

Con l'intensificarsi delle transazioni on line, nel 2020 l'Europa ha promosso l'emanazione di altre norme che rientrano all'interno del "New Deal per i consumatori", emanato proprio dall'UE all'inizio del 2020 e mira a garantire maggior trasparenza nelle operazioni commerciali on line. Quindi impone ulteriori adempimenti tra i quali:

- divieto di recensioni false;
- divieto di sponsorizzazioni che trasmettono messaggi falsi;
- trasparenza nell'informare se il prodotto è venduto da un privato o da un commerciante;
- divieto di promuovere riduzioni di prezzo falsate;
- i comparatori di prezzo dovranno specificare i criteri di classificazione.

In conclusione il commercio elettronico rappresenta una grande opportunità ma per poter essere veramente efficace è necessaria la collaborazione di tutti gli attori di questo mercato dai venditori, che devono comportarsi sempre secondo diligenza e trasparenza, ai consumatori che devono conoscere i loro diritti e doveri.



UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI
COMITATO REGIONALE EMILIA ROMAGNA

Contact Us

PViale XII Giugno, 15
40124 Bologna (BO)
Tel e Fax: 051 331087
Email: info@consumatori-emiliaromagna.it

giorni e orari di apertura:
lunedì dalle 9.30 alle 15.30
martedì dalle 8.00 alle 14.00
giovedì dalle 9.00 alle 15.00

www.consumatori-emiliaromagna.it

Realizzato nell'ambito del Programma generale di intervento della Regione Emilia-Romagna con l'utilizzo dei fondi del Ministero dello sviluppo economico. D.M. 10/08/2020"



E-Commerce

diritti e doveri nel
commercio elettronico



UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI
COMITATO REGIONALE EMILIA ROMAGNA

Non è facile parlare di e-commerce perché siamo tutti abituati alla velocità delle transazioni seppur combattuti tra il desiderio di realizzare finalmente lo scopo legato all'acquisto e preoccupati dalla possibilità di prendere una fregatura. A ciò si aggiunge il fatto che la normativa cambia a seconda dei soggetti coinvolti nel rapporto contrattuale: ad esempio se al momento dell'acquisto siamo consumatori o impresa.

Le prime norme in materia di commercio elettronico sono di natura europea ed entrano in vigore nel nostro Paese nel 2000. Queste norme hanno apparentemente l'obiettivo di agevolare l'acquisto di prodotti on line e di facilitarne la circolazione. L'obiettivo principale è invece quello di creare le condizioni per un mercato sicuro all'interno del quale il consumatore potesse fare acquisti senza la preoccupazione di incorrere in possibili truffe. Come sappiamo il percorso è stato lungo e non sempre facile. Soprattutto sono stati tanti gli interventi normativi necessari per raggiungere l'obiettivo che si sperava viste anche le particolarità del mercato on line dove il consumatore non conosce il venditore e non è in grado di poter visionare il prodotto.

Per questo ci sono una lunga serie di adempimenti che il venditore deve assolvere prima della conclusione dell'acquisto come ad esempio "rendere facilmente accessibili i dati dell'azienda". La disciplina non si riferisce evidentemente ai soli dati relativi alla denominazione sociale e domicilio, ma devono essere facilmente reperibili anche i dati di contatto del venditore, l'indirizzo e-mail e numero telefonico. Inoltre, il consumatore deve avere accesso a tutte le "informazioni relative alle caratteristiche dei beni o servizi venduti" oltre che alle "modalità di conclusione del contratto". Se ci pensate bene si tratta di tutte informazioni necessarie perché il consumatore possa fare una scelta consapevole.

Nel commercio a distanza assumono particolare importanza le comunicazioni di marketing ovvero le varie forme di comunicazione tra azienda e consumatore attraverso le quali l'azienda trasmette le offerte commerciali. Più semplicemente sono quelle comunicazioni che fanno sorgere nel consumatore l'esigenza che il prodotto o il servizio posso soddisfare. Per la disciplina prevede le comunicazioni commerciali sono parte integrante della vendita on line e per questo deve sempre essere sempre chiara ed inequivocabile nonché diretta ad evidenziare gli aspetti della proposta di vendita come ad esempio:

- a) che si tratta di comunicazione commerciale;
- b) la persona fisica o giuridica per conto della quale è effettuata la comunicazione commerciale;
- c) che si tratta di un'offerta promozionale come sconti, premi, o omaggi e le relative condizioni di accesso.

Accanto a queste regole che tutelano il consumatore nella fase della formazione della volontà contrattuale (in sintesi quando il consumatore decide di acquistare il prodotto/servizio), ci sono una lunga serie di altre regole poste a tutela dell'acquisto (tutelano le varie fasi fino alla conclusione del contratto) quindi il consumatore, prima che porti a termine l'acquisto, deve essere informato circa:

- le fasi che il consumatore deve seguire per portare a termine l'ordine;
- la modalità di conclusione e conservazione del contratto, affinché il consumatore possa accedervi;
- le modalità tecniche che permettono all'acquirente di modificare eventuali errori di inserimento dati;
- eventuali codici di condotta a cui aderisce il venditore;
- quali altri lingue sono disponibili per concludere il contratto;
- la modalità di risoluzione delle controversie.



Dopo la conclusione del contratto il consumatore deve ricevere immediatamente per via telematica la ricevuta dell'acquisto e il riepilogo delle caratteristiche del bene (o dei beni) acquistato e delle condizioni d'uso.

Passiamo quindi alla disamina delle norme del Codice del consumo che sull'argomento espressamente prevede gli obblighi informativi che il venditore deve assolvere:

- il venditore deve fornire tutte le informazioni relative all'impresa;
- devono essere presenti tutte le caratteristiche del prodotto in vendita. E se per utilizzare il prodotto sono necessarie le istruzioni, devono essere visibili già prima della conclusione dell'acquisto;
- il prezzo deve essere chiaro. Quindi deve esserci sia il totale sia le specifiche del prezzo del bene, le tasse e i costi di consegna;
- devono essere presenti le informazioni relative ai costi e ai tempi di consegna. La consegna deve avvenire comunque entro 30 giorni a meno che non sia l'acquirente stesso a concedere una proroga;
- il venditore deve informare l'acquirente che ha diritto a recedere dal contratto entro 14 giorni.

Tutte queste informazioni devono essere fornite prima che l'acquirente concluda l'acquisto.

Il termine per usufruire del diritto di recesso scatta al momento della consegna del prodotto e non è condizionato ad alcuna specifica motivazione. Dal momento in cui il consumatore dichiara di voler usufruire del diritto di recesso, scatta da parte sua l'obbligo di restituire la merce, e da parte del venditore l'obbligo di restituire il prezzo.