

I CONTENUTI

Online le informazioni
su prezzi, tariffe
e costi di spedizione

Finocchiaro e Ratti ▶ pagina 6

Il sito**GLI OBBLIGHI**

Indicazioni certe sul prezzo e sulla durata dell'accordo

**I professionisti
devono indicare
i dati relativi
all'Ordine
di appartenenza**

PAGINA A CURA DI
**Giusella Finocchiaro
Matilde Ratti**

■ L'utilizzo del sito Internet come vetrina per gli imprenditori e per i professionisti è ormai pratica diffusa. Ma meno noto è che il sito Internet deve contenere una serie di informazioni, obbligatorie per legge.

La normativa applicabile alle attività economiche svolte online è di fonte europea. Si tratta del Dlgs 70/2003 che ha dato attuazione alla direttiva europea 2000/31/CE sul commercio elettronico. La norma è applicabile sia ai contratti business to business, sia a quelli conclusi con il consumatore.

La disciplina generale

In particolare, l'articolo 7 del decreto prevede che il prestatore del servizio (società o persona fisica) debba fornire un elenco di informazioni generali al destinatario. Fatti salvi gli obblighi informativi previsti per alcuni specifici beni e servizi, nonché gli obblighi imposti dalla normativa in materia di privacy (in Italia costituita dal Codice per la protezione dei dati personali, il Dlgs 196/2003), devono essere fornite le informazioni che permettano di identificare correttamente il titolare del sito Internet, quali il nome, la sede e la partita Iva. È inoltre obbliga-

Le informazioni

Principali informazioni sul sito Internet per i contratti business to consumer, fatte salve le previsioni in materia di privacy

1. Caratteristiche principali dei beni o servizi
2. Identità del professionista
3. Indirizzo geografico e i contatti del professionista
4. Prezzo totale dei beni o dei servizi comprensivo delle imposte
5. Modalità di pagamento, consegna e esecuzione
6. Trattamento dei reclami
7. Esistenza o meno del diritto di recesso e le condizioni di esercizio
8. Eventuali informazioni sul costo della restituzione in caso di recesso
9. Esistenza della garanzia legale di conformità per i beni
10. Durata del contratto

torio indicare un indirizzo di posta elettronica e gli estremi che permettono di contattare il titolare del sito Internet con facilità. Devono poi essere riportati in modo chiaro ed inequivocabile i prezzi e le tariffe dei servizi o dei beni offerti, specificando se gli importi indicati siano comprensivi o meno di imposte e costi aggiuntivi. Per i siti Internet dei professionisti, devono inoltre essere presenti le indicazioni relative all'Ordine di appartenenza e il titolo professionale. Tutte le informazioni devono essere costantemente aggiornate e fornite in modo facilmente accessibile sulla pagina Internet.

Informazioni ai consumatori

Qualora ci si rivolga ai consumatori, occorre aggiungere ulteriori informazioni. La disciplina applicabile al commercio elettronico



co è quella prevista dal Codice del consumo, il Dlgs 206/2005. Gli accordi conclusi online rien-

I DATI ESSENZIALI

Devono essere chiari il titolare dello spazio web, la sede e la partita Iva insieme con le coordinate per i contatti

trano tra i cosiddetti contratti a distanza, quei contratti conclusi senza la simultanea presenza delle parti. Dunque, il consumatore deve ricevere sul sito Internet in maniera chiara e comprensibile le informazioni relative all'identità del professionista, all'indirizzo geografico di questi, al prodotto offerto, al prezzo richiesto, alle modalità di pagamento e di consegna. Se esistono spese aggiuntive per la spedizione

■ SELPRESS ■
www.selpress.com

ne o la consegna delle merci e il professionista omette di menzionarle, il consumatore non è tenuto a sostenerle. La stessa regola vale anche per gli eventuali costi di restituzione del bene acquistato. Il consumatore deve inoltre essere informato delle modalità con cui è possibile esercitare il diritto di recesso dal contratto, ove previsto.

Il Codice del consumo prevede che tutte le informazioni debbano essere visionabili dal consumatore prima del perfezionamento del contratto. Ovviamente, tutte le indicazioni presenti sul sito Internet sono vincolanti per il professionista, in quanto, al momento della conclusione dell'accordo online, divengono a tutti gli effetti parte integrante del contratto.

Infine, ad ulteriore tutela del consumatore, il Codice del consumo prevede che l'onere della prova circa l'avvenuto adempimento degli obblighi di informazione precontrattuale incomba sul professionista.

Sarà questi, in sede di contenzioso, a dover dimostrare di aver fornito al consumatore tutte le informazioni previste per la contrattazione online.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Marketing. Va indicato nell'oggetto se si tratta di proposte di sconti o concorsi a premi

L'e-mail o l'sms devono essere «trasparenti»

■ L'utilizzo di e-mail, sms, newsgroup, chat e altri mezzi elettronici per raggiungere clienti e comunicare a fini commerciali è un fenomeno rilevante dal punto di vista legale sotto più profili. In linea generale, fatti salvi gli obblighi deontologici, alle comunicazioni commerciali inviate nell'ambito di un'attività economica svolta online, sono applicabili alcune disposizioni contenute nel Dlgs 70/2003.

Le comunicazioni commerciali devono contenere, sin dal primo invio, alcune informazioni obbligatorie. Deve essere direttamente individuabile la persona o la società per conto della quale la comunicazione è effettuata e deve immediatamente potersi evincere che si tratta di comunicazione commerciale. Poi deve essere indicato se la comunicazione costituisce un gioco, un concorso o un'offerta promozionale.

Ad esempio, nell'oggetto della e-mail o nelle prime righe di un sms può essere indicato che si tratta di proposte di sconti o di concorso a premi.

Le comunicazioni non sollecitate

Nel caso in cui la comunicazione commerciale trasmessa via posta elettronica non sia stata richiesta dal destinatario, si applicano alcune disposizioni a tutela della privacy del ricevente. Il messaggio, oltre ad essere identificabile come comunicazione commerciale in modo chiaro e inequivocabile, deve contenere l'indicazione che il destinatario potrà opporsi a ricevere tali comunicazioni in futuro. In caso di contraddittorio, la prova che la comunicazione commerciale era stata sollecitata dal cliente è a carico del prestatore del servizio.

LO SBARRAMENTO

La telefonata ai fini di vendita o per ricerche di mercato è consentita solo nei confronti di chi non è iscritto al Registro pubblico delle opposizioni

citata dal cliente è a carico del prestatore del servizio.

La protezione dei dati personali

Ferma restando l'applicazione delle norme esaminate, va ricordato che l'invio di comunicazioni commerciali via e-mail o sms costituisce un trattamento di dati personali ai sensi della normativa sulla privacy. Numero telefonico o indirizzo e-mail del destinatario rientrano nell'ampia definizione di dato personale fornita dal Codice sulla protezione dei dati personali. Secondo il Codice, l'invio di messaggi di posta elettronica, mms, sms o di messaggi di

tipo automatizzato per vendita diretta o comunicazione commerciale è consentito solo con il consenso del destinatario. Ma se questi è già cliente e ha fornito il suo indirizzo di posta elettronica, il titolare del sito Internet può inviare e-mail per la vendita di prodotti o servizi analoghi a quelli già acquistati. È in ogni caso obbligatorio informare adeguatamente il cliente, e questi può sempre opporsi all'utilizzo del suo indirizzo e-mail.

Le telefonate a fini commerciali

Qualora le comunicazioni commerciali siano effettuate tramite l'ausilio di telefonate, il regime previsto dalla normativa privacy è quello dell'opt out. Con il Dpr 178/2010 è stato istituito il Registro pubblico delle opposizioni con il quale gli abbonati agli elenchi telefonici possono esercitare il diritto di opt out. La comunicazione telefonica ai fini commerciali, promozionali o per il compimento di ricerche di mercato è consentita solo nei confronti di chi non risulta iscritto al Registro. In caso di violazione del diritto di opporsi alla ricezione di chiamate telefoniche a fini commerciali o promozionali, il Codice di protezione dei dati personali prevede una sanzione che va da 10 mila a 120 mila euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Difesa della privacy

01 | TUTELA DATI PERSONALI

Occorre ricordare che l'invio di comunicazioni commerciali attraverso e-mail o sms costituisce un trattamento di dati personali ai sensi della normativa in materia di privacy. Il numero telefonico o l'indirizzo e-mail del destinatario rientrano nella definizione fornita dal Codice in materia di protezione dei dati personali.

02 | CONTATTI NON RICHIESTI

Nel caso di comunicazioni commerciali non richieste dal destinatario si applicano le tutele sulla privacy del ricevente. In caso di contraddittorio, la prova che la comunicazione era stata sollecitata dal cliente è a carico di chi presta il servizio.