

Statutory provisions relating to E-Commerce

Avv. Maurizio Iorio (Attorney at Law)

In this article I shall introduce and examine the main rules governing e-commerce, as well as some legal issues - including environmental ones - relating to current regulations, among which must be mentioned the lack of a single, homogeneous consolidated law, the insufficient European harmonization and the non-existence of an international regulatory framework applying to operators established outside the EU.

I must first clarify that the legislation relating to sales via the Internet - which is the specific subject of this article - differs from the statutory provisions applying to “**Contracts negotiated away from business premises**” (i.e., door-to-door sales, by mail/catalogue, in public areas, during organized events, covered by Articles 45 to 49 of the Italian Codice del Consumo - or Consumer Code, hereafter “CdC”), and constitutes only one of the several types of “**Distance Contracts**” governed by the CdC (being the other distance contracts, covered by Articles 50 to 67, telephone sales, by fax and via TV).

For simplicity, I shall examine the various issues related to e-commerce through the usual system of questions and answers.

IS THERE A MODEL LAW ON ELECTRONIC COMMERCE?

The answer to this question is certainly not. In fact, the regulations on e-commerce are, so to speak, “spread” in at least three legislative texts: **(1)** the aforesaid Articles 50 to 67 of the CdC; **(2)** the Legislative Decree No 70 of 9 Apr 2003 on electronic commerce, issued to implement Directive 200/31/EC “on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market” (which applies to both business-to-business (B2B) and business-to-consumers (B2C) transactions and that expressly for this purpose is recalled by Article 68 of the CdC); and **(3)** some articles (namely 5-10-18) of Legislative Decree No 114 of 31 Mar 1998 (so-called “Bersani Decree”) on the “Reform of the legislation relating to the commercial sector”. With regard to WEEE compliance (more on which later) it is necessary to refer to the related provisions of law (Legislative Decree No 151 of 25 Jul 2005) and to the Ministerial Decree 65/2010 which regulates the simplified method for managing waste from electrical and electronic equipment. **ARE THE STATUTORY PROVISIONS RELATING TO E-COMMERCE INTERNATIONALLY HARMONIZED?**

The answer, a little paradoxically, is no: the CdC applies only in Italy and, as regards the aforesaid Legislative Decree No 70 of 9 Apr 2003 on electronic commerce are, on the one hand, excluded from its scope entities established in countries outside the EU (Article 1.2) and, on the other, there are quite a few hamstrings as to the possibility of taking action against those residing outside Italy (but in the EU), given that the provisions regarding its scope “*may not restrict the free movement of information society services from a provider established in another Member State ...*” (Article 3.2), with however some limitations for reasons of public order, protection of public health, public security, protection of consumers/investors, etc. (Article 5.1): in all these cases the Italian authorities must (i) request the Member State where the operator is established to take measures, (ii) notify this occurrence to the European Commission, (iii) and, if necessary, take appropriate measures (which, in case of emergency are immediately implementable), but only in relation to that part of the e-commerce activity taking place in Italy (Articles 5.3 and 6).

IS THERE ANY PRIOR AUTHORIZATION REQUIRED FOR CARRYING OUT ELECTRONIC COMMERCE?

Strictly speaking, we cannot really talk of a true and proper prior authorization. In fact the law states that “*Access to a provider of an information society service and its exercise are not subject, as such, to prior authorization...*” (Article 6.1, Legislative Decree 70/2003).

Nevertheless, anyone carrying out e-commerce must still meet the specific requirements foreseen for all those engaged in a commercial activity (see Article 5 of Legislative Decree 114/98: not having been declared bankrupt, not having been convicted of certain criminal offences or been subject to certain preventive measures, etc.).

In addition, fulfilment of these requirements and the starting of all distance selling activities must first be confirmed and notified “*... to the municipality in which the operator resides, if an individual, or head office*” (Article 18.1, Legislative Decree No 114 of 31 Mar 1998). In case of failed notification an administrative penalty shall be applied, which legitimacy has been confirmed by the Court of Cassation (judgment No. 12355 of 27 May 2009). Said notification to the municipality where the distance selling activity is going to be based must be made through the SCIA (Segnalazione Certificata di Inizio Attività, or Certified Declaration of Business Start-up) form, available from Council Offices and Chambers of Commerce throughout Italy.

WHAT ARE THE MOST SIGNIFICANT PROVISIONS OF THE LAW RELATING TO ELECTRONIC COMMERCE?

The most substantive content of the provisions examined here - which main purposes are transparency, information and special protection to consumers, who in the case of e-commerce do not have direct knowledge or immediate contact with the seller - consists in the obligation to provide, in various stages, detailed information on the service, on the rights of the recipient and on the manner in which orders are implemented.

In not wanting to confuse the reader and for simplification's sake, we can say that there are 3 information obligations to be met: (1) **Notification prior to starting the activity** (as just above said); (2) **Compulsory information, both general and specific to be made available to the potential buyer on the website before placing the order**; (3) **Specific information to be provided by email to each buyer after the order has been made.**

Another major factor, typical of distance selling and of sales away from business premises, is constituted by the purchaser's right of withdrawal, which will be discussed shortly.

WHAT INFORMATION MUST BE MADE AVAILABLE ON THE WEBSITE BEFORE THE ORDER IS PLACED?

(1) General information requirements: The up-to-date general compulsory information to be permanently shown *on the website*, mainly refer to (I shall omit some for conciseness reasons): **(a) the identity of the service provider** (name, business name, domicile or registered office address, telephone, email, Economic Administrative Index (REA) and Companies Register numbers, etc.); **(b) the indication of prices and tariffs, taxes, delivery costs and any associated costs**; **(c) the existence of a right of withdrawal or the exclusion of such right** (this latter case only in those circumstances strictly provided by law) with **indication as to the manner and time for collecting or returning the goods in case of withdrawal.**

(2) Information aimed at the conclusion of the contract: There are also some further information that must necessarily be provided only in case the contract is concluded through the website (for instance, by filling in the online fields provided for the purpose) and NOT if the order has been placed and accepted via the direct and individual exchange of emails. Such information relate to: (a) **the contract** (i.e., the different technical steps to follow to conclude the contract, the way in which the contract will be filed and how it may be accessed, the general conditions of the contract, which must “ *...be made available to the recipient in such a*

way as to allow him to store and reproduce them “); (b) **the correction of errors** (i.e., the technical means available to the recipient to identify and correct errors in data entry prior to submitting the order); (c) **other minor data** (available languages, adopted codes of conduct, means of dispute settlement).

WHAT ONLINE INFORMATION MUST BE PROVIDED AFTER THE ORDER IS PLACED?

Once the order has been received “ *...the service provider must, without undue delay and by electronic means, acknowledge receipt of the recipient’s order containing a summary of the general and specific conditions of the contract, the information concerning the essential characteristics of the goods or services and detailed indication of the price, terms of payment, the right of withdrawal, delivery costs and applicable taxes...*” (Article 13, Legislative Decree 70/2003).

In addition, at the time of or before implementing the order, consumers must also be provided with information regarding: (a) the guarantee/after sale service and (b) the geographical address of the supplier to which complaints may be addressed (Article 53 of CdC).

Also in this case, information (save for the general contractual conditions) are not necessary in the case of contracts concluded via the **individual** exchange of emails or the like.

ARE THERE ANY OTHER RULE ON THE EXECUTION OF THE CONTRACT OF SALE?

- The order must be implemented within 30 days after that upon which the consumer has placed the order; in the event of non-compliance with said deadline, even if this is due to a temporary unavailability of the product, the seller must inform the consumer and refund any sums already received, in being precluded the possibility (unless the consumer agrees otherwise) of supplying a different product even if it is of equivalent or superior value and quality (Article 54, CdC).

- It is prohibited any unsolicited supply, which constitutes unfair practice towards consumers and as such sanctioned by law. In any case “ *...the lack of any response shall not be understood as consent from the consumer*” who is consequently not accountable for any payment (Article 57, CdC).

- The risk due to online frauds to the detriment of the consumer is in the first instance borne by the credit/charge card issuer, which as a rule “*is required to reimburse consumers ... any amounts in excess of the agreed-upon purchase price ...or payments made through the fraudulent use of the card...*”, save for subsequently charging the e-commerce trader for the same amounts credited to the consumer (Art. 56.2, CdC).

IS A RIGHT OF WITHDRAWAL FORESEEN FOR THE CONSUMER?

- The consumer can withdraw from the contract without penalty and without having to provide any justification within **10 days** from receipt of the goods, or from the signing of the contract in the case of services. Furthermore, in particular cases in which the seller has not communicated within 3 months the aforementioned information to be provided after the order is placed, the time period for withdrawal is extended to **90 days** from, also in such case, receipt of the goods or, in the case of services, from the signing of the contract.

- If the consumer exercises the right of withdrawal, any consumer credit contract taken in connection with the purchase shall be resultantly cancelled by law, without any penalty or further obligation on the part of the consumer.

Finally, it is worth reminding the reader that, unless otherwise agreed, there are cases in which the right of withdrawal cannot be exercised: when the execution of the contract has, with the consumer's agreement, begun before the expiration of the 7 days period from the signing of the contract; when the price is dependent on fluctuations in the financial market; when the good is a personalized or perishable product.

ARE E-COMMERCE TRADERS SUBJECT TO COMPLIANCE WITH THE ENVIRONMENTAL WEEE REGULATIONS FOR DISTRIBUTORS?

It should be noted that pursuant to the legislation on Waste Electrical and Electronic Equipment or WEEE (Legislative Decree 151/2005) “...*distributors shall ensure at the time of delivery of a new electrical or electronic equipment intended for a single household, to take back, on a one-for-one basis and free of charge, the used equipment/appliance, provided that this is of an equivalent type and fulfilled the same functions as the new one being supplied...*”

(Article 6.1.b). It must first be pointed out that with “Distributors” it is intended those enlisted in the Companies Register (as defined by Article 3.1.n) and consequently only those established in Italy and whom may use “...*third parties to act on their behalf*” (Article 6.1.c). As can be seen, no specific distinction is made between “distributors” operating from a point of sale and distributors operating e-commerce, as long as they both reside in Italy.

In addition, the Ministerial Decree No 65 of 8 Mar 2010 concerning the “*simplified method for managing WEEE by distributors*”, expressly adds in Article 1 that “... *the distributors, including those selling online or via TV, have the obligation to inform consumers about the free take back service, in a clear and immediately understandable form, also through notices with*”

easily readable characters placed in business premises”, as well as stating that, generally, the grouping of collected WEEE may also take place other than the point of sale (Articles 1.2 and 3.2.c) and that the facilities accorded to distributors for transport purposes also refer to “*third parties acting on their behalf*” (Article 2.1).

What emerges is a picture in which there seems to be a reasonable certainty that the “pick-up points” or collection points of products ordered online - possibly set-up by the distributors selling through e-commerce - should be used for taking back on a one-for-one basis the WEEE disposed by buyers, while there seems to be little doubt - but the question to me is not as equally clear-cut - as regards the obligation placed on all e-commerce traders (also in the absence of pick-up points or actual points of sale, albeit additional) to set-up collection systems for taking back WEEE against new products marketed at a distance.

Avv. Maurizio Iorio (Attorney at Law)

LA DISCIPLINA DI LEGGE CHE REGOLA GLI ACQUISTI EFFETTUATI ON-LINE

IN QUESTO ARTICOLO VENGONO INTRODOTTE ED ESAMINATE LE PRINCIPALI REGOLE CHE DISCIPLINANO L'E-COMMERCE NONCHÉ ALCUNE PROBLEMATICHE LEGALI - ANCHE AMBIENTALI - DELLA CORRELATIVA NORMATIVA, TRA CUI LA MANCANZA DI UN TESTO DI LEGGE UNICO E OMOGENEO, LA SCARSA ARMONIZZAZIONE EUROPEA E L'INESISTENZA DI UNA DISCIPLINA INTERNAZIONALE VALIDA PER GLI OPERATORI AVENTI SEDE AL DI FUORI DELLA UE.



MAURIZIO IORIO

Dalla partnership tra Marketplace e ANDEC prende vita questa rubrica, curata dall'Avvocato Maurizio Iorio, nel suo duplice ruolo di Avvocato Professionista in Milano e di Presidente di ANDEC. Su ogni numero affronteremo tematiche legali con particolare attenzione al mondo dell'elettronica. Ulteriori approfondimenti sul sito: www.andec.it. Mentre sulla Web page di Maurizio Iorio (www.avvocatoiorio.it) si trova la rubrica tradotta anche in inglese e francese.

È utile chiarire che la normativa sulla vendita

tramite internet – a cui è circoscritto il presente articolo – si distingue dalla disciplina di legge relativa ai “Contratti negoziati fuori dei locali commerciali” (ossia: vendita a domicilio, tramite corrispondenza/a catalogo, in area pubblica, durante escursioni programmate, di cui agli artt. da 45 a 49 del Codice del Consumo) e costituisce solo una delle diverse tipologie di “Contratti a Distanza” disciplinati dal Codice del Consumo (gli altri contratti a distanza, di cui agli artt. da 50 a 67, sono: la vendita telefonica, a mezzo telefax, la televendita).

Nell'esaminare le varie questioni legate all'e-commerce, l'esposizione avverrà tramite l'usuale sistema di domande e risposte, per una migliore chiarezza illustrativa.

C'È UNA DISCIPLINA DI LEGGE ORGANICA SUL COMMERCIO ELETTRONICO?

La risposta a questa domanda è certamente no. Infatti la normativa sull'e-commerce è, per così dire, “sparsa” in almeno tre testi legislativi: (1) il Codice del Consumo, agli articoli 50/67 d'anziché ricordati; (2) il Dlgs. 9.04.2003 n. 70 sul commercio elettronico, emanato in attuazione della Direttiva 200/31/CE “relativa ad alcuni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno” (che si applica sia alle transazioni B2B che a quelle B2C ed è, a tal fine, espressamente richiamato dall'art. 68 del Codice del Consumo); (3) alcuni articoli (5-10-18) del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (“decreto Bersani”) sulla “Riforma della disciplina relativa al settore del commercio”.

Quanto agli adempimenti RAEE, di cui si dirà, occorre fare riferimento alla correlativa normativa di legge (D. Lgs 25.07.2005 n.151) ed al DM 65/2010 sulle “facilitazioni” alla distribuzione.

LA DISCIPLINA DI LEGGE SULL' E-COMMERCE È ARMONIZZATA A LIVELLO INTERNAZIONALE?

La risposta è, un po' paradossalmente, no: il Codice del Consumo si applica solo in Italia e, quanto al citato Dlgs. 9.04.2003 n. 70 sul commercio elettronico, da una parte sono esclusi dal campo di applicazione i soggetti residenti in paesi allocati al di fuori dell'UE (art. 12) e dall'altra esistono non pochi lacci e laccioli quanto alla possibilità di prendere provvedimenti nei confronti di quelli residenti al di fuori dell'Italia ma nella UE, posto che è fatta salva la “... libera

“La normativa sull’e-commerce è sparsa in almeno tre testi legislativi: il Codice del Consumo, il Dlgs 9.04.2003 n.70 sul commercio elettronico e gli articoli 5-10-18 del Decreto Bersani”.

circolazione dei servizi della società dell’informazione provenienti da un prestatore stabilito in un altro stato membro...”(art. 3.2.), con tuttavia alcuni limiti in materia di tutela dell’ordine pubblico, della salute pubblica, della pubblica sicurezza, della tutela di consumatori/investitori ecc. (art. 5.1.): in tutti questi casi l’autorità italiana deve (i) chiedere provvedimenti allo Stato membro di residenza dell’operatore, (ii) notificare la situazione alla Commissione europea, (iii) e quindi adottare gli opportuni provvedimenti (che sono subito adottabili, in caso di urgenza) ovviamente quanto alla sola parte di attività pertinente l’e-commerce che avviene in Italia (art. 5.3 e art. 6).

PER ESERCITARE IL COMMERCIO ELETTRONICO , OCCORRE UNA QUALCHE AUTORIZZAZIONE PREVENTIVA?

Non si può parlare di una vera e propria autorizzazione preventiva. La legge stabilisce infatti che “L’accesso all’attività di prestatore di un servizio della società dell’ informazione e il suo esercizio non sono soggetti, in quanto

tali, ad autorizzazione preventiva...” (art. 61. Del D. Lgs. 70/2003). Tuttavia, chi svolge attività di e-commerce deve pur sempre possedere i requisiti all’uopo previsti per tutti coloro che svolgono attività commerciale (vedasi art. 5 del D. Lgs 114/98: non essere dichiarati falliti, non avere subito certe condanne penali né essere stati sottoposti a determinate misure di prevenzione, ecc.). Inoltre, il possesso di tali requisiti e l’inizio di tutte le attività di vendita a distanza deve essere preventivamente confermato e comunicato “... al comune nel quale l’esercente è residente, se persona fisica, o sede legale”(D. Lgs 70/2003 art. 18 c. 1).

In caso di mancata comunicazione si applica una sanzione amministrativa, la cui legittimità è stata confermata anche dalla Corte di Cassazione (Cass. S. 27.05.2009 n. 12355). La suddetta comunicazione va effettuata tramite SCIA (Segnalazione Certificata di Inizio Attività) al comune dove l’interessato sceglie di avviare la sua attività di vendita a distanza, con un apposito modulo disponibile presso i comuni e le Camere di Commercio.

QUAL È IL CONTENUTO PIÙ SIGNIFICATIVO DELLA DISCIPLINA DI LEGGE IN MATERIA DI COMMERCIO ELETTRONICO?

Il contenuto più pregnante della normativa in esame - che persegue scopi di trasparenza, informazione e tutela particolare dell’acquirente, che nel caso di e-commerce non può avere una conoscenza diretta né un contatto immediato col venditore - consiste nell’onere di fornire, in vari stadi, dettagliate informazioni sul prestatore di servizi, sui diritti del destinatario, sulle modalità di esecuzione degli ordini. Per non confondere il lettore, con uno sforzo di semplificazione, si può dire che sussistono 3 oneri informativi: (1) Comunicazione preventiva all’attività (di cui abbiamo appena detto); (2) Informazioni obbligatorie, sia generali sia specifiche da fornire al potenziale acquirente sul sito web prima dell’ordine; (3) Informazioni specifiche da fornire ad ogni acquirente a mezzo e-mail dopo l’ordine. Costituisce inoltre un altro elemento rilevante, tipico delle vendite a distanza e di quelle fuori dei locali commerciali, il diritto

di recesso riconosciuto all’acquirente.

QUALI SONO LE INFORMAZIONI DA FORNIRE SUL SITO WEB GIÀ PRIMA DELL’ORDINE?

(1) Informazioni generali obbligatorie: Le informazioni generali obbligatorie da riportare in modo permanente e aggiornato sul sito web, si riferiscono, sostanzialmente (ometto alcune informazioni per motivi di sinteticità): (a) all’Identificazione del prestatore di servizi (nome, denominazione soc.domicilio, sede/ indirizzo; telefono, posta elettronica/ numero iscr. REA – Reg. Imprese ecc.) (b) all’indicazione di prezzi e tariffe, con oneri fiscali, costi di consegna ed altri costi accessori; (c) all’esistenza del diritto di recesso o esclusione dello stesso (in tale ultimo caso nelle sole ipotesi tassativamente previste dalla legge) con modalità tempi per ritiro o la restituzione bene nel caso di recesso. (2) Informazioni dirette alla conclusione del contratto: seguono poi alcune informazioni che devono essere necessariamente fornite solo nel caso in cui il contratto venga concluso attraverso

“Ricevuto l’ordine il prestatore deve accusare una ricevuta contenente un riepilogo delle condizioni generali e particolari applicabili al contatto, le informazioni sulle caratteristiche del bene e l’indicazione del prezzo”.



il sito web (ad esempio tramite compilazione dei campi informatici all’uopo predisposti) e NON qualora l’ordine sia stato piazzato ed accettato tramite scambio di corrispondenza e-mail diretta ed individuale; tali informazioni riguardano: (a) il contratto (= le varie fasi tecniche da seguire per la conclusione del contratto/ il modo in cui il contratto sarà archiviato e le modalità di accesso/le condizioni generali di contratto, le quali devono “... essere messe a disposizione del destinatario in modo che gli sia consentita memorizzazione

e riproduzione”); (b) la correzione degli errori (= i mezzi tecnici messi a disposizione del destinatario per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati prima di inoltrare l’ordine); (c) altri dati minori (lingue a disposizione/ codici di condotta cui si aderisce ed accesso/ strumenti composizione controversie).

QUALI SONO LE INFORMAZIONI DA FORNIRE VIA WEB SUCCESSIAMENTE ALL’ORDINE?

Ricevuto l’ordine, “... il

prestatore deve, senza ingiustificato ritardo e per via telematica, accusare ricevuta dell’ordine del destinatario contenente un riepilogo delle condizioni generali e particolari 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 dei tributi applicabili...” (D. Lgs. 70/2003 , art. 13).
Vanno inoltre comunicate (prima o al momento dell’esecuzione dell’Ordine):

(a) le informazioni sulla garanzia–assistenza e (b) l’indirizzo geografico del fornitore per reclami (Codice del Consumo, art. 53).
Anche in questo caso, le informazioni (salvo le condizioni generali di contratto), non sono necessarie nel caso di contratti conclusi individualmente mediante scambio di messaggi di posta elettronica o simili.

CI SONO ALTRE REGOLE SULL’ ESECUZIONE DEL CONTRATTO DI VENDITA?

- L’ordine va eseguito entro 30 giorni decorrenti da quello successivo a quello in cui il consumatore lo ha comunicato; nel caso di mancata esecuzione, dovuta ad indisponibilità anche temporanea del prodotto, il venditore deve informare il consumatore e rimborsargli il prezzo, essendogli preclusa la possibilità (salvo accordo col consumatore) di fornire un prodotto diverso anche se equivalente o di valore superiore (art. 50 Cod. Consumo).
- È vietata la fornitura non richiesta, che costituisce pratica sleale nei confronti del consumatore, sanzionata dalla legge. In ogni caso “l’assenza di risposta non implica consenso del consumatore” che non è

“L’acquirente può recedere dal contratto, senza alcuna penalità e senza dover allegare alcuna giustificazione, nel rispetto del termine di 10 giorni decorrenti dal ricevimento dei beni”.

pertanto tenuto a pagare alcun corrispettivo (art. 57 Cod. Consumo).

- Il rischio dovuto a frodi informatiche a danno del consumatore è in prima battuta a carico dell’istituto che ha emesso la carta di credito/di pagamento, che è tenuto di regola a rimborsare al consumatore “l’eccedenza sul prezzo pattuito ovvero l’effettuazione... di pagamenti... mediante l’uso fraudolento della carta...” ma è alla fine sopportato dall’e-trader al quale l’istituto bancario ha diritto di riaddebitare le correlative somme, accreditate al consumatore (art. 56 n. 2 Cod. Consumo).

È PREVISTO UN DIRITTO DI RECESSO A FAVORE DELL’ ACQUIRENTE ?

- L’acquirente può recedere dal contratto, senza alcuna penalità e senza dover allegare alcuna giustificazione, nel rispetto del termine di 10 giorni decorrenti dal ricevimento dei beni (nel caso di servizi, dalla stipula del contratto) o, in casi particolari, in cui non sono state trasmesse dal venditore, entro almeno 3 mesi, le comunicazioni/informazioni successive all’ordine di cui si è detto, nel termine di 90 giorni decorrenti, anche in tale

ipotesi, dal ricevimento dei beni o, se si tratta di servizi, dalla stipula del correlativo contratto.

- Se il consumatore esercita il diritto di recesso, l’eventuale contratto di credito al consumo che egli abbia stipulato per far fronte all’acquisto è risolto a sua volta di diritto, senza che alcuna penalità sia dovuta da parte del consumatore. Da ricordare, infine, che salvo patto contrario, ci sono casi in cui il diritto di recesso non è esercitabile (nel caso di esecuzione del contratto iniziata con l’accordo del consumatore, prima che siano scaduti 7 giorni dalla stipula del contratto; quando il prezzo è legato a fluttuazioni del mercato finanziario; quando il prodotto consista in una confezione su misura personalizzata o che, per sua natura non può essere rispedita in quanto in pericolo di deterioramento).

GLI E-TRADERS SONO SOGGETTI AGLI ADEMPIMENTI AMBIENTALI RAEE DEI DISTRIBUTORI?

Va ricordato che ai sensi della normativa sui Rifiuti di Apparecchi Elettrici ed Elettronici o RAEE (D.Lgs 151/2005), “... i distributori assicurano al

momento della fornitura di una nuova apparecchiatura elettrica o elettronica destinata ad un nucleo domestico, il ritiro gratuito, in ragione di uno contro uno, dell’apparecchiatura usata, a condizione che la stessa sia di tipo equivalente ed abbia svolto le stesse funzioni della nuova apparecchiatura fornita...” (art. 6 n. 1, c). Va precisato, anzitutto, che i “Distributori” di cui si parla sono quelli iscritti nel Registro delle Imprese (come precisato all’art. 3 n. 1, n) e pertanto solo quelli aventi sede in Italia e che i medesimi possono avvalersi “... di terzi che agiscono in loro nome” (art. 6, n. 1, d). Come si vede, non viene fatta alcuna espressa distinzione tra “distributori” che operano tramite un punto vendita e distributori che operano il commercio elettronico, purché residenti entrambi in Italia. Inoltre, Il Decreto Ministeriale n. 65 dell’8 marzo 2010, concernente le “modalità semplificate di gestione dei RAEE da parte dei distributori” aggiunge espressamente, all’ art. 1 che “... I distributori, compresi coloro che effettuano televendite o vendite elettroniche, hanno l’obbligo di informare i consumatori sulla gratuità del ritiro,

con modalità chiare e di immediata percezione, anche tramite avvisi posti nei locali commerciali con caratteri facilmente leggibili”; si stabilisce inoltre - generalmente - che il raggruppamento dei RAEE ritirati può avvenire anche in luogo diverso dal punto vendita (art. 1 n. 2 ; art. 3 n. 2 , c) e che le facilitazioni riconosciute ai distributori ai fini del trasporto si riferiscono anche ai “terzi che agiscono in loro nome” (art. 2 , n. 1). Ne emerge un quadro nel quale sembra esserci la ragionevole certezza che i “pick-up point” o punti di ritiro dei prodotti ordinati via web, eventualmente istituiti dai distributori che vendono tramite commercio elettronico, debbano essere utilizzati per la raccolta 1 contro 1 dei RAEE eventualmente conferiti dagli acquirenti, mentre sembrano esserci pochi dubbi - ma la questione non è a mio avviso altrettanto pacifica - circa l’obbligo posto in capo a tutti gli e-traders (anche in assenza di pick-up point o di veri e propri punti vendita, seppur accessori) di organizzare sistemi di ritiro dai RAEE restituiti a fronte dei prodotti nuovi commercializzati a distanza.

