

E-Commerce: in vigore le nuove norme UE

Le nuove regole UE per l'e-Commerce impongono maggiore trasparenza e diritti per i consumatori migliorando il mercato interno: entrata in vigore e recepimento in Italia.

Oggi giorno lo straordinario sviluppo e l'estesa diffusione della rete Internet **fanno sì che l'e-Commerce rappresenti un business sempre in crescita**, complice **molti fattori**: costi contenuti, possibilità di un ampio numero di potenziali clienti, maggior visibilità e informazione per i prodotti, facilità dell'acquisto per il quale non è necessaria la presenza simultanea delle parti nello stesso luogo. Alla luce di ciò, **l'Unione Europea** da anni si dimostra particolarmente attenta alla tutela dei consumatori nel commercio elettronico. Difatti, **recentemente ha emanato la Direttiva 2011/83/UE** che gli Stati Membri dovevano recepire entro il 13 dicembre del 2013. Tale Direttiva è **motivata principalmente dall'esigenza di semplificare e aggiornare**, a livello europeo, **le norme che disciplinano la tutela dei consumatori**, favorendo così lo sviluppo di un mercato interno attraverso l'armonizzazione di alcuni aspetti normativi peculiari, che dovrebbero aumentare considerevolmente la certezza giuridica sia per i consumatori che per i professionisti¹. In altri termini, da un lato abbiamo maggior sicurezza e tutela per il consumatore nelle procedure d'acquisto, dall'altro si ha per le imprese un miglior funzionamento del mercato concorrenziale con notevoli risparmi in termini di oneri amministrativi e la possibilità, nella vendita a livello transfrontaliero, di contare sulla standardizzazione sia delle condizioni contrattuali sia degli obblighi informativi. **In Italia**, questa materia era disciplinata principalmente nei decreti legislativi n. 50/1992 (che disciplinava i contratti stipulati fuori dei locali commerciali, abrogato dall'art. 146, D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206)² e n. 185/1999 (che ha recepito la Direttiva n. 97/7/CE riguardante la protezione dei consumatori nei contratti negoziati a distanza, abrogato dall'art. 146, D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206)³, e attualmente dal D.Lgs. n. 70/2003 (di attuazione della Direttiva n. 2000/31/CE relativa al commercio elettronico) e infine dal D.Lgs. n. 206/2005 (il "Codice del Consumo"). Collegato in senso stretto alla tutela dei consumatori, **si deve segnalare** da ultimo, **il Decreto Legislativo del 3 dicembre 2013**⁴ con il quale il nostro Paese ha appunto recepito la suddetta Direttiva 2011/83/UE, **che va a modificare gli art. da 45 a 67 del Codice del Consumo**. Analizzando più da vicino le novità contenute nel Decreto di recepimento circa la stipula di contratti a distanza e contratti negoziati al di fuori dai locali commerciali, si può osservare come **il legislatore nazionale ha regolamentato e tutelato i diritti dei consumatori tenendo a mente due profili principali: gli obblighi di informazioni precontrattuali e l'esercizio dei diritti in caso di recesso**.

In sintesi, per quanto riguarda gli obblighi di informazione precontrattuale che il professionista è tenuto a rilasciare – e dei quali deve poter dare prova – sono stati aggiunti rispetto al passato i seguenti oneri:

- **fornire le caratteristiche principali** – non più solo "essenziali" - **dei beni o servizi**, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi;
- **fornire l'indirizzo geografico** dove è stabilito, il suo **numero di telefono**, di **fax** e **l'indirizzo elettronico**, ove disponibile, per consentire al consumatore di contattarlo rapidamente ed efficacemente e indirizzargli eventuali reclami, ma anche l'indirizzo geografico e l'identità del professionista se eventualmente agisse per conto altrui;
- **specificare il prezzo totale dei beni o dei servizi** comprensivo delle imposte. Se tuttavia la natura dei beni o servizi comporta l'impossibile determinazione preventiva del prezzo, si dovranno chiarire le modalità di calcolo del prezzo e di tutte le spese aggiuntive (imposte, spedizione, consegna, etc.). Qualora non si adempiano gli **obblighi di informazione** sulle spese aggiuntive o sugli altri costi della restituzione dei beni, **il consumatore non sarà tenuto a sostenere spese o costi aggiuntivi**;
- **informare dell'eventuale esistenza e/o delle condizioni di depositi o altre garanzie finanziarie** che il consumatore è tenuto a pagare o fornire su richiesta;
- **specificare nel dettaglio le eventuali funzionalità del contenuto digitale, comprese le misure applicabili di protezione tecnica**, ovvero qualsiasi altra funzione di interoperabilità pertinente del contenuto digitale con l'hardware e il software, di cui egli sia a conoscenza;

- **specificare che le informazioni**, parte integrante del contratto a distanza o del contratto negoziato fuori dai locali commerciali, **possono essere modificate solo con “preventivo” accordo**, cioè prima della conclusione del contratto.⁵
- informare il consumatore sulla **possibilità di servirsi di un meccanismo extra-giudiziale di reclamo** e ricorso e sulle condizioni per avervi accesso.

Per quanto riguarda, invece, le disposizioni sull’esercizio del diritto di recesso, le modifiche sostanziali sono le seguenti:

- **il consumatore dispone di un periodo di 14 giorni⁶ per recedere** da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali senza dover fornire alcuna motivazione. Nel caso dei contratti di servizi il termine si calcola dal giorno della conclusione del contratto, nel caso di contratti di vendita dal giorno in cui il consumatore o un terzo - diverso dal vettore e designato dal consumatore - acquisisce il possesso fisico del bene;
- il mancato adempimento dell’obbligo d’informazione sul diritto di recesso, l’esistenza e modalità del suo esercizio, prolunga il periodo entro cui il consumatore può esercitarlo a un anno e 14 giorni dalla conclusione del contratto o dalla consegna del bene.⁷
- il consumatore ha la **possibilità di utilizzare un modulo standard** per esercitare il diritto di recesso;
- il professionista deve rimborsare tutti i pagamenti ricevuti dal consumatore, eventualmente comprensivi delle spese di consegna, senza indebito ritardo e comunque entro 14 giorni dal giorno in cui è informato della decisione del consumatore di recedere dal contratto. Il professionista deve eseguire il rimborso utilizzando lo stesso mezzo di pagamento usato dal consumatore per la transazione iniziale, salvo che il consumatore abbia espressamente convenuto altrimenti e a condizione che questi non debba sostenere alcun costo quale conseguenza del rimborso.

Da ultimo si devono sottolineare alcuni aspetti non meno importanti nel rapporto professionista/consumatore che riguardano specifici casi.

- **nell’ipotesi di un contratto a distanza concluso per telefono**, il professionista deve confermare l’offerta al consumatore, il quale è vincolato solo dopo aver firmato l’offerta o dopo averla accettata per iscritto. **Se il consumatore acconsente**, la conferma può essere fatta anche su un mezzo durevole e **la relativa sottoscrizione e accettazione deve avvenire in tal caso con firma digitale o altro mezzo equivalente**;
- il novellato art. 63 del Codice del Consumo introduce il **“passaggio del rischio”**, in caso di perdita o danneggiamento **nella spedizione dei beni dal professionista al consumatore**. L’espressione “entra materialmente in possesso dei beni” fa sì che il rischio venga trasferito al consumatore solo nel momento in cui egli abbia ricevuto i beni;
- qualora il professionista utilizzi una linea telefonica ad hoc (numerazione a pagamento) allo scopo di essere contattato dal **consumatore**, quest’ultimo **non è tenuto a pagare più della tariffa di base per le normali chiamate**;
- con la modifica dell’art. 65 del Codice del Consumo viene altresì vietato lo stratagemma della selezione di default del pagamento supplementare, oltre alla remunerazione concordata, per opzioni extra (es. oltre al biglietto del treno cercano di venderti il pacchetto per il noleggio di un’auto). Pertanto **il professionista dovrà chiedere il consenso espresso del consumatore per qualsiasi pagamento supplementare**.

Concludendo si può dire che questo Decreto aggiunge un importante tassello per lo sviluppo del commercio elettronico in Italia. Attualmente è all’esame della Camera, ma **si prevede la sua entrata in vigore e, dunque, la sua applicazione ai contratti conclusi dopo il 13 giugno 2014**.

¹ Cfr. Considerando 7 della Direttiva.

² Vedi, ora, gli articoli da 45 a 49 e da 62 a 67 del decreto n. 206/2005.

3 Si vedano in argomento gli articoli da 50 a 58 del decreto n. 206/2005.

4 Attualmente non ancora pubblicato in Gazzetta Ufficiale

5 Art. 1326 c.c., *“Il contratto è concluso nel momento in cui chi ha fatto la proposta ha conoscenza dell'accettazione dell'altra parte”*.

6 Attualmente di 10 giorni (art. 64, Codice del Consumo).

7 Nel regime previgente il termine è di 60 giorni per i contratti negoziati fuori i locali commerciali e di 90 giorni per i contratti a distanza (art. 65, Codice del Consumo).