo il nome del sito?

IL NOME DEL TUO SITO

Il nome del tuo sito (tecnicamente si chiama nome a dominio) è un **segno distintivo** della tua impresa: scegliilo con cura. Non scegliere un nome che si possa confondere con una attività altrui già esistente; altrimenti rischi che il soggetto che vanta dei diritti sul nome da te scelto chieda che il nome del tuo sito venga riassegnato.

A cosa devi prestare attenzione quando scegli il provider

IL PROVIDER

È stabilito in Italia oppure all'estero?

Se è stabilito all'estero, le norme in materia privacy ti impongono alcuni accorgimenti relativi all'informativa che devi dare ai tuoi clienti e al loro consenso.

Inoltre, potresti essere soggetto a richieste provenienti da autorità giudiziarie straniere e riguardanti i dati della tua impresa o dei tuoi clienti.

Cosa è scritto nel contratto?

Qual è il tempo di uptime garantito (cioè il tempo in cui il tuo sito risulta raggiungibile)?

Quali misure di sicurezze adotta il provider?

È previsto un backup periodico dei dati?

Sono garantiti dei tempi di ripristino del sito in caso di incidente?

Gli obblighi informativi

Ovvero, quali informazioni dare al cliente

2

GLI OBBLIGHI DI INFORMAZIONE

La legge ti obbliga a mettere a disposizione dei tuoi clienti ed utenti alcune informazioni.

**Quali
informazioni?**

Bisogna distinguere tra e-commerce **B2B** e **B2C**.
Alcune informazioni sono comuni ad entrambi i tipi di e-commerce.
Altre sono previste solo per il B2C.

**Come devono
essere fornite?**

In modo **chiaro, semplice e comprensibile**
e devono essere **aggiornate**.

◆ E-commerce **B2C**: i tuoi clienti sono “consumatori”.
Il codice del consumo definisce il consumatore come “la persona fisica che agisce per scopi estranei all’attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta”.

◆ E-commerce **B2B**: i tuoi clienti non sono “consumatori”.

B
2
B
E
B
2
B

Devi rendere facilmente accessibili sul tuo sito web

- A. il nome, la denominazione o la ragione sociale;
- B. il domicilio o la sede legale;
- C. i contatti.
I contatti non devono obbligatoriamente corrispondere a un numero di telefono.
Si può infatti predisporre un form di richiesta di informazioni cui rispondere via mail.
- D. il numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche, REA, o al registro delle imprese;
- E. se l'attività sia soggetta a concessione, licenza od autorizzazione: gli elementi che le individuano, nonché gli estremi della competente autorità di vigilanza;
- F. la partita IVA o altro codice identificativo;
- G. i prezzi e le tariffe dei diversi servizi forniti, indicati in modo chiaro ed inequivocabile ed evidenziando se comprendono le imposte, i costi di consegna ed altri elementi aggiuntivi da specificare;
- H. l'indicazione delle attività consentite all'utente e gli estremi del contratto qualora un'attività sia soggetta ad autorizzazione o l'oggetto della prestazione sia fornito sulla base di un contratto di licenza d'uso.

Se il sito riguarda una professione regolamentata

devi rendere facilmente accessibili:

1. l'ordine professionale o istituzione analoga, presso cui il professionista sia iscritto e il numero di iscrizione;
2. il titolo professionale e lo Stato membro in cui è stato rilasciato;
3. il riferimento alle norme professionali e agli eventuali codici di condotta vigenti nello Stato membro di stabilimento e le loro modalità di consultazione.

Se l'e-commerce è esercitato da una società di capitali

devi indicare sul sito:

- A. la sede della società;
- B. l'ufficio imprese presso il quale è iscritta la società ed il numero di iscrizione;
- C. il capitale sociale quale effettivamente versato e quale risultante dall'ultimo bilancio;
- D. che la società è in liquidazione qualora lo sia;
- E. il fatto che la società ha un unico socio.

Prima che l'utente inoltri l'ordine

il sito deve fornire questi elementi in modo chiaro, comprensibile ed inequivocabile:

- A. le varie fasi tecniche da seguire per la conclusione del contratto;
- B. il modo in cui il contratto concluso sarà archiviato e le relative modalità di accesso;
- C. i mezzi tecnici messi a disposizione del destinatario per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati prima di inoltrare l'ordine al prestatore;
- D. gli eventuali codici di condotta cui aderisce e come accedervi per via telematica;
- E. le lingue a disposizione per concludere il contratto oltre all'italiano;
- F. l'indicazione degli strumenti di composizione delle controversie.

Questo obbligo di informazione non sussiste se il contratto si conclude con uno scambio di email o con comunicazioni individuali equivalenti.

Le clausole e le condizioni generali del contratto proposte all'utente devono essere messe a sua disposizione in modo che egli possa memorizzarle e riprodurle .

B2B e B2C

Dopo che il cliente ha inviato l'ordine

il venditore deve inviare la conferma di aver ricevuto l'ordine.

Questa conferma deve contenere un riepilogo delle condizioni generali applicabili al contratto, le informazioni relative alle caratteristiche essenziali del bene o del servizio e l'indicazione dettagliata del prezzo, dei mezzi di pagamento, del recesso, dei costi di consegna e delle tasse applicabili.



Direttamente prima che il cliente inoltri l'ordine

il venditore deve comunicargli queste informazioni:

- le caratteristiche principali del bene o del servizio;
- il prezzo compreso di imposte e le spese di spedizione;
- la durata del contratto o, se a rinnovo automatico, le condizioni per recedere dal contratto;
- la durata minima degli obblighi del consumatore a norma del contratto, se applicabile.

Il pulsante per inviare l'ordine

Il pulsante su cui cliccare per inviare l'ordine deve riportare in modo facilmente leggibile soltanto le parole "ordine con obbligo di pagare" o una formulazione corrispondente che indichi in modo inequivocabile che l'inoltro dell'ordine implica l'obbligo di pagare il venditore.

In caso contrario, il consumatore non è vincolato dal contratto o dall'ordine.

Il link alla piattaforma ODR

Dal 9 gennaio 2016 è obbligatorio indicare sul sito questo [link](#) alla piattaforma ODR creata dall'Unione Europea. Il link deve essere facilmente accessibile sul sito.

ODR sta per Online Dispute Resolution (ossia, risoluzione online delle controversie). La piattaforma è un sito gestito dall'Unione Europea. Attraverso questo sito il consumatore che ha acquistato online un bene od un servizio e che per qualche è insoddisfatto dell'acquisto può presentare un reclamo.

In seguito al reclamo si avvia una procedura che ha lo scopo di trovare una soluzione amichevole alla controversia tra consumatore e venditore. Per il venditore non è obbligatorio aderire a questa procedura.

Il contratto di vendita

Come regolare il tuo rapporto con il cliente

3

Quando è concluso il contratto con il cliente

Quale regola stabilire nelle condizioni generali di vendita: le pratiche più comuni

È importante stabilire il momento in cui nasce il contratto tra te, venditore, ed il cliente

perché da quel momento sorgono a tuo carico alcuni obblighi.

Ad esempio, in caso di e-commerce B2C, quello di consegnare la merce (entro 30 giorni).

CASO 1

Tu, venditore, stabilisci che il contratto è concluso nel momento in cui ricevi la richiesta dell'ordine inviata dal cliente.

I possibili rischi

- SE**
- il prodotto non è disponibile in magazzino e non riesci ad evadere l'ordine sei comunque vincolato nei confronti del cliente.
 - nel tuo sito hai riportato un prezzo errato – ad esempio, inferiore a quello reale – di un prodotto, sei in ogni caso vincolato al prezzo che appare sul sito.
 - non stabilisci che il prodotto può essere comprato solo inviando l'ordine tramite il sito, rischi di essere vincolato ad ordini fatti dai tuoi clienti anche soltanto via mail.

CASO 2

Tu, venditore, stabilisci che il contratto è concluso nel momento in cui invii al cliente la mail di conferma dell'ordine.

In questo modo, se ricevi una ordine relativo ad un prodotto non disponibile, puoi avvisare il cliente chiedendogli se conferma comunque l'ordine o se preferisce revocarlo.

IL CONTENUTO DEL CONTRATTO

A cosa devi prestare attenzione

le clausole
vessatorie

il diritto di
recesso

la garanzia

la consegna

le controversie

LE CLAUSOLE VESSATORIE

Trattare con cautela

Cosa sono

All'interno delle condizioni di vendita, devi fare attenzione a quelle clausole cosiddette vessatorie, ossia clausole che risultano gravose per il cliente e lo mettono in una situazione di particolare svantaggio rispetto a te, venditore.

La legge elenca le clausole che possono essere vessatorie e fa una distinzione tra B2B e B2C.

Devi fare attenzione a queste clausole perché:

◆ la legge dice che queste clausole sono valide solo in presenza di determinate condizioni: se non ci sono queste condizioni le clausole non hanno alcun effetto verso il cliente.

◆ in caso di e-commerce B2C le associazioni consumatori e le camere di commercio possono chiedere al giudice di inibire l'uso di queste clausole ed il giudice può anche ordinare la pubblicazione del suo provvedimento sui giornali.

◆ in caso di e-commerce B2C anche l'Antitrust può dichiarare vessatorie le clausole e ordinarti di pubblicare il suo provvedimento sul tuo sito.

Le clausole vessatorie nel B2C

L'elenco

Sono quelle clausole che determinano a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi che derivano dal contratto.

Sono elencate nell'art. 33 del codice del consumo.

Questo elenco non è esaustivo: il consumatore può agire per fare accertare la vessatorie anche di clausole non contenute in questo elenco, purché comportino uno squilibrio significativo tra le parti del contratto.

Sono le clausole che hanno per oggetto, o per effetto, di

Escudere o limitare

- la responsabilità del venditore in caso di morte o danno alla persona del consumatore, risultante da un fatto o da un'omissione del venditore;
- le azioni o i diritti del consumatore nei confronti del venditore o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del venditore;
- l'opportunità da parte del consumatore della compensazione di un debito nei confronti del venditore con un credito vantato nei confronti di quest'ultimo;
- l'opponibilità dell'eccezione d'inadempimento da parte del consumatore.

Prevedere

- un impegno definitivo del consumatore mentre l'esecuzione della prestazione del venditore è subordinata ad una condizione il cui adempimento dipende unicamente dalla sua volontà;
- l'estensione dell'adesione del consumatore a clausole che non ha avuto la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto;
- l'alienazione di un diritto o l'assunzione di un obbligo come subordinati ad una condizione sospensiva dipendente dalla mera volontà del venditore a fronte di un'obbligazione immediatamente efficace del consumatore. È fatto salvo l'art. 1355 del codice civile.

Le clausole vessatorie nel B2C

Consentire al venditore di

- trattenere una somma di denaro versata dal consumatore se quest'ultimo non conclude il contratto o recede da esso, senza prevedere il diritto del consumatore di esigere dal venditore il doppio della somma corrisposta se è quest'ultimo a non concludere il contratto oppure a recedere;
- recedere da contratti a tempo indeterminato senza un ragionevole preavviso, tranne nel caso di giusta causa;
- modificare unilateralmente le clausole del contratto, ovvero le caratteristiche del prodotto o del servizio da fornire, senza un giustificato motivo indicato nel contratto stesso;
- aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto;
- sostituire a sé un terzo nei rapporti derivanti dal contratto, anche nel caso di preventivo consenso del consumatore, qualora risulti diminuita la tutela dei diritti di quest'ultimo.

Stabilire

- un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare la tacita proroga o rinnovazione;
- che il prezzo dei beni o dei servizi sia determinato al momento della consegna o della prestazione;
- come sede del foro competente sulle controversie località diversa da quella di residenza o domicilio elettivo del consumatore.

Imporre al consumatore

- in caso di inadempimento o di ritardo nell'adempimento, il pagamento di una somma di denaro a titolo di risarcimento, clausola penale o altro titolo equivalente d'importo manifestamente eccessivo.

Le clausole vessatorie nel B2C

Sancire a carico del consumatore

- decadenze, limitazioni della facoltà di opporre eccezioni, deroghe alla competenza dell'autorità giudiziaria, limitazioni all'adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell'onere della prova, restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti con i terzi.

Limitare la responsabilità del venditore

- rispetto alle obbligazioni derivanti dai contratti stipulati in suo nome dai mandatari o subordinare l'adempimento di tali obbligazioni al rispetto di particolari formalità.

Riconoscere al solo venditore

- e non anche al consumatore la facoltà di recedere dal contratto, nonché consentire al venditore di trattenere anche solo in parte la somma versata dal consumatore a titolo di corrispettivo per prestazioni non ancora adempiute, quando sia il venditore a recedere dal contratto.

Riservare al solo venditore

- il potere di accertare la conformità del bene venduto o del servizio prestato a quello previsto nel contratto o conferirgli il diritto esclusivo d'interpretare una clausola qualsiasi del contratto.

Le clausole vessatorie nel B2B

Sono le clausole che stabiliscono

a favore del venditore

- limitazioni di responsabilità;
- facoltà di recedere dal contratto o di sospenderne l' esecuzione.

a carico del cliente

- decadenze;
- limitazioni alla facoltà di opporre eccezioni restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti coi terzi;
- tacita proroga o rinnovazione del contratto;
- clausole compromissorie o deroghe alla competenza dell'autorità giudiziaria.

Quando sono valide le clausole vessatorie che ho inserito nelle condizioni di generali di vendita?

Cosa prevede la legge

Le clausole vessatorie, per poter avere effetto nei confronti del cliente, devono essere *“specificatamente approvate per iscritto”*.

Perché?

Per richiamare l'attenzione del cliente sul significato di una determinata e specifica clausola a lui sfavorevole.

Quindi?

Nei contratti cartacei il cliente sottoscrive le clausole vessatorie in maniera specifica e separata dal resto del contratto.

E nell'e-commerce?

Escludendo, per motivi di praticità, la firma digitale, al momento non esiste una soluzione sicura al 100% dal punto di vista legale.

L'unica possibilità per cautelarsi è quella di fare approvare separatamente le clausole vessatorie con un secondo click (ossia, prevedere una seconda checkbox da spuntare) rispetto a quello con cui si approvano le condizioni generali di vendita.

Questa soluzione però non è ancora del tutto condivisa dai giudici italiani.

IL DIRITTO DI RECESSO NEL B2C

Cos'è

È il diritto del cliente di sciogliere il contratto senza la necessità di avere il consenso del venditore.

Quando può recedere il cliente

Entro

14 giorni

a partire dal giorno in cui
entra in possesso del bene.

Entro

**14 giorni
+ 1 anno**

Se il venditore non informa il
cliente sul suo diritto di
recesso.

Se però entro i 12 mesi il
venditore informa il cliente
sul diritto di recesso,
allora il cliente può recedere
entro **14 giorni** dal giorno
successivo a quello in cui ha
ricevuto le informazioni.

Come funziona il diritto di recesso

Il **cliente** comunica al venditore la sua decisione di recedere dal contratto.

Può comunicarlo ad esempio con una mail, tramite un form presente sul sito dell'e-commerce o usando il modello prestampato allegato al codice consumo.

Il cliente non deve fornire alcuna motivazione al venditore e non deve sostenere costi diversi da quelli di spedizione del reso. Il prodotto può essere stato usato dal cliente.

Il **venditore** deve rimborsare la somma.

Il rimborso deve essere fatto senza ritardo e comunque entro 14 giorni dal giorno in cui il venditore è stato informato della decisione del cliente di recedere, mediante lo stesso mezzo di pagamento usato dal cliente, senza addebitare al cliente alcuna spesa per il rimborso.

Il venditore può trattenere il rimborso fino a che non abbia ricevuto indietro i beni o il cliente non abbia dimostrato di aver spedito la merce e sempre salvo che il venditore si offra di ritirare esso stesso i beni.

Il rimborso comprende anche le spese di consegna sostenute dal cliente al momento dell'acquisto.

Il venditore non deve rimborsare eventuali costi supplementari: ad esempio se il cliente ha scelto un metodo di consegna diverso da quello meno costoso offerto dal venditore.

Il **cliente** deve restituire i beni entro 14 giorni da quello in cui ha comunicato al venditore di voler recedere.

Le spese per la restituzione del prodotto sono a carico del cliente a meno che il venditore non abbia deciso di sostenerle o non abbia informato il cliente che le spese sono a carico del cliente.

Quando è escluso il diritto di recesso. /1

Il diritto di recesso è escluso rispetto a

A. la fornitura di beni:

- A.1. confezionati su misura o chiaramente personalizzati;
- A.2. che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente;
- A.3. sigillati che non si prestano ad essere restituiti per motivi igienici o connessi alla protezione della salute e sono stati aperti dopo la consegna;
- A.4. che, dopo la consegna, risultano, per loro natura, inscindibilmente mescolati con altri beni;

B. la fornitura di:

- B.1. 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 venditore;
- B.2. registrazioni audio o video sigillate o di software informatici sigillati che sono stati aperti dopo la consegna;
- B.3. giornali, periodici e riviste ad eccezione dei contratti di abbonamento per la fornitura di tali pubblicazioni;
- B.4. contenuto digitale mediante un supporto non materiale se l'esecuzione è iniziata con l'accordo espresso del cliente e con la sua accettazione del fatto che in tal caso avrebbe perso il diritto di recesso;
- B.5. alloggi per fini non residenziali;
- B.6. beni o servizi il cui prezzo è legato a fluttuazioni nel mercato finanziario che il venditore non è in grado di controllare e che possono verificarsi durante il periodo di recesso;

Quando è escluso il diritto di recesso. /2

Il diritto di recesso è escluso rispetto a

C. il trasporto di beni;

D. i servizi di:

D.1. noleggio di autovetture;

D.2. catering o i servizi riguardanti le attività del tempo libero qualora il contratto preveda una data o un periodo di esecuzione specifici;

E. i contratti:

E.1. in cui il cliente ha specificamente richiesto una visita da parte del venditore per effettuare lavori urgenti di riparazione o manutenzione. Se, in occasione di tale visita, il venditore fornisce servizi oltre a quelli specificamente richiesti dal cliente 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;

E.2. conclusi in occasione di un'asta pubblica;

E.3. di servizi dopo la completa prestazione del servizio se l'esecuzione è iniziata con l'accordo espresso del cliente e con l'accettazione della perdita del diritto di recesso a seguito della piena esecuzione del contratto da parte del venditore;

LA GARANZIA DI CONFORMITÀ NEL B2C

Cos'è

È uno strumento previsto dalla legge a tutela del cliente in caso di acquisto di un prodotto che sia difettoso, malfunzionante o che non sia conforme all'uso dichiarato dal venditore o all'uso per il quale quel bene è generalmente destinato.

Il ruolo del venditore

Il venditore ha l'obbligo di consegnare beni che siano conformi al contratto di vendita.
Il cliente può far valere i propri diritti contattando direttamente il venditore del bene, anche se quest'ultimo sia un soggetto diverso dal produttore.

Quando scade la garanzia

La garanzia legale di conformità opera se il difetto del prodotto si manifesta entro **2 anni** dalla consegna del bene e se il cliente, entro **2 mesi** dalla scoperta del difetto, lo denuncia al venditore.

I diritti del cliente

Il cliente ha diritto ad ottenere senza spese:

1. la riparazione o sostituzione del prodotto *oppure*
2. la riduzione del prezzo *oppure*
3. la risoluzione del contratto.

LA CONSEGNA DEL PRODOTTO NEL B2C

Quando deve avvenire la consegna

La consegna deve avvenire entro **30 giorni** dalla data in cui il contratto è concluso, a meno che nel contratto sia indicato un termine diverso.

Cosa accade se non viene rispettato il termine di consegna

In caso di mancata consegna nel termine previsto, il cliente invita il venditore a consegnare il bene entro un **termine supplementare** che sia appropriato alle circostanze.

In caso di mancata consegna nel termine supplementare il cliente può sciogliere il contratto e ottenere il risarcimento del danno.

Il cliente **non** deve richiedere il termine supplementare se:

1. il rispetto del termine originario previsto per la consegna era essenziale, considerate le circostanze in cui è stato concluso il contratto;
2. il cliente, prima di concludere il contratto, aveva informato il venditore che la consegna entro una determinata data era per lui essenziale.

CONTROVERSIE

Quale giudice deve deciderle?

In caso di controversie tra il venditore ed il cliente che sia qualificabile come “consumatore”, la competenza territoriale inderogabile è del giudice del luogo di residenza o di domicilio del consumatore, se questo luogo è in Italia.

Eventuali clausole difformi sono da ritenere inefficaci.

Fai in modo che
il link
alle condizioni
sia
ben visibile.

1. Scrivi
2. un
3. indice
4. delle
5. condizioni

Usa
un linguaggio
chiaro: lascia
perdere
il legalese.

Crea

- una gerarchia
visiva
per guidare
l'occhio
del cliente

NON TRASCURARE le CONDIZIONI di VENDITA

Le
dimensioni
del font contano
e
la vista del cliente
anche.

Alleggerisci
il paragrafo.
Andare
a capo
non è
un delitto.

Fai in modo che
l'utente possa
stampare o
scaricare
le condizioni.

Mettiti nei panni
del tuo cliente: le
condizioni di
vendita sono
leggibili e
comprensibili?

La privacy

Come rispettare i diritti del tuo cliente

4

LA PRIVACY

PREMESSA

L'argomento, davvero ampio, richiederebbe una trattazione a parte. Qui indico i tre aspetti più importanti a cui devi prestare attenzione.

L'obbligo di informativa

Sul sito deve essere presente l'informativa (la cosiddetta policy privacy), ossia il documento con cui informi i clienti sullo scopo ed i modi in cui tratti i loro dati.

Le misure di sicurezza

Il Codice privacy indica le misure che devi adottare per fare in modo che i dati dei tuoi clienti non vadano persi o siano danneggiati e che possano accedere a questi dati solo le persone autorizzate.

Il divieto di spam

Inviare pubblicità non richiesta è generalmente vietato.
Il Garante privacy ha indicato come fare marketing online nel rispetto dei diritti del cliente.

CHI SONO

Sono un avvocato e mi occupo di diritto del web e delle nuove tecnologie, di privacy e di contratti.

DOVE MITROVI

www.giorgiotrono.it

Facebook: [Avvocato Giorgio Trono](#)

Twitter: [@giorgiotrono](#)