



CAMERA DI COMMERCIO,  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA DI BOLZANO

AL SERVIZIO DELL'ECONOMIA



# LE BASI GIURIDICHE PER IL COMMERCIO ONLINE

Una guida per entrare nel mondo dell'e-commerce

# 03

## COLOPHON

**Editore:**

Camera di commercio di Bolzano  
PID-Impresa digitale  
Via Alto Adige 60  
I – 39100 Bolzano  
Tel. +39 0471 945 -691, -531, -692  
digital@camcom.bz.it  
www.camcom.bz.it

**Autore:**

Karin Pichler, Camera di commercio di Bolzano

**Traduzione:**

Roberta Cattoni & Co. S.a.s.

**Con il supporto di:**

PID-Impresa digitale, Camera di commercio di Bolzano

**Grafica:**

Thaler Design di Dietmar Thaler

**Prima edizione:** gennaio 2021

La presente linea guida è rivolta senza distinzione a imprenditrici e imprenditori. Ai fini di una maggiore scorrevolezza si è tuttavia rinunciato a utilizzare sempre entrambe le forme.

Riproduzione e diffusione, anche parziale, è autorizzata soltanto con la citazione della fonte (titolo ed editore).

# LE BASI GIURIDICHE PER IL COMMERCIO ONLINE

**Una guida per entrare nel mondo dell'e-commerce**

## 1 INTRODUZIONE

Nell'allestimento del proprio shop online il gestore potrà dare libero sfogo alla propria fantasia. Tuttavia, il legislatore ha posto alcune condizioni legali per il commercio online che vanno tenute presenti. Di seguito riportiamo le principali disposizioni; si raccomanda comunque di rivolgersi ad un esperto in materia per una consulenza legale e per la redazione di condizioni e contratti.

Nei prossimi capitoli saranno approfonditi i seguenti aspetti legali del commercio elettronico:

- 2 OBBLIGHI GENERALI DI INFORMAZIONE pag. 6
- 3 CONDIZIONI GENERALI DI VENDITA pag. 9
- 4 DIRITTO DI RECESSO pag. 11
- 5 GARANZIA LEGALE pag. 12
- 6 CONTROVERSIE CON CONSUMATORI DERIVANTI DA CONTRATTI DI COMMERCIO ELETTRONICO pag. 14
- 7 PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI pag. 15
- 8 CHECKLIST pag. 18

## È POSSIBILE STIPULARE UN CONTRATTO ONLINE?

Il contratto è l'accordo di due o più parti per costituire, regolare o estinguere tra loro un rapporto giuridico patrimoniale<sup>1</sup>. In Italia, per la stipula di contratti vige il principio della libertà di forma<sup>2</sup>: ciò significa che un contratto può essere stipulato in forma verbale, per iscritto o attraverso un'azione concludente. Solo nei casi in cui la legge prescrive una determinata forma, questa va rispettata, pena l'inefficacia del contratto. Quindi, è sicuramente possibile stipulare un contratto tramite internet. La stipula può avvenire sia attraverso lo scambio di e-mail che nello shop online nella forma "point and click", oppure anche verbalmente nel corso di una conferenza online. Cosa bisogna considerare nella vendita online sarà descritto di seguito.

## IL DIRITTO DEI CONSUMATORI<sup>3</sup>

Per i contratti stipulati con consumatori vigono precise disposizioni di legge. Lo scopo del legislatore è proteggere il consumatore in quanto "parte contrattuale più debole". Le norme del diritto dei consumatori si applicano solamente ai contratti stipulati tra un consumatore e un professionista.

- Il "**consumatore**" è una persona fisica che stipula un contratto per fini che non rientrano nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale.
- Il "**professionista**" (o di seguito "imprenditore") è invece una persona fisica o giuridica che agisce nel quadro della sua attività imprenditoriale o professionale (di seguito anche meramente "imprenditore").

La legge, infatti, prevede normative differenti a seconda del tipo di compratore:

- vendita a consumatori = business to consumer = **B2C** o
- vendita ad altri professionisti = business to business = **B2B**<sup>4</sup>

Per i cosiddetti contratti "misti" vale la regola che, in caso di dubbio, il cliente è da considerarsi consumatore. In questi casi il bene acquistato viene utilizzato dal compratore sia in qualità di professionista che di consumatore. Molte norme del diritto sui consumi sono vincolanti, ovvero non possono essere modificate contrattualmente.

<sup>1</sup> Art. 1321 c.c.

<sup>2</sup> Art. 1322 c.c.

<sup>3</sup> Codice del consumo, d. lgs. n. 206/2005

<sup>4</sup> Un'ulteriore categoria è la vendita tra privati o C2C.

## DIRITTO D'AUTORE<sup>5</sup>

Il diritto d'autore tutela le opere d'ingegno da imitazioni illecite attuate da terzi. Sono tutelati sia i testi che le immagini e i video. Nel commercio online e sul proprio sito internet occorre osservare le seguenti disposizioni sul diritto d'autore:

- I testi redatti e pubblicati da terzi non possono essere semplicemente copiati e presentati come "una propria opera". L'autore del testo ha il diritto di essere indicato come tale.
- Le citazioni vanno evidenziate come tali e va sempre indicata la fonte (attraverso un link).
- Immagini e video possono essere pubblicati in internet solamente se sono stati acquistati i rispettivi diritti: occorre disporre dell'espresso consenso del fotografo o videomaker e delle persone riprese.
- Fate attenzione quando acquistate video o foto: occorre distinguere tra acquisto per scopi privati e quello per usi commerciali; inoltre, esistono contratti di licenza esclusiva e non esclusiva. A seconda del contratto stipulato cambiano anche le possibilità di utilizzo.
- Eventuali diritti d'autore vengono segnalati solitamente attraverso il simbolo ©, seguito dal nome del titolare del diritto e dell'anno.
- In Italia l'autorità competente per il deposito di opere tutelate da diritto d'autore è la SIAE (Società Italiana degli Autori ed Editori).

## NORMATIVA SUI MARCHI

Lo scopo di un marchio è distinguere le merci o servizi di un'impresa da quelli di altre aziende. I marchi influenzano molto le decisioni dei clienti: destano emozioni, consolidano l'immagine di un'azienda e la sua buona reputazione. I marchi tutelano inoltre da imitazioni e abusi, e sono quindi uno strumento efficace di difesa tra concorrenti. Per assicurarsi il diritto esclusivo all'utilizzo di un marchio, questo dovrà essere **registrato** presso l'ufficio competente. Ciò vale anche e soprattutto nel commercio online.

### Consiglio utile:

Rivolgetevi al reparto Brevetti & marchi della Camera di commercio di Bolzano. Riceverete informazioni preziose e supporto per la registrazione del vostro marchio e sugli altri diritti di proprietà industriale.

<sup>5</sup> Legge n. 633/1941

## OBBLIGHI GENERALI DI INFORMAZIONE

Lo scopo dei numerosi obblighi di informazione previsti dal legislatore è tutelare il compratore. Segue un elenco delle principali informazioni da riportare obbligatoriamente sul sito internet e ovviamente anche nello shop online.

### COLOPHON

Il colophon è una specie di **biglietto da visita digitale** del commerciante online e fornisce numerose informazioni sulla sua impresa. Quello riportato sul sito dell'impresa deve contenere le seguenti informazioni<sup>6</sup>:

- il nome, la denominazione o la ragione sociale
- la sede legale o il domicilio
- gli estremi che permettono di contattare rapidamente e direttamente il titolare del sito, compreso l'indirizzo e-mail
- il numero di iscrizione al registro delle imprese o il numero di iscrizione REA
- il numero della partita IVA
- gli elementi di individuazione, nonché gli estremi della competente autorità di vigilanza qualora un'attività sia soggetta a concessione, licenza od autorizzazione (ad es. Consob)

In alcuni casi potrebbero essere necessarie ulteriori indicazioni, ad es.:

- per le società: la PEC
- eventuali numeri di iscrizione in altri registri pubblici
- la segnalazione che si tratta di una società a socio unico (per le S.p.A. e le S.r.l.)
- per S.r.l., S.a.p.a. e S.p.A.: il capitale sociale versato
- la segnalazione che la società è in liquidazione
- per le professioni regolamentate (ad esempio avvocati, commercialisti) il titolo professionale, l'ordine professionale di appartenenza e il numero di iscrizione, nonché il Paese membro in cui è stata acquisita l'abilitazione

### Consiglio utile:

Mantenete un comportamento corretto e trasparente già prima della stipula del contratto e durante le contrattazioni per evitare rivendicazioni di responsabilità precontrattuale.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Art. 7 d.lgs. 70/2003

<sup>7</sup> Art. 1337 e 1338 c.c.

## OBBLIGHI DI INFORMAZIONE B2B & B2C

Oltre alle già citate informazioni generali (si veda il colophon) relative all'impresa vanno indicate anche **informazioni sul bene o servizio offerto** nonché sulla stipula del contratto. Molte informazioni vanno fornite sia per il B2B che per il B2C; in quest'ultimo caso ne vanno poi aggiunte altre.

In ogni caso le informazioni dovranno essere messe a disposizione del cliente **in forma scritta e permanente e redatte in un linguaggio chiaro e comprensibile già PRIMA della stipula del contratto**. Il compratore dovrà inoltre avere la possibilità di **salvarle e riprodurle**. Esse vanno pertanto pubblicate sul sito oppure inviate via mail. Solo se il contratto di vendita viene stipulato esclusivamente attraverso lo scambio di e-mail individuali o altre forme di comunicazione personalizzata, alcuni dei seguenti obblighi di informazione decadranno.

### Informazioni generali obbligatorie B2B e B2C<sup>8</sup>:

- i prezzi, indicati in modo chiaro e inequivocabile
- eventuali imposte, costi di spedizione e altre spese aggiuntive compresi nel prezzo
- le attività consentite al destinatario del servizio
- qualora la prestazione sia soggetta ad autorizzazione o fornita sulla base di un contratto di licenza d'uso, gli estremi degli stessi

### Informazioni dirette alla conclusione del contratto B2B e B2C<sup>9</sup>:

- le varie fasi tecniche da seguire per la conclusione del contratto
- il modo in cui il contratto concluso sarà archiviato e le relative modalità di accesso
- 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
- gli eventuali codici di condotta cui aderisce e come accedervi per via telematica
- le lingue a disposizione per concludere il contratto oltre all'italiano
- gli strumenti di composizione delle controversie

### Consiglio utile:

Tutte le informazioni dovranno essere messe a disposizione del cliente in **forma scritta e permanente e con un linguaggio chiaro e comprensibile già PRIMA della stipula del contratto**. Esse vanno pertanto pubblicate sul sito oppure inviate via e-mail al consumatore.

<sup>8</sup> Art. 7 d.lgs. 70/2003

<sup>9</sup> Art. 12 d.lgs. 70/2003

### Ulteriori obblighi di informazione B2C<sup>10</sup>:

- le caratteristiche principali dei beni o del servizio
- le modalità di pagamento, consegna ed esecuzione del contratto
- la data entro la quale il professionista si impegna a consegnare i beni o a prestare i servizi e, se del caso, il trattamento dei reclami da parte del professionista
- in caso di sussistenza di un diritto di recesso: le condizioni, i termini e le procedure da seguire per far valere tale diritto, e il rispettivo modulo
- l'informazione che, in caso di esercizio del diritto di recesso, i costi per la restituzione della merce sono a carico del consumatore
- in caso di esercizio del diritto di recesso, in alcuni casi dovranno essere rimborsati al professionista i costi ragionevoli (fornitura gas, corrente, acqua)
- eventualmente l'informazione che non è previsto il diritto di recesso
- l'informazione sulla garanzia legale
- se applicabili, l'esistenza e le condizioni dell'assistenza postvendita al consumatore, dei servizi postvendita e delle garanzie commerciali (ad esempio il servizio clienti)
- la durata del contratto o, in caso di contratto a tempo indeterminato o con rinnovo automatico, le condizioni per recedere dal contratto
- eventuali obblighi contrattuali del consumatore, qualora previsti
- l'esistenza e le condizioni per il deposito di garanzie finanziarie da parte del consumatore su richiesta del professionista
- eventuali funzionalità del contenuto digitale, comprese le misure applicabili di protezione tecnica
- eventuale interoperabilità dei contenuti digitali con hardware e software
- la possibilità di servirsi di un meccanismo extra-giudiziale di reclamo e ricorso, nonché le rispettive condizioni di accesso

## OBBLIGHI DI ETICHETTATURA E PARTICOLARI OBBLIGHI DI INFORMAZIONE

Chi vende online deve anche porre attenzione alla corretta etichettatura dei prodotti. Come nel commercio tradizionale esistono svariate norme di legge da rispettare.

Per la vendita online di prodotti alimentari sono da rispettare ulteriori prescrizioni. Il Regolamento (UE) relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti prevede ad esempio l'obbligo per il venditore di riportare sulla propria pagina internet, tra le altre indicazioni, la denominazione dell'alimento come stabilita dalla legislazione nazionale, l'elenco degli ingredienti e le quantità. Per i prodotti biologici sono previste informazioni obbligatorie aggiuntive.

<sup>10</sup> Art. 49 Codice del consumo

### Consiglio utile:

Rivolgetevi al reparto Sicurezza prodotti ed etichettatura della CCIAA Bolzano. Potrà fornirvi informazioni sull'etichettatura a norma di legge e sulla sicurezza prodotti.



## 3 CONDIZIONI GENERALI DI VENDITA (CGV)

Le Condizioni Generali di Vendita sono condizioni unilaterali che si applicano a tutti i contratti di vendita stipulati su internet. Le parti contraenti non pattuiscono pertanto individualmente le clausole del contratto, perché già preformulate da una delle parti contraenti. Affinché tali clausole siano efficaci è necessario che l'altra parte contraente, al momento della stipula del contratto, le abbia conosciute o avrebbe dovuto conoscerle usando l'ordinaria diligenza. Le CGV devono pertanto essere **comunicate** al cliente **oppure** quantomeno **pubblicate sul sito**. La soluzione ottimale sarebbe fornire le stesse al cliente via e-mail in formato PDF, insieme alla conferma di ricezione dell'ordine, oppure attraverso un link.

Se le condizioni contrattuali predefinite contengono delle clausole particolarmente svantaggiose (vessatorie) per il compratore, vanno rispettate le seguenti normative, rispettivamente per B2B e B2C.

### CLAUSOLE VESSATORIE B2B

Le clausole vessatorie concordate tra imprese<sup>11</sup> creano uno svantaggio per la parte contraente che non ha redatto le CGV. Per essere efficaci devono essere **firmate due volte**.

**Seguono alcuni esempi** di clausole vessatorie:

- limitazioni di responsabilità a favore del proponente (ad es. responsabilità limitata a colpa grave, escludendo quella lieve)
- facoltà unilaterale di recedere dal contratto a favore del proponente
- restrizioni alla libertà contrattuale del cliente nei rapporti con terzi (ad es. divieto di concorrenza)
- tacita proroga o rinnovazione del contratto
- clausole compromissorie o deroghe alla competenza dell'autorità giudiziaria a sfavore del cliente (ad es. indicando come foro competente il Tribunale di Napoli anziché quello di Bolzano)

### CLAUSOLE VESSATORIE B2C

Clausole vessatorie<sup>12</sup> possono essere stabilite anche a svantaggio del **consumatore**. Contrariamente alle clausole vessatorie pattuite tra imprese, le clausole vessatorie a sfavore dei consumatori sono in ogni caso **nulle**. Anche in caso di doppia sottoscrizione è come se queste clausole non esistessero, mentre è valido il restante contratto (cosiddetta nullità relativa). Solo il consumatore può rivendicare la nullità, in quanto si tratta di una nullità unilaterale a favore del consumatore.

---

<sup>11</sup> Art. 1341 comma 2 c.c.

<sup>12</sup> Art. 33 ss. Codice del consumo

Una clausola si intende vessatoria quando comporta uno svantaggio significativo per il consumatore. Alcuni esempi:

- facoltà di recesso solamente a favore del professionista
- limitazione del diritto d'azione del consumatore in caso di inadempimento da parte del professionista
- obblighi di preavviso molto lunghi a sfavore del consumatore o mancanza di preavviso a favore del professionista per la disdetta di contratti a tempo indeterminato
- modifica del foro competente a sfavore del consumatore
- previsione di clausole penali o pagamenti a titolo di risarcimento di importi eccessivi a carico del consumatore inadempiente
- la facoltà per il professionista di stabilire il prezzo dei beni o dei servizi solamente al momento della fornitura
- diritto esclusivo per il professionista di interpretare delle clausole contrattuali
- diritto del professionista di modificare unilateralmente delle clausole contrattuali<sup>13</sup>

### Consigli utili:

- Se l'imprenditore riesce a dimostrare che le clausole sono state oggetto di trattative individuali, non saranno nulle. In presenza ad es. di uno scambio di mail o lettere relative a tali clausole, esse potranno essere rivendicate nei confronti del consumatore.
- Traducete le CGV in tutte le lingue selezionabili sul sito internet. È importante non tradurre letteralmente, in quanto molti termini giuridici italiani non esistono in altri ordinamenti o producono altri effetti giuridici.

Esistono pochissime clausole che sono **in ogni caso nulle**, anche se oggetto di trattativa individuale<sup>14</sup>:

- esclusione o limitazione della responsabilità del professionista in caso di morte o danno alla persona del consumatore
- esclusione o limitazione del diritto di azione del consumatore in caso di inadempimento da parte del professionista
- accettazione automatica di clausole che il consumatore non poteva conoscere prima della conclusione del contratto

<sup>13</sup> Elenco non esaustivo; per l'elenco completo si veda art. 33 Codice del consumo.

<sup>14</sup> Art. 36 Codice del consumo

## 4 DIRITTO DI RECESSO

Lo shopping online è molto amato tra i consumatori, anche perché dà loro la possibilità di verificare la merce ordinata e di restituirla entro 14 giorni **senza dover fornire alcuna motivazione del recesso**. Per legge il consumatore ha il diritto di restituire la merce entro 14 giorni, anche se l'ha già usata. In questi 14 giorni ne è ammesso l'uso ordinario; il cliente è tenuto a risarcire solamente un'eventuale perdita di valore sproporzionata della merce stessa. In caso di restituzione, al consumatore sarà rimborsato il prezzo d'acquisto corrisposto. Si tratta di un diritto irrinunciabile: ciò significa che il cliente non può rinunciarvi a priori e il professionista non può negarlo.

Le CGV dello shop online devono informare il consumatore del diritto di restituzione e delle modalità da seguire per esercitarlo. In mancanza di tali indicazioni o in presenza di informazioni errate il termine di restituzione viene prorogato a un anno e 14 giorni.

Il consumatore dovrà comunque rispettare determinate scadenze per poter esercitare il proprio diritto. Entro 14 giorni di calendario dal giorno in cui acquisisce il possesso fisico del bene il consumatore dovrà comunicare al venditore di voler far valere il proprio diritto. Poi il compratore dovrà rispedire il bene entro ulteriori 14 giorni.

Il venditore è invece tenuto a rimborsare l'intero prezzo di acquisto entro 14 giorni dal ricevimento della comunicazione di recesso. Qualora sia previsto espressamente dalle condizioni contrattuali, il venditore potrà trattenere il rimborso finché non abbia ricevuto il bene oppure finché il consumatore non abbia dimostrato di aver rispedito il bene.

Le spese per la spedizione di restituzione sono a carico del venditore; solo se le CGV dello shop online lo prevedono espressamente tali spese saranno a carico del compratore.

In alcuni casi eccezionali al consumatore non spetta il diritto di recesso, p. es. nel caso di fornitura di beni confezionati su misura o chiaramente personalizzati (vestiti su misura ecc.), di giornali o di registrazioni audio o video sigillate, qualora siano stati aperti (DVD ecc.).<sup>15</sup> Se il professionista desidera applicare questa eccezione, dovrà comunque comunicarlo nelle proprie CGV.



Fig. 1: Il diritto di recesso

<sup>15</sup> L'elenco completo è riportato nell'art. 59 Codice del consumo.

## 5 GARANZIA LEGALE

Di norma ogni compratore ha il diritto di ricevere merce immune da vizi. Per il gestore di uno shop online è quindi molto importante sapere come comportarsi in caso di reclamo per merce difettosa. Innanzitutto bisogna distinguere tra vendita a consumatore o a professionista.

### GARANZIA LEGALE B2B

Per i contratti che non sono stati stipulati tra impresa e consumatore (quindi B2B) il compratore ha fondamentalmente due possibilità in caso di merce difettosa<sup>16</sup>. La prima è la **risoluzione del contratto** che prevede la restituzione del prezzo pagato e della merce; la seconda è invece una **riduzione adeguata del prezzo**. Se il difetto della merce è grave, il compratore ha diritto alla risoluzione del contratto; per vizi di lieve entità è prevista invece una riduzione del prezzo.



Fig. 2: La garanzia legale B2B

I **termini** per la rivendicazione di tali vizi sono molto brevi per il B2B: il compratore (professionista) ha tempo solo 8 giorni dalla scoperta del vizio per segnalare lo stesso al venditore (termine di decadenza). Il diritto alla rivendicazione si prescrive entro un anno dall'acquisto della merce (termine di prescrizione).

### GARANZIA LEGALE B2C<sup>17</sup>

Rispetto all'acquirente professionista, per quanto concerne la garanzia legale il consumatore vanta ulteriori diritti, come esposto di seguito.

Il venditore ha l'obbligo di fornire al consumatore una merce "conforme al contratto di vendita". In caso di difetto di conformità, il consumatore ha diritto alla garanzia legale. Tale obbligo è molto più ampio di quello previsto per il B2B, dove il venditore è tenuto a garantire che la "cosa venduta sia immune da vizi". Nel B2C il diritto alla garanzia legale sussiste qualora il prodotto:

- presenti difetti o vizi; ad es. una cucitura errata in un capo di abbigliamento
- non sia idoneo all'uso al quale serve abitualmente; ad es. una pentola che non è idonea alla cottura della pasta
- non possieda le caratteristiche promesse, ad es. se la pentola per la pasta non cuoce la pasta entro 60 secondi come originariamente promesso

<sup>16</sup> Art. 1490 e segg. c.c

<sup>17</sup> Art. 128-135 Codice del consumo

- non sia idoneo all'uso particolare espressamente indicato dal consumatore e confermato dal venditore, anche per fatti concludenti, ad es. se la pentola per la pasta non è idonea alla cottura di un arrosto, come invece specificamente richiesto dal consumatore

Il compratore ha diritto, oltre alla risoluzione del contratto e alla riduzione adeguata del prezzo (si veda B2B), a due ulteriori opzioni: potrà richiedere la **riparazione** o la **sostituzione** della merce difettosa. Di norma il consumatore potrà scegliere liberamente tra queste opzioni. Solo nel caso in cui la soluzione richiesta risultasse impossibile (ad es. perché il venditore non dispone più del prodotto in magazzino) o eccessivamente onerosa (ad es. perché i costi di spedizione o produzione sono aumentati in misura vertiginosa) il venditore potrà imporre una soluzione differente. Ad esempio, se un vizio può essere facilmente risolto con una piccola riparazione, sarebbe irragionevole pretendere dal venditore la sostituzione della merce. Qualora siano impossibili sia la riparazione che la sostituzione, il cliente potrà pretendere la **risoluzione del contratto** o una **riduzione del prezzo**.

Il venditore dovrà in ogni caso sostenere tutte le spese di trasporto, lavoro e materiale.

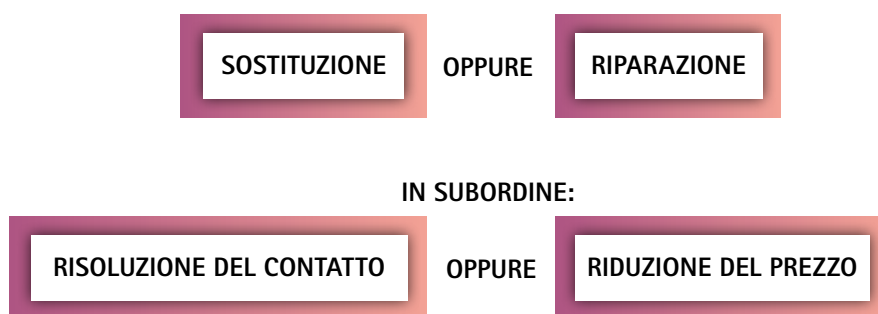


Fig. 3: La garanzia legale B2C

Rispetto a quanto previsto per il B2B il consumatore ha inoltre diritto a **termini** più lunghi per rivendicare i propri diritti: avrà tempo due anni per scoprire il vizio (termine di prescrizione). Dalla scoperta del vizio avrà inoltre tempo 2 mesi per segnalare lo stesso al venditore (termine di decadenza).

La garanzia legale non va comunque confusa con la garanzia convenzionale spiegata di seguito.

## LA GARANZIA CONVENZIONALE<sup>18</sup>

La garanzia legale è regolamentata dalla legge e sussiste sempre, indipendentemente dall'esistenza o meno di una garanzia convenzionale. La garanzia convenzionale, invece, non è obbligatoria e viene offerta **facoltativamente** dal venditore in aggiunta alla garanzia legale. Può essere gratuita o a pagamento. Di norma il venditore concede con la garanzia convenzionale un termine più lungo per la rivendicazione di vizi del prodotto. Il compratore potrebbe ad esempio acquisire così il diritto di restituire un prodotto difettoso anche dopo cinque anni, e non solo entro i due anni previsti dalla legge. Spesso la garanzia convenzionale viene offerta per rendere più attrattivo il prodotto proposto al consumatore.

<sup>18</sup> Art. 133 Codice del consumo



## CONTROVERSIE CON CONSUMATORI LEGATE AI CONTRATTI DI COMMERCIO ELETTRONICO

### FORO COMPETENTE

Se nel corso di un acquisto online nascono delle controversie tra il venditore e il compratore, ci sono diverse possibilità per risolverle. Le parti possono trovare un **accordo stragiudiziale** che soddisfi entrambe; se ciò non fosse possibile, possono rivolgersi al **giudice civile** competente.

Nel **B2C** la competenza per tali controversie è del giudice del **luogo di domicilio del consumatore**. Una variazione del foro competente a sfavore del consumatore rappresenta una clausola vessatoria ed è quindi nulla (si veda sopra). Il foro competente può essere cambiato solo con espresso accordo individuale. Se un consumatore con domicilio a Bolzano compra ad esempio una merce in uno shop online con sede a Berlino, in caso di controversia sarà di norma competente il Tribunale di Bolzano.

Per il **B2B** vige invece la regola della libera scelta del foro. Chi redige le CGV per il proprio shop online dovrebbe pertanto scegliere per la vendita ad altri soggetti professionisti un foro competente più opportuno per se stesso.

### CONCILIAZIONE ONLINE

Secondo il principio per cui chi compra online deve avere anche la possibilità di risolvere online eventuali conflitti, dal 2017 tutti gli shop online devono informare i propri clienti dell'esistenza di un servizio di conciliazione online. Al consumatore vanno indicati nelle condizioni contrattuali il link per l'organismo competente e l'indirizzo e-mail per contattarlo. Il servizio di conciliazione online è un'alternativa rapida, efficiente e gratuita alla giurisdizione ordinaria. La soluzione di un conflitto attraverso il servizio online non è obbligatoria; la rispettiva informazione invece sì!



#### Consigli utili:

- Nella vendita B2B scegliete un foro e il diritto applicabile più consono alle vostre esigenze.
- Nelle CGV indicate come servizio online quello all'indirizzo [www.conciliareonline.it](http://www.conciliareonline.it) istituito dal Centro Consumatori di Bolzano in collaborazione con la Camera di commercio di Bolzano. Sulla stessa pagina trovate anche consigli utili per la conciliazione online e lo svolgimento di tutte le procedure.

## 7 PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

Nel commercio online è fisiologico trattare dati personali. Pertanto si applicano le normative previste dalla legge per il loro trattamento. Per "dati personali" si intendono tutti i dati che permettono di identificare una persona, come il nome, il codice fiscale, ecc. La riforma delle normative sulla privacy introdotta con il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) ha ampliato i diritti delle persone interessate e previsto numerosi obblighi da rispettare nel trattamento dei dati<sup>19</sup>.

Di seguito riportiamo una sintesi dei principali diritti del compratore e dei principali obblighi del venditore.

### DIRITTI DELLA PERSONA INTERESSATA<sup>20</sup>

Le persone interessate dal trattamento dei dati hanno diritto **all'accesso** ai loro dati personali e a richiederne **l'aggiornamento, la rettifica, l'integrazione o la cancellazione**. Il GDPR ha in particolare rafforzato il diritto alla cancellazione dei dati che potrà essere richiesta in qualsiasi momento anche senza motivazione. La persona interessata potrà anche pretendere la cancellazione di dati già comunicati e della loro "traccia digitale" (**diritto "all'oblio"**).

Esistono anche il diritto alla portabilità, alla revoca del consenso, alla limitazione del trattamento, il diritto di proporre reclamo a un'autorità di controllo, a ricevere entro 72 ore una notifica su eventuali violazioni dei dati ("*data-breaches*"), e altri ancora.

I commercianti online devono prevedere il rispetto di tali diritti già durante l'allestimento dei propri sistemi di vendita e l'elaborazione dei rispettivi testi legali (cosiddetta **privacy by design**).

In caso di inadempimento delle normative sulla tutela dei dati la legge prevede **sanzioni amministrative elevate**.

### INFORMAZIONE

Una delle colonne portanti della protezione dei dati personali è l'informazione sul loro trattamento. In caso di acquisizione di dati l'informazione dovrà riportare<sup>21</sup>:

- l'identità e i dati di contatto del **titolare del trattamento**
- eventualmente l'identità e i dati di contatto del **responsabile della protezione dei dati**
- le **finalità** del trattamento
- la **base giuridica** su cui si fonda il trattamento dei dati e le possibili conseguenze della mancata comunicazione dei dati
- il **periodo** di conservazione dei dati acquisiti
- gli **eventuali ulteriori destinatari** dei dati
- l'informazione sui principali diritti: diritto all'accesso, alla rettifica, alla cancellazione, alla limitazione del trattamento, alla revoca del consenso e alla portabilità
- il **diritto di proporre reclamo** a un'autorità di controllo
- Il diritto di **revocare** in qualsiasi momento il consenso al trattamento dei dati
- altre informazioni: la possibilità che i dati possano essere **trasmessi** in Paesi terzi; l'esistenza di processi **automatizzati**, compresa la profilazione

<sup>19</sup> Regolamento UE 2016/679

<sup>20</sup> Si vedano in particolare gli articoli 12 - 23 GDPR

<sup>21</sup> Art. 13 GDPR

## IL CONSENSO AL TRATTAMENTO DEI DATI

Di norma per ogni trattamento di dati personali occorre acquisire il consenso della persona interessata. Il consenso può essere dato anche verbalmente. L'importante è che il titolare dei dati possa comprovare il consenso conferito al trattamento degli stessi. Inoltre, il consenso deve essere chiaro, inequivocabile ed esplicito. Sarebbe pertanto ideale acquisire un consenso scritto.

### Consiglio utile:

Il consenso al trattamento dei dati deve essere un **opt-in**, e mai un opt-out. Ciò significa che NON è permesso indicare di default una casella già barrata per il consenso.

In alcuni casi non occorre chiedere il consenso al trattamento dei dati: nel caso in cui il trattamento venga effettuato per adempiere ad un obbligo di legge (ad es. per segnalazioni all'anagrafe); se i dati sono necessari all'adempimento di obblighi contrattuali (ad es. per un contratto di fornitura) o se il trattamento dei dati è necessario per tutelare un interesse essenziale per la vita dell'interessato o di un'altra persona<sup>22</sup>

## ALTRI OBBLIGHI

Il **Data Protection Officer** (DPO o responsabile della protezione dei dati) consiglia e sostiene il titolare del trattamento nell'applicazione e nella corretta attuazione delle normative relative alla protezione dei dati. Tuttavia, la nomina di un DPO è obbligatoria solo in determinati casi, ad esempio se l'attività principale di un'impresa comporta il trattamento periodico e sistematico di dati personali su larga scala (come nelle banche o società di assicurazione) o di categorie particolari di dati (ad esempio relativi alla salute).<sup>23</sup>

Le imprese con più di 250 dipendenti e le imprese le cui modalità di "trattamento possano presentare un rischio per i diritti e le libertà dell'interessato" devono tenere un **registro delle attività di trattamento** e aggiornarlo regolarmente.<sup>24</sup>

<sup>22</sup> Art. 6 GDPR

<sup>23</sup> Art. 37 GDPR

<sup>24</sup> Art. 30 GDPR



## COOKIE

I "cookie" ("biscotti") memorizzano i dati sulle pagine visitate in internet. I dati memorizzati possono essere utilizzati in vari modi: ad esempio per evitare all'utente di registrarsi nuovamente se visita per la seconda volta un sito, oppure per analizzare il suo comportamento e inviargli pubblicità mirata. Negli ultimi anni l'utilizzo dei cookie è stato sottoposto a una disciplina più severa per tutelare gli utenti dal marketing mirato.

Esistono le seguenti tipologie di cookie:

- cookie tecnici: servono per la navigazione "ordinaria" e il funzionamento di un sito
- cookie analitici: ottimizzano la navigazione (ad esempio memorizzando la lingua selezionata)
- cookie di profilazione utilizzati per la creazione di profili degli utenti: acquisiscono le preferenze dell'utente e sono finalizzati alla trasmissione di misure mirate di marketing

A seconda della tipologia di cookie sono previsti tre livelli di **obblighi** a carico dell'impresa che effettua il trattamento dei dati:

- banner con breve informazione
- acquisizione del consenso dell'utente
- informazione approfondita per l'utente

Tipologia di cookie	Informazione approfondita	Banner con breve informazione + consenso
Cookie tecnici e analitici	sì	NO
Cookie di profilazione	sì	sì
Cookie analitici di terzi	sì	NO / sì
Cookie di profilazione di terzi	sì	sì

Fig. 4: Tipologie di cookie e rispettivi obblighi

### Consigli utili:

- Sul sito della Camera di commercio sono disponibili modelli di informazione nonché altre indicazioni sugli obblighi di legge relativi alla protezione dei dati.
- Fate redigere e verificare periodicamente da esperti i testi legali per il vostro shop online.

## 8 CHECK LIST PER ADEMPIMENTI LEGALI

OGGETTO	Sì	NO	DA FARE
<b>Informazione:</b>			
Colophon			
CGV e obblighi di informazione			
Distinzione tra B2B e B2C			
Clausole vessatorie B2B - doppia firma			
Informazione sul diritto di recesso			
Informazione sulla garanzia legale			
<b>Privacy:</b>			
Banner trattamento dati			
Informazione sul trattamento dei dati (privacy policy)			
Consenso al trattamento dei dati			
Nomina DPO			
Predisposizione del registro			