

Principi in tema di e.commerce e tutela del consumatore

Prof.ssa A. Busacca
Università Mediterranea
di Reggio Calabria





Mercato informatico e virtuale

- Globale
- A-temporale
- A-spaziale



Richiede
una regolamentazione che tenga conto
delle specificità



Contratto informatico/telematico

Accordi aventi rilievo giuridico costituiti tra soggetti collegati tra loro tramite strumenti informatici od attraverso la rete Internet (contratti virtuali)

Classificazioni:

- Contratti ad oggetto informatico
- Contratti a conclusione informatica/telematica



E-commerce

L'insieme delle
transazioni compiute
tramite strumenti
elettronici connessi in
Rete

Esecuzione del contratto

E-C diretto

E-C indiretto

Status contraenti:

B2B

B2C

PA2B

PA2C

P2P



Mobile commerce

- attraverso smartphone e tab
- obbligo – per il fornitore- di adeguare i percorsi informativi e le modalità di conclusione del contratto (dir.2011/83/UE)
- Entro il 2018 più del 50% delle transazioni sarà on line



Facebook Commerce

- Customer loyalty
- Customer advocacy
- Customer experience

- Applicabilità della normativa consumeristica?





Contratto on line

□ Formazione del contratto

- *procedimenti formativi tipici*
- *procedimenti formativi informatici*

□ Sottoscrizione del contratto

□ Valore del documento informatico



Point and click

- Pressione *del tasto negoziale virtuale*
- Accettazione delle clausole con apposita sottoscrizione (“cliccata”)
- Accettazione delle policies di trattamento dati personali
- Percorso informativo attraverso link o frame



....ma in ogni caso,

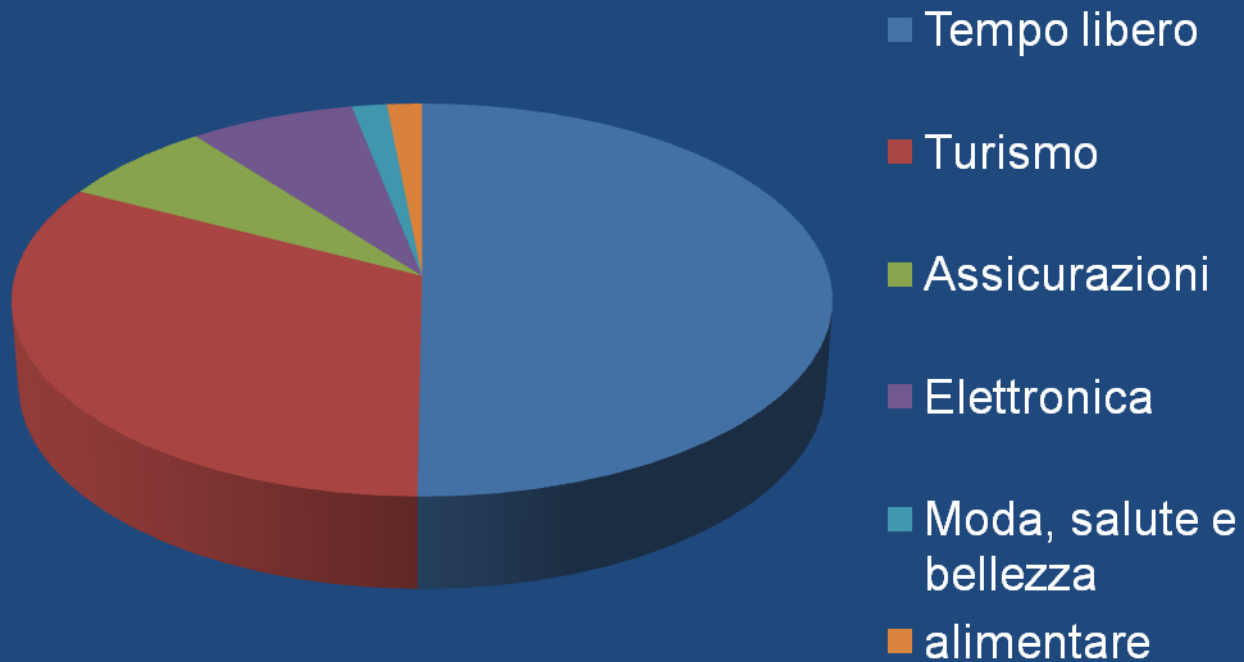
informazione fornita in tempo utile su
supporto durevole

Corte Giustizia, sez. III, 19.07.2012

il sito internet non può qualificarsi supporto durevole, dal momento che si tratta di una web form in progress, disponibile (*modificabile*) dal professionista

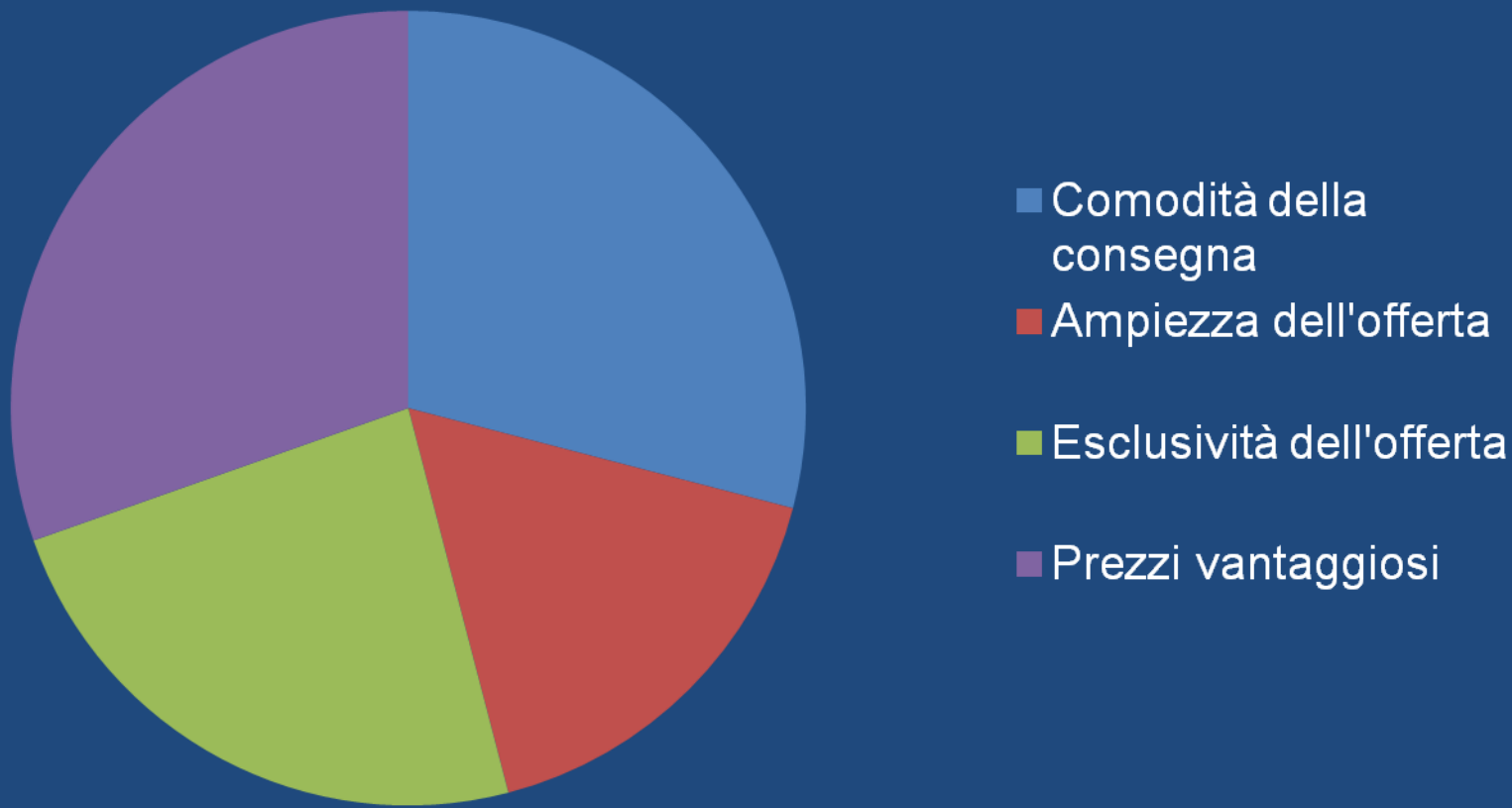
E.Commerce

Distribuzione del fatturato



La scelta dell'acquisto on line

Serie 1





Normativa di riferimento

- Dir. 2000/31/CE d.lgs.70/2003
 - Dir. 2002/65/CE d.lgs190/2005
 - D.lgs. 206/2005
 - Dir.2011/83/UE d.lgs.21/2014
-



Tutela del consumatore

Informazione
contrattuale

Diritto di
recesso

Accesso alla
giustizia



Direttiva 2011/81/UE

- Considerazione dei «contenuti digitali»
 - Rimodulazione degli obblighi informativi
 - Politiche di contrasto ai cd. «internet cost traps» (*button solution*)
 - Modalità digitali per l'esercizio del diritto di recesso
-



Art.8 c. I

Per quanto riguarda i contratti a distanza il professionista fornisce o mette a disposizione del consumatore le informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, **in modo appropriato al mezzo di comunicazione a distanza impiegato** in un linguaggio semplice e comprensibile. Nella misura in cui dette informazioni sono presentate su un supporto durevole, esse devono essere leggibili.



Art.8 c.II

Se un contratto a distanza che deve essere concluso con mezzi elettronici impone al consumatore l'obbligo di pagare, il professionista gli comunica in modo chiaro ed evidente le informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, lettere a), e), o) e p), direttamente prima che il consumatore inoltri l'ordine.

Il professionista garantisce che, al momento di inoltrare l'ordine, il consumatore riconosca espressamente che l'ordine implica l'obbligo di pagare. Se l'inoltro dell'ordine implica di azionare un pulsante o una funzione analoga, il pulsante o la funzione analoga riportano in modo facilmente leggibile soltanto le parole "ordine con obbligo di pagare" o una formulazione corrispondente inequivocabile indicante che l'inoltro dell'ordine implica l'obbligo di pagare il professionista. Se il professionista non osserva il presente comma, il consumatore non è vincolato dal contratto o dall'ordine.



Art.8 c. III e IV

- I **siti di commercio elettronico** indicano in modo chiaro e leggibile, al più tardi all'inizio del processo di ordinazione, se si applicano restrizioni relative alla consegna e quali mezzi di pagamento sono accettati.
- Se il contratto è concluso mediante un mezzo di comunicazione a distanza che consente uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni, il professionista fornisce, su quel mezzo in particolare e prima della conclusione del contratto, almeno le informazioni precontrattuali riguardanti le caratteristiche principali dei beni o servizi, l'identità del professionista, il prezzo totale, il diritto di recesso, la durata del contratto e, nel caso di contratti a tempo indeterminato, le condizioni di risoluzione del contratto, conformemente all'articolo 6, paragrafo 1, lettere a), b), e), h) e o). Le altre informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, sono fornite dal professionista in un modo appropriato conformemente al paragrafo 1 del presente articolo.



- Se in violazione dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera h), il professionista non fornisce al consumatore le informazioni sul diritto di recesso, il periodo di recesso d'informazione sul diritto di recesso dopo la fine del periodo di recesso iniziale, come determinato a norma dell'articolo 9, paragrafo 2.
- Se il professionista fornisce al consumatore le informazioni di cui al paragrafo 1 del presente articolo entro dodici mesi dalla data di cui all'articolo 9, paragrafo 2, il periodo di recesso scade quattordici giorni dopo il giorno in cui il consumatore riceve le informazioni.



I servizi web per il turismo

- Vendita diretta
- E.marketplace
- Portali turistici
- Sito vetrina
- Motori di ricerca
- Blog di viaggio
- Community
- Mailing list e newsletter



Prenotazione on line

- Offerta
- Richiesta disponibilità
- Conferma disponibilità
- Trasmissione dati
- Verifica dati e fattibilità
- Pagamento / Fatturazione
- Conferma pagamento
- Gestione scorte
- Sistema di pagamento
- consegna

Internet Vs Agenzie?

Verso la fine dell'intermediazione turistica?



L'agenzia di viaggio "on line"





I contratti di vendita di “pacchetti turistici on line”


- Artt.32-51 Codice del Turismo
 - “anche tramite un sistema di comunicazione a distanza” (art.33);
anche in via telematica (art.35)
 - Opuscoli informativi e materiali illustrativi divulgati per via telematica (art.38)
-

Tutela del consumatore

Informazione
contrattuale

Diritto di
recesso

Accesso alla
giustizia



Le clausole relative ai “servizi accessori”

- Specifica approvazione
 - Opzioni *opt-in*
-



La risoluzione delle controversie: le adr nel settore turistico

- Rapidità di tempi/ economicità dei costi
 - Mediation // Customer care
-



Alcuni punti critici dei merchant italiani

- ❑ Sito in lingua straniera : 30%
 - ❑ Operano solo in Italia: 45%
 - ❑ Operano tramite “sito-vetrina”
 - ❑ Scarsa presenza sui social
 - ❑ Scarsa utilizzazione m.commerce
 - ❑ Mancata utilizzazione adr
-

Le opzioni per un potenziamento

della presenza

- Social // Portali
- Siti istituzionali / Partnership
- Campagne mediatiche correlate ai gradi eventi

dell'efficienza

- Utilizzo delle lingue straniere
- Differenziazione delle offerte
- Servizi “opzionali” (collegati ad eventi, turismo culturale..)
- Disintermediazione