

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.



Disciplina di legge che regola gli acquisti effettuati on line

Avv. Maurizio Iorio

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 ed omogeneo , la scarsa armonizzazione europea e l' inesistenza di una disciplina internazionale, valida per gli operatori aventi sede al di fuori della UE

E' utile chiarire preventivamente 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' E' 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 dianzi 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 E' 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'a UE (art. 1.2.) 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 é fatta salva la “ ... *libera 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 , se necessario , 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. 6.1. 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 31.03.1998 n. 114 , 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' E' IL CONTENUTO PIU' 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 che 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 , di cui si dirà tra poco .

QUALI SONO LE INFORMAZIONI DA FORNIRE SUL SITO WEB GIA' PRIMA DELL' ORDINE ?

(1) Informazioni generali obbligatorie : Le informazioni generali obbligatorie da riportare in modo permanente ed 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 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. 54 Cod. Consumo) .

- E’ 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 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) .

E' 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 sia no 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 od 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 , b) . 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 , c) . 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 é 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 .