Diritto dell’era digitale

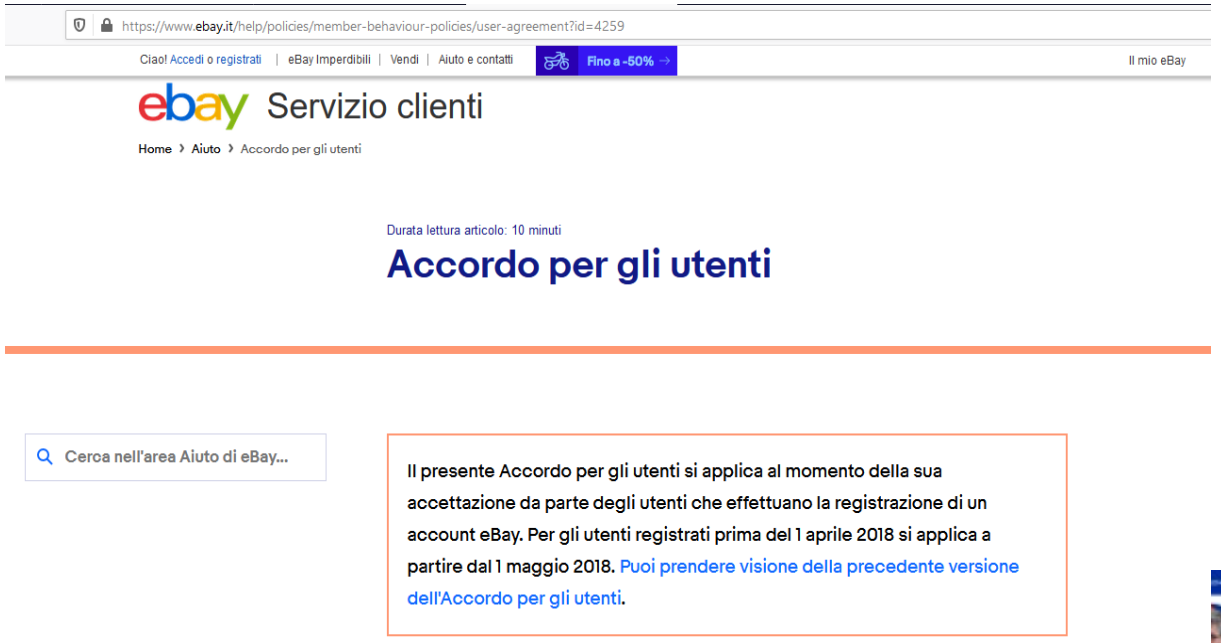
Lezione 11

Commercio elettronico

Prof. Giovanni Pascuzzi

Il caso

- La società Alfa svolge attività di commercializzazione tramite internet di prodotti di elettronica, informatica, modellismo, subacquea ed altro,
- In particolare, per vendere i propri prodotti utilizza la piattaforma virtuale di eBay.
- La società Alfa ha aperto il proprio “negozio virtuale” su eBay semplicemente seguendo la procedura on line descritta sul sito (c.d. point and click). In sostanza, cliccando sul tasto virtuale, ha aderito alle condizioni contrattuali unilateralmente predisposte da eBay.



Il caso (segue)

- Tra le clausole del detto regolamento contrattuale, una è denominata "abuso di ebay", e così recita:
- "*se ebay ritiene che un utente abbia compiuto azioni che possano comportare problemi, responsabilità legali o che tali azioni siano contrarie alle proprie regole, potrà, a mero titolo esemplificativo, limitare sospendere o interrompere i servizi e l'account dell'utente, vietare l'accesso al sito, ritardare o eliminare i contenuti salvati e prendere provvedimenti tecnici e legali per impedire a tale utente di accedere al sito*".
- Dopo un po' di tempo il gestore eBay attua una serie di restrizioni sino a giungere alla sospensione a tempo indeterminato dell'account della società Alfa
- Tale grave limitazione, equivalente negli effetti ad una risoluzione del contratto, avveniva senza previo avviso.

Il caso (segue)

- In particolare eBay sostiene che la sospensione dell''account era avvenuta legittimamente in ragione delle gravi e reiterate violazioni della società Alfa di una pluralità di regole previste nel regolamento contrattuale, relative, precisamente, al gradimento degli utenti, alla performance del venditore, alla offerta di oggetti vietati, ai metodi di pagamento, all'utilizzo di link non consentiti e al divieto di inserzioni di siti web personali o aziendali.

- Quid Iuris?
  - Come deve essere qualificato questo contratto per capire quale disciplina sia ad esso applicabile?
  - La clausola sull’abuso è davvero efficace tra le parti?
  - Il comportamento (rilevare l’inadempimento, applicare la sanzione) di eBay è corretto?

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

Il commercio elettronico

I computer e le reti telematiche possono essere utilizzati
per mettere in relazione soggetti, al fine di creare obbligazioni giuridicamente rilevanti.

DAL PUNTO DI VISTA ECONOMICO

- nuove prospettive offerte dall'e-commerce

DAL PUNTO DI VISTA GIURIDICO

- le regole create per transazioni effettuate nel mondo fisico possono operare nel mondo digitale? In che modo?

Definizione di Commercio elettronico:

Comunicazione della Commissione Europea COM(97) 157 del 15 aprile 1997

- Il commercio elettronico consiste nello svolgimento di attività commerciali per via elettronica.
- Basato sull'elaborazione e la trasmissione di dati (tra cui testo, suoni e immagini video) per via elettronica, esso comprende attività disparate quali:
  - commercializzazione di merci e servizi per via elettronica;
  - distribuzione on-line di contenuti digitali;
  - effettuazione per via elettronica di operazioni quali trasferimenti di fondi, compravendita di azioni, emissione di polizze di carico, vendite all'asta, progettazione e ingegneria in cooperazione;
  - on-line sourcing;
  - appalti pubblici per via elettronica,
  - vendita diretta al consumatore e servizi post-vendita.
- Il commercio elettronico comprende
  - prodotti (ad es., prodotti di consumo, apparecchiature specialistiche per il settore sanitario),
  - servizi (ad es., servizi d'informazione, servizi giuridici e finanziari),
  - attività di tipo tradizionale (ad es. l'assistenza sanitaria e l'istruzione)
  - e di nuovo tipo (ad es., "centri commerciali virtuali").

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

Esistono diversi tipi di commercio elettronico a seconda della modalità di transazione

- Business to Business (B2B)
- Business to Consumer (B2C)
- Business to Employee (B2E)
- Business to Government (B2G), detto anche Business to Administration (B2A)
- Business to Machines (B2M)
- Business to Manager (B2M)
- Consumer to Business (C2B)
- Consumer to Consumer (C2C)
- Citizen to Government (C2G), detto anche Consumer to Administration (C2A)
- Government to Business (G2B)
- Government to Citizen (G2C)
- Government to Employees (G2E)
- Government to Government (G2G)
- Manager to Consumer (M2C)
- Peer to Peer (P2P)

Il regime giuridico del commercio elettronico

Devono essere considerati alcuni profili:

- valore dell'attività effettuata sulla rete:
  - scambio delle dichiarazioni contrattuali via e-mail?
  - diverse modalità di manifestazione della volontà negoziale sul web (ad es. click del *mouse*)?
- ricadute del mezzo sul paradigma negoziale:
  - momento e luogo di formazione del contratto?
  - certezza identità contraenti?
  - sicurezza delle transazioni?
  - oggetto del contratto?
  - mezzi di pagamento previsti?
  - ecc.
- individuazione delle regole applicabili
  - Problema della deterritorializzazione dato dalla diffusione planetaria della rete: *quid iuris*?
- individuazione del giudice competente in caso di controversie.

amazon.it prime

Sicurezza e privacy › Politiche legali ›

Condizioni Generali di Uso e Vendita

Ultimo aggiornamento il 13 Gennaio 2020.

Condizioni Generali di Uso e Vendita

Amazon.it Condizioni Generali di Uso e Vendita 11.07.2019
Amazon.it Condizioni Generali di Uso e Vendita 25.05.2018
Amazon.it Condizioni Generali di Uso e Vendita 12.07.2017
Amazon.it Condizioni Generali di Uso e Vendita 07.03.2016
Amazon.it Condizioni Generali di Uso e Vendita 23.06.2015
Amazon.it Condizioni Generali di Uso e Vendita 01.05.2015
Amazon.it Condizioni Generali di Uso e Vendita 01 07 2014
Amazon.it Condizioni Generali di Uso e Vendita 12.06.2014
Amazon.it Condizioni Generali di Uso e Vendita 16.03.2014
Amazon.it Condizioni Generali di Uso e Vendita 17.10.2012
Amazon.it Condizioni Generali di Uso e Vendita 04.09.2012
Amazon.it Condizioni Generali di Uso e Vendita 15.05.2012
Amazon.it Condizioni Generali di Uso e Vendita 08.05.2012

Per visualizzare la versione precedente, visita la pagina Area legale - Versioni precedenti dei documenti.

Amazon Europe Core SARL, Amazon EU Sarl e/o le sue affiliate ("Amazon" o "noi") ti forniscono funzionalità del sito e altri prodotti e servizi quando visiti o fai acquisti su Amazon.it (il "sito"), utilizzi dispositivi, prodotti o servizi Amazon, le applicazioni Amazon per dispositivi mobili o i software forniti da Amazon in relazione a una qualsiasi delle precedenti attività (collettivamente, i "Servizi Amazon"). Ti invitiamo a prendere visione della nostra Informativa sulla privacy, della nostra Informativa sui Cookie e della nostra Informativa sulla Pubblicità definita in base agli interessi, per comprendere come raccogliamo e trattiamo i tuoi dati personali tramite i Servizi Amazon. Amazon fornisce i Servizi Amazon ai seguenti termini e condizioni ("Condizioni Generali di Uso e Vendita"). Amazon.it è la denominazione commerciale di Amazon.

I) CONDIZIONI GENERALI D'USO

II) CONDIZIONI GENERALI DI VENDITA

Cambiano spesso nel tempo…

1. **COMUNICAZIONI ELETTRONICHE**
   Quando utilizzi i Servizi Amazon o ci invii e-mail, messaggi di testo (SMS) e altre comunicazioni dal tuo computer o dal tuo dispositivo mobile, comunichi con noi in forma elettronica. Potremo comunicare con te in vari modi, ad esempio tramite e-mail, messaggi di testo (SMS), notifiche in-app, o pubblicando messaggi e comunicazioni sul sito o tramite altri Servizi Amazon, come il nostro Centro comunicazioni. Fatte salve le specifiche disposizioni di legge di carattere imperativo, per le finalità del presente contratto, accetti che tutti i contratti, le notifiche, le informative e le altre comunicazioni che ti forniamo in forma elettronica soddisfino il requisito della forma scritta, quando previsto dalla legge.

2. **SUGGERIMENTI E PERSONALIZZAZIONE**
   Come parte dei Servizi Amazon ti suggeriremo funzionalità, prodotti e servizi, inclusi annunci pubblicitari di terze parti che potrebbero interessarti e, inoltre, identificheremo le tue preferenze e personalizzeremo la tua esperienza.

amazon.it prime

11. **ATTIVITÀ DI TERZI**

Soggetti diversi da Amazon gestiscono negozi, forniscono servizi o vendono linee di prodotti su questo sito. Inoltre, forniamo link ai siti di società affiliate e ad altre attività commerciali. Non siamo responsabili del controllo o della valutazione di questi operatori commerciali o di questi soggetti o del contenuto dei loro siti, né offriamo garanzie sulle loro proposte di vendita. Amazon non può in alcun modo essere ritenuta responsabile per le azioni, i prodotti e i contenuti di tutti questi soggetti o di qualunque terzo. Potrai informarci quando un soggetto terzo è coinvolto nelle tue transazioni, e potremo condividere le informazioni relative alle transazioni con questi soggetti. Ti invitiamo a consultare attentamente le loro informative sulla privacy e le altre condizioni d'uso.

12. **IL RUOLO DI AMAZON**

Amazon consente a venditori terzi di mettere in vendita i propri prodotti su Amazon.it. Nelle pagine di dettaglio di ciascun prodotto è indicato se il prodotto è venduto da terzi. In qualità di fornitore del sito di commercio elettronico, Amazon facilita le transazioni che intercorrono sul sito, ma non è parte del contratto di vendita dei beni venduti da questi venditori terzi. Amazon rimane pertanto estranea a questo contratto, che intercorre esclusivamente tra l'acquirente e il venditore. Amazon non assume alcuna responsabilità relativamente al contratto di vendita e alla sua corretta esecuzione, e non opera in alcun modo come agente del venditore. Il venditore è l'unico responsabile per la vendita dei prodotti e per la gestione delle controversie con l'acquirente. Per rendere più sicura l'esperienza di acquisto dell'acquirente, Amazon offre ai propri utenti una garanzia aggiuntiva, denominata garanzia dalla A alla Z.

amazon.it prime

14. **LEGGE APPLICABILE E FORO COMPETENTE**

Le presenti Condizioni Generali d'Uso sono regolate e devono essere interpretate ai sensi delle leggi del Gran Ducato del Lussemburgo (fatta eccezione per le disposizioni in materia di conflitto di leggi) ed è espressamente esclusa l'applicazione della Convenzione delle Nazioni Unite sui Contratti di compravendita internazionale di merci. Se sei un consumatore e hai la tua residenza abituale nell'Unione europea, potresti beneficiare delle tutele aggiuntive previste dalle norme imperative del tuo Paese di residenza. Accetti, ed accettiamo a nostra volta, di sottostare alla giurisdizione non esclusiva dei Tribunali del distretto della Città di Lussemburgo. In qualità di consumatore potrai così agire davanti ai Tribunali del distretto della Città di Lussemburgo o dello Stato membro dell'Unione Europea in cui sei residente o domiciliato per promuovere una controversia in relazione alle presenti Condizioni Generali d'Uso.

La Commissione Europea fornisce una piattaforma per la risoluzione delle controversie online, a cui potrai accedere tramite questo link: https://ec.europa.eu/consumers/odr/. Nel caso volessi portare una questione alla nostra attenzione, ti invitiamo a contattarci.

amazon.it prime

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

1. **IL NOSTRO CONTRATTO**

   La presentazione di prodotti e di servizi sul sito o tramite le applicazioni Amazon per dispositivi mobili costituisce un invito ad offrire.

   Se desideri comprare uno o più prodotti, potrai selezionarli uno alla volta, aggiungendoli al tuo carrello. Una volta che avrai selezionato tutti gli articoli che intendi acquistare, potrai chiudere il tuo carrello ed inoltrare l'ordine. A questo punto ti apparirà una pagina riassuntiva dei prodotti da te selezionati, il loro prezzo e le opzioni (con i relativi costi) di consegna. Ti verrà richiesto di scegliere la soluzione preferita per la consegna, il trasporto e il metodo di pagamento.

   Nella parte alta della stessa pagina, troverai il tasto "Compra ora", che dovrai cliccare per inoltrarci l'ordine.

amazon.it prime

Il tuo ordine verrà quindi considerato come una tua proposta contrattuale di acquisto rivolta ad Amazon per i prodotti elencati, considerati ciascuno singolarmente. Al ricevimento del tuo ordine, ti invieremo automaticamente un messaggio di presa in carico dell'ordine stesso ("Ricezione Ordine"). Se utilizzi alcuni Servizi Amazon (quali ad esempio le applicazioni Amazon per dispositivi mobili) la Ricezione Ordine potrà essere pubblicata nel Centro comunicazioni accessibile dal sito. La Ricezione Ordine non costituisce accettazione della tua proposta di acquisto. Con l'invio della Ricezione Ordine, infatti, ti confermiamo solamente di aver ricevuto l'ordine e di averlo sottoposto a processo di verifica dati e di disponibilità dei prodotti da te richiesti. Il contratto di vendita con Amazon EU Sarl si concluderà solamente nel momento in cui ti invieremo una separata e-mail o pubblicheremo un messaggio nel Centro comunicazioni sul sito di accettazione della tua proposta di acquisto che conterrà anche le informazioni relative alla spedizione del prodotto e alla data prevista della consegna ("Conferma Spedizione"). Nel caso in cui il tuo ordine venga evaso attraverso più spedizioni, potresti ricevere Conferme Spedizione separate. L'addebito avverrà soltanto nel momento in cui gli articoli inclusi nel tuo ordine verranno spediti. Per ulteriori informazioni sull'autorizzazione al pagamento consulta la pagina di aiuto dedicata. Potrai cancellare il tuo ordine prima di avere ricevuto la Conferma Spedizione, a condizione che l'ordine non sia stato preparato per il processo di spedizione. In questo caso non ti sarà addebitato alcun costo. E' comunque fatto salvo il diritto di recesso ai termini e alle condizioni di cui al successivo art. 2. Il diritto di recesso non si applica ad alcune categorie di prodotti inclusi, senza limitazione alcuna, i prodotti digitali o i software non forniti su supporto materiale (come nel caso di CD o DVD) una volta che ne è iniziato lo scaricamento (c.d. download) o l'uso.

amazon.it prime

5. **ORDINA CON 1-CLICK**
   Ordina con 1-Click è il sistema più veloce e più facile per ordinare prodotti e servizi in completa sicurezza. Se utilizzi i Servizi Amazon attraverso un computer pubblico o un dispositivo condiviso, ti raccomandiamo fortemente di disattivare Ordina con 1-Click quando non sei al computer.

Modifica le impostazioni 1-Click

1-Click ti permette di associare una carta di credito agli indirizzi di spedizione più utilizzati, e ti permette di effettuare i tuoi ordini cliccando su un solo pulsante. Per attivare 1-Click, visita la sezione **Impostazioni** ne **Il mio account**.

Per modificare le impostazioni 1-Click:

1. Visita Impostazioni 1-Click.
2. Clicca su **Clicca qui**, che trovi sotto l'indirizzo di spedizione, per confermare l'indirizzo selezionato come predefinito; clicca poi su **Modifca** sotto al metodo di pagamento, per cambiarne l'indirizzo associato.
3. Segui le istruzioni riportate per salvare le impostazioni 1-Click.

Per disattivare le impostazioni 1-Click, clicca sul pulsante**Disattiva ordini 1-Click** alla destra dello schermo. (Per attivare 1-Click, clicca sul pulsante**Attiva ordini 1-Click**.)

Disattivare 1-Click disattiva l'opzione solo per gli ordini fisici. 1-Click non influenza gli ordini digitali.

amazon.it prime

ibs.it
internet bookshop Italia

CONDIZIONI GENERALI DI VENDITA DI PRODOTTI E SERVIZI IBS

1.3 Ambito di applicazione delle Condizioni Generali di Vendita

1.3.1 L'offerta e la vendita dei Prodotti e dei Contenuti Digitali tramite il Sito costituiscono un contratto a distanza disciplinato dagli artt. 45 e ss. del d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206 ("Codice del Consumo") e dal d.lgs 9 aprile 2003, n. 70, contenente la disciplina del commercio elettronico.

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

intimissimi

2. MODALITA' DI PERFEZIONAMENTO DEL CONTRATTO

2.1 Le informazioni di cui alle presenti Condizioni Online ed i dettagli contenuti nel Sito non costituiscono un'offerta al pubblico, ma un semplice invito a formulare una Proposta d'Ordine. Successivamente all'invio della Proposta d'Ordine, il Cliente riceverà via email la conferma dell'avvenuta ricezione della stessa (di seguito "**Conferma ricezione Proposta d'Ordine**"). Detta email non comporterà l'accettazione della Proposta d'Ordine, che si intenderà accettata solo quando il Cliente riceverà una successiva email di conferma che la Proposta d'Ordine è stata accettata e che i Prodotti sono in fase di spedizione (di seguito "**Conferma d'Ordine e di Spedizione**").
Di conseguenza non esisterà alcun contratto tra il Cliente ed il Venditore fino a quando la Proposta d'Ordine non verrà esplicitamente accettata dal Venditore attraverso l'invio della Conferma d'Ordine e di Spedizione.
Il contratto di acquisto online (di seguito il "**Contratto**") si intenderà, quindi, concluso soltanto nel momento in cui il Cliente riceverà la Conferma d'Ordine e di Spedizione ("Data di Conclusione del Contratto"): da questo momento in avanti la Proposta d'Ordine verrà definita semplicemente "Ordine".

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

Principali tipologie di contratti del commercio elettronico

- A) Contratto concluso via email
  - Contratto virtuale in senso ampio in quanto il mezzo utilizzato rende possibile il negoziato sulle clausole e, dunque, si ritiene che la sua formazione non si discosti dalla disciplina generale del contratto
- B) Contratto concluso tramite piattaforma di intermediazione web (point and click)
  - Contratto virtuale in senso stretto caratterizzato dalla coesistenza dei seguenti tratti distintivi:
    - l'utilizzo di una piattaforma negoziale basata sul world wide web di Internet;
    - la predisposizione unilaterale dell'offerente;
    - l'offerta negoziale in incertas personas;
    - la forma-procedimento
      - atipica del tasto negoziale virtuale,
      - o tipica della firma digitale

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

Le regole del commercio elettronico

In Italia le negoziazioni telematiche sono disciplinate dalle regole contenute nel:

- Codice civile
- D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del consumo)
- D.Lgs. 9 aprile 2003, n. 70 (Attuazione direttiva sul commercio elettronico 2000/31/CE)

Codice del consumo

- Capo I dei diritti dei consumatori nei contratti
- Sezione II informazioni precontrattuali per il consumatore e diritto di recesso **nei contratti a distanza** e nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali
- Art. 49. Obblighi di informazione nei contratti a distanza e nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali
- Art. 50. Requisiti formali per i contratti negoziati fuori dei locali commerciali
- Art. 51. Requisiti formali per i contratti a distanza
- Art. 52. Diritto di recesso
- Art. 53. Non adempimento dell'obbligo d'informazione sul diritto di recesso
- Art. 54. Esercizio del diritto di recesso
- Art. 55. Effetti del recesso
- Art. 56. Obblighi del professionista nel caso di recesso
- Art. 57. Obblighi del consumatore nel caso di recesso
- Art. 58. Effetti dell'esercizio del diritto di recesso sui contratti accessori
- Art. 59. Eccezioni al diritto di recesso

I contratti a distanza nel codice del consumo (art. 45, lett. g)

- "contratto a distanza":
  - qualsiasi contratto concluso tra il professionista e il consumatore
  - nel quadro di un regime organizzato di vendita o di prestazione di servizi a distanza
  - senza la presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore,
  - mediante l'uso esclusivo di uno o più mezzi di comunicazione a distanza
  - fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso;

I contratti a distanza nel codice del consumo Punti cardine

- diritto di recesso
- obbligo di fornire al consumatore tutta una serie di informazioni
  - ad esempio, caratteristiche principali dei beni o servizi;
  - identità del professionista;
  - indirizzo geografico dove questi è stabilito e il suo numero di telefono, di fax e l'indirizzo elettronico, ove disponibili, per consentire al consumatore di contattare rapidamente il professionista e comunicare efficacemente con lui, e così via;

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

I contratti a distanza nel codice del consumo Punti cardine

- diritto del consumatore a ricevere la conferma del contratto concluso su un mezzo durevole, entro un termine ragionevole dopo la conclusione del contratto a distanza e al più tardi al momento della consegna dei beni oppure prima che l'esecuzione del servizio abbia inizio;
- divieto di fornire beni o servizi al consumatore in mancanza di previa ordinazione
- inderogabilità della competenza territoriale del giudice del luogo di residenza o domicilio del consumatore, se ubicati nel territorio dello Stato, per le controversie civili inerenti all'applicazione della normativa esaminata

- I diritti riconosciuti al consumatore sono irrinunciabili.

Codice del consumo

- Art. 68. Rinvio
- 1. Alle offerte di servizi della società dell'informazione, effettuate ai consumatori per via elettronica, si applicano, per gli aspetti non disciplinati dal presente codice, le disposizioni di cui al decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70 , recante attuazione della direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno.

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

I CARDINI DELLA DIRETTIVA 2000/31/CE E DEL D.LGS. 70/2003

- Le informazioni sui prestatori di servizi
- Le comunicazioni commerciali
- I contratti per via elettronica
- La responsabilità dei *provider*
- I codici di condotta
- La composizione extragiudiziale delle controversie

LE INFORMAZIONI SUI PRESTATORI DI SERVIZI

Per contrastare la difficoltà di avere certezza circa la reale identità e la qualifica del soggetto che vende beni e/o servizi

⇩

Obbligo di informazione su:

- nome del prestatore di servizi
- indirizzo geografico dove egli è stabilito
- estremi (es.: *email*) che consentono di contattarlo rapidamente e di comunicare con lui
- ecc.

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

LE COMUNICAZIONI COMMERCIALI

CONDIZIONI MINIME:

- chiara identificabilità della comunicazione commerciale in quanto tale
- chiara identificabilità della persona fisica o giuridica per conto della quale viene effettuata
- facile accessibilità e presentazione in modo chiaro e inequivocabile delle condizioni per beneficiare di offerte promozionali

I CONTRATTI PER VIA ELETTRONICA (1)

OBBLIGO DI CHIAREZZA E INFORMAZIONE PREVENTIVA SU:

- le varie fasi tecniche della conclusione del contratto
- le modalità di archiviazione e accesso del contratto concluso
- i mezzi tecnici per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati prima di inoltrare l'ordine
- gli eventuali codici di condotta cui il prestatore aderisce e come accedervi per via telematica
- le lingue a disposizione per concludere il contratto
- gli strumenti di composizione delle controversie

I CONTRATTI PER VIA ELETTRONICA (2)

REGOLE SPECIFICHE SULLA CONCLUSIONE DEL CONTRATTO:

- il prestatore deve accusare ricevuta dell'ordine del destinatario del servizio senza ingiustificato ritardo
  e per via elettronica
- l'ordine e la ricevuta si considerano pervenuti quando le parti, cui sono indirizzati, hanno la possibilità di accedervi
- la ricevuta dell’ordine deve contenere:
  - un riepilogo delle condizioni generali e particolari applicabili al contratto
  - le informazioni relative alle caratteristiche essenziali del bene o del servizio
  - l'indicazione dettagliata del prezzo, dei mezzi di pagamento, del recesso, dei costi di consegna e dei tributi applicabili

I CONTRATTI PER VIA ELETTRONICA (3)

- Coordinamento tra art. 13 del d.lgs. 70/2003 le previsioni in materia di formazione del contratto previsti agli artt. 1326 e seguenti del codice civile.
- Qualificazione giuridica dell'ordine e della ricevuta dell'ordine previsti dal decreto del 2003, da cui derivano importanti ricadute relativamente al tempo e al luogo di conclusione del contratto.

I CONTRATTI PER VIA ELETTRONICA (3)

- Quale delle due dichiarazioni vada qualificata come offerta e quale come accettazione.
- Tesi A): l'offerta via web di prodotti o servizi costituirebbe un invito a offrire: l'ordine da parte del destinatario del prodotto o servizio sarebbe da qualificarsi quale proposta, a cui seguirebbe l'accettazione del prestatore sotto forma di ricevuta dell'ordine.
- Tesi B): l'offerta dei prodotti o servizi sarebbe una vera e propria proposta, mentre l'ordine inviato dal destinatario varrebbe come accettazione.
  - Tuttavia, il contratto si dovrebbe considerare concluso solo nel momento in cui la ricevuta dell'ordine giunge a conoscenza del destinatario, conoscenza che, come già accennato, si presume realizzata nel momento in cui si ha la possibilità di accedere all'ordine.

I CONTRATTI PER VIA ELETTRONICA (3)

- Ulteriore problema è dato dal coordinamento della previsione secondo cui ordine e ricevuta si considerano pervenuti quando le parti cui sono indirizzati hanno possibilità di accedervi con la presunzione di conoscenza delle dichiarazioni rese durante la fase di conclusione del contratto che giungano presso l'indirizzo del destinatario, contenuta nell'art. 1335 c.c.
- Mentre il codice civile si riferisce all'indirizzo fisico del destinatario, il d.lgs. 70/2003 riguarda un indirizzo che non è legato a un luogo fisico, quale appunto l'indirizzo di posta elettronica.

La responsabilità dei provider (1)

- Diverse tipologie di *provider*:
  - ***access provider, service provider*** ⇨ fornisce accesso e connessione
  - ***hosting provider*** ⇨ ospita sulle proprie macchine pagine web elaborate dal destinatario del servizio
  - ***content provider*** ⇨ produce e distribuisce direttamente i contenuti (ad esempio, editoriali)

La responsabilità dei provider (2)

- L'*access provider* non è responsabile se:
  - non dà origine alla trasmissione
  - non seleziona il destinatario della trasmissione
  - non seleziona né modifica le informazioni trasmesse
- il *provider* che trasmette sulla rete informazioni fornite dal destinatario del servizio non è responsabile se:
  - non modifica le informazioni
  - si conforma alle condizioni di accesso alle informazioni
  - si conforma alle norme di aggiornamento delle informazioni
  - non interferisce con l'uso lecito di tecnologia
  - agisce prontamente per rimuovere le informazioni che ha memorizzato o per disabilitare l'accesso

La responsabilità dei provider (3)

- L'*hosting provider* che si limita a memorizzare informazioni fornite dal destinatario del servizio non è responsabile se:
  - non è effettivamente a conoscenza del fatto che l'attività o l'informazione è illecita
  - non appena a conoscenza di tali fatti, su comunicazione delle autorità competenti, agisce immediatamente per rimuovere le informazioni o per disabilitarne l'accesso.

N.B. Il *provider* diviene civilmente responsabile del contenuto illecito dei servizi prima ricordati se:

- richiesto dalle autorità competenti, non agisce prontamente per impedire l'accesso a detto contenuto;
- se, avendo avuto conoscenza del carattere illecito o pregiudizievole per un terzo del contenuto di un servizio al quale assicura l'accesso, non informi l'autorità competente.

I CODICI DI CONDOTTA (1)

- Si affermano approcci alternativi per disciplinare alcuni aspetti del commercio elettronico.
- I codici di condotta intervengono laddove le regole tradizionali (di provenienza statuale e destinate a operare in ambiti spaziali definiti) si mostrano inidonee a governare il carattere aterritoriale della rete e ad assicurare l'*enforcement* dei precetti normativi.

I CODICI DI CONDOTTA (2)

- art. 16 della direttiva 2000/31/CE. Codici di condotta
  - 1. Gli Stati membri e la Commissione incoraggiano:
    - a) l'elaborazione, da parte di associazioni o organizzazioni imprenditoriali, professionali o di consumatori, di codici di condotta a livello comunitario volti a contribuire all'efficace applicazione degli articoli da 5 a 15;
    - b) la trasmissione volontaria dei progetti di codici di condotta a livello nazionale o comunitario alla Commissione;
    - c) l'accessibilità per via elettronica ai codici di condotta nelle lingue comunitarie;
    - d) la comunicazione agli Stati membri e alla Commissione, da parte di associazioni o organizzazioni professionali e di consumatori, della valutazione dell'applicazione dei codici di condotta e del loro impatto sulle pratiche, consuetudini od usi relativi al commercio elettronico;
    - e) l'elaborazione di codici di condotta riguardanti la protezione dei minori e della dignità umana.
  - 2. Gli Stati membri e la Commissione favoriscono la partecipazione delle associazioni che rappresentano i consumatori al processo di elaborazione e di applicazione dei codici di condotta di cui al paragrafo 1, lettera a), che riguardano i loro interessi. Per tener conto delle loro esigenze specifiche, dovrebbero essere consultate, ove opportuno, le associazioni che rappresentano i non vedenti, gli ipovedenti e i disabili.
- Art. 18 del D.Lgs. 70/2003
  - *1. Le associazioni o le organizzazioni imprenditoriali, professionali o di consumatori promuovono l'adozione di codici di condotta che trasmettono al Ministero delle attività produttive e alla Commissione europea con ogni utile informazione sulla loro applicazione e sul loro impatto nelle pratiche e consuetudini relative al commercio elettronico.*
  - *2. Il codice di condotta, se adottato, è reso accessibile per via telematica e deve essere redatto, oltre che in lingua italiana e inglese, almeno in un'altra lingua comunitaria.*
  - *3. Nella redazione di codici di condotta deve essere garantita la protezione dei minori e salvaguardata la dignità umana.*

I CODICI DI CONDOTTA (3)

- A titolo esemplificativo si può vedere il codice di condotta adottato da Ecommerce Europe Trustmark
- (https://www.ecommercetrustmark.eu/the-code-of-conduct).

trust ECOMMERCE EUROPE

THE TRUSTMARK | BENEFITS | COUNTRIES | BLACKLIST | FAQS

follow us!

FOR MERCHANTS: How to get it

FOR CONSUMERS: How it works

ECOMMERCE EUROPE TRUSTMARK
CODE OF CONDUCT

Choose your language: FR NL EN

- **We stand for our name:** we give you clear information on our identity, address and how to contact us in a convenient way (e.g. e-mail, social media, telephone) before you place an order. In case we operate on behalf of another merchant we also inform you of his identity.
- The essential characteristics of the **products and services are adequately described**. The products will be delivered based on the description and the product photo. We remind you about the existence of a legal guarantee of conformity for goods.

LA COMPOSIZIONE EXTRAGIUDIZIALE DELLE CONTROVERSIE

Inadeguatezza dei mezzi ordinari di soluzione delle controversie rispetto a Internet:

- lentezza dei mezzi di intervento
- costi elevati rispetto alla natura delle attività on-line

Cfr. art. 19 del D.Lgs. 70/2003

- In caso di controversie, prestatore e destinatario del servizio della società dell'informazione possono adire, anche organi di composizione extragiudiziale che operano anche per via telematica.
- Tali organi, se operano in conformità ai principi previsti dall'ordinamento comunitario e da quello nazionale, sono notificati, su loro richiesta, alla Commissione dell'unione Europea per l'inserimento nella Rete europea di composizione extragiudiziale delle controversie.

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

Trading on line

Il mercato degli strumenti finanziari ha trovato nella rete telematica un ideale mezzo per l'esercizio delle attività di intermediazione, nonché per lo svolgimento di attività di informazione e consulenza nell'investimento in strumenti finanziari.

In particolare la Consob definisce *trading on-line* l'utilizzo di Internet quale canale di contatto con la clientela per l'esecuzione dei servizi di negoziazione per conto terzi e di ricezione e trasmissione ordini

Materia disciplinata da:

- D.lgs. 19 agosto 2005, n. 190 dal 2007 rifluito nel d. lgs. 206/2005 - codice del consumo (attuazione della Direttiva 2002/65/CE relativa alla commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori).
- D.lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 (T.U. delle disposizioni in materia di intermediazione finanziaria).
- Diverse disposizioni emanate dalla CONSOB.

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

Trading on line: tutela dell’investitore

- Obblighi di informazione nei confronti dei consumatori:
  - figura del fornitore
  - servizio finanziario offerto
  - contenuto del contratto a distanza
  - tutte le condizioni contrattuali e le informazioni devono essere fornite su supporto cartaceo o altro supporto durevole
- Diritto di recesso
- Composizione extragiudiziale delle controversie

IL DISANCORAGGIO DALLO SPAZIO FISICO

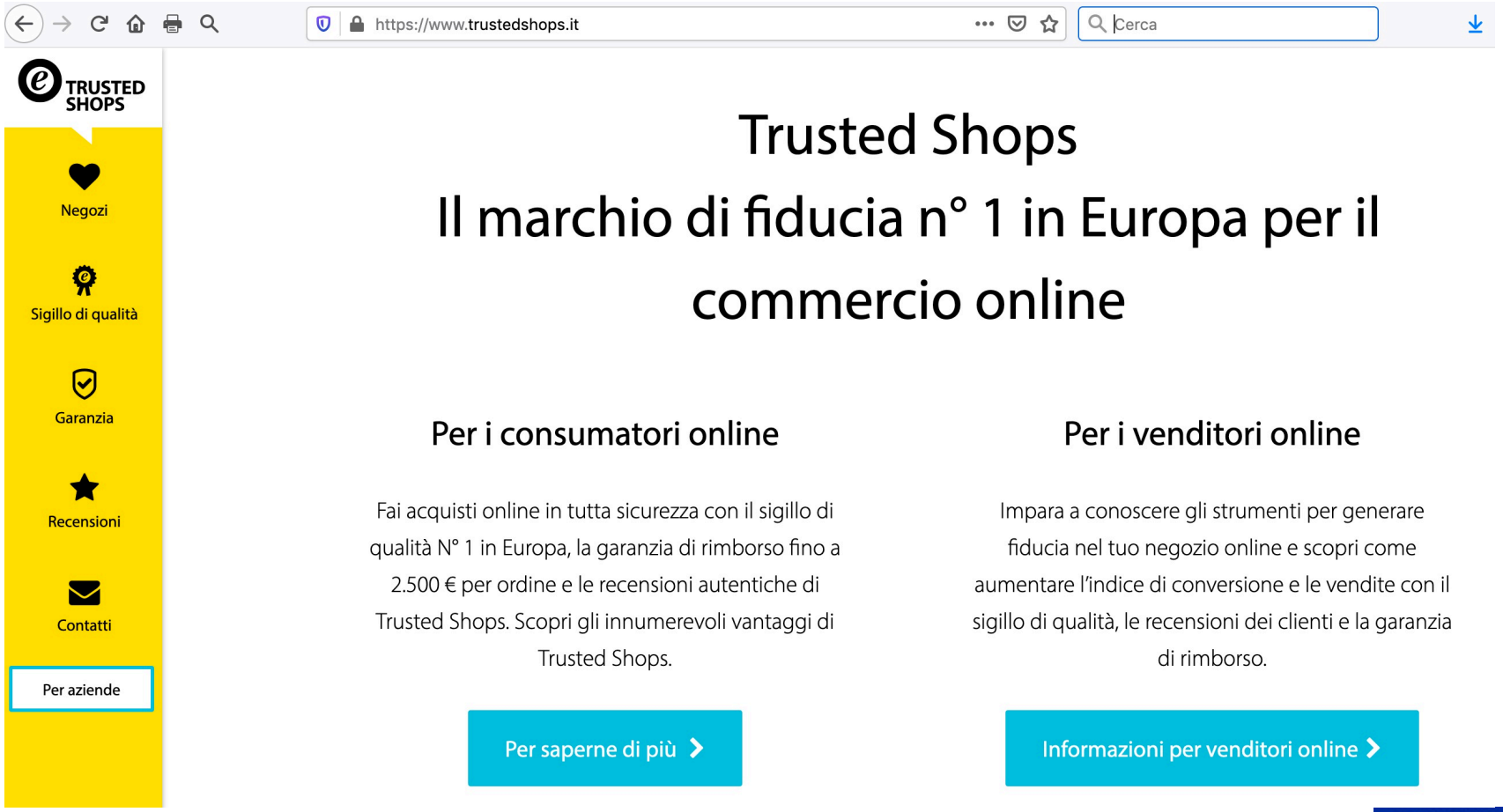
Conseguenze del distacco delle transazioni commerciali dalla dimensione territoriale:

- individuazione dell'approccio più efficiente per disciplinare il fenomeno dell'e-commerce
- possibilità di colmare il c.d. "*digital divide*"

IL RUOLO DEI SOGGETTI TERZI CHE RILASCIANO MARCHI DI QUALITÀ

- Il commercio elettronico pone di fronte alla necessità di individuare nuovi meccanismi idonei a rendere effettive le regole che disciplinano il fenomeno.
- Uno di questi meccanismi è la **certificazione di qualità**:
  si tratta di soggetti terzi e indipendenti che si assumono il compito di garantire che i siti di e-commerce siano adeguati a precisi standard, concedendo a essi un marchio di qualità.
- A volte sono le stesse associazioni professionali a definire codici di condotta, a cui sono associati i cosiddetti "*trustmarks schemes*"

IL RUOLO DEI SOGGETTI TERZI CHE RILASCIANO MARCHI DI QUALITÀ



Soluzione del caso: Tribunale sez. I - Catanzaro, 30/04/2012,

- L'operatore di commercio elettronico che utilizza i servizi di un provider in virtù di un contratto strettamente connesso, strumentale e propedeutico all'attività esercitata non può beneficiare della tutela offerta dal codice del consumo di cui al d.lg. 6 settembre 2005 n. 206 e ss.mm.

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

Soluzione del caso: Tribunale sez. I - Catanzaro, 30/04/2012,

- Sono vessatorie le condizioni generali di contratto che riservano al provider la facoltà di sospendere unilateralmente l'"account business" di un professionista del commercio elettronico su eBay. Ai fini della validità di una clausola vessatoria contenuta in un contratto on line occorre la specifica sottoscrizione della stessa con l'impiego della firma digitale dell'aderente, non essendo sufficiente la mera accettazione con "tasto virtuale", ovvero una firma elettronica cd. debole. Il mercato dell'"e-commerce" ha una struttura economica oligopolista ed è caratterizzato da una forte concentrazione a favore di pochi operatori. Un soggetto specializzato in aste on line come eBay, che vanti un'ampia platea di utenti, non può escludere a tempo indeterminato dalla propria piattaforma, un operatore di commercio elettronico senza causargli un danno irreparabile. Il pericolo di un danno irreparabile deve considerarsi "in re ipsa".

Soluzione del caso: Tribunale sez. I - Catanzaro, 30/04/2012,

- Nei contratti telematici, l'accettazione di una proposta negoziale con la tecnica del "tasto virtuale" o "point and click" è sufficiente a manifestare il consenso e ritenere perfezionato il contratto, in quanto vincolo negoziale a forma libera.
- Nell'ipotesi di un contratto per adesione, delineato da condizioni generali uniformi predisposte da uno solo dei contraenti, ed accettato mediante un sistema telematico, il requisito ex art. 1341 comma 1 c.c. della conoscenza della proposta contrattuale contenuta nelle condizioni generali degrada a mera conoscibilità, che può essere soddisfatto anche con il richiamo delle relative clausole attraverso collegamento ipertestuale (link).

Le piattaforme digitali

- Offrono servizi di intermediazione online.
  - Esempio: Amazon
    - Si possono acquistare prodotti venduti direttamente da Amazon.
    - Si possono anche acquistare beni offerti da terze parti che usano una piattaforma già rodata per vendere i propri prodotti.
- Questi intermediari forniscono ai professionisti (esempio: altre imprese) la possibilità di avvicinare nuove fette di clientela; e al tempo stesso forniscono ai consumatori un'offerta più ampia.
- Ma il settore non è privo di criticità.
  - asimmetrie informative;
  - forte tendenza alla concentrazione;
  - disparità di potere negoziale

Le piattaforme digitali

- Di recente il fenomeno è stato disciplinato dal regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 giugno 2019 che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online (in vigore dal 12 luglio 2020).

Le piattaforme digitali

- La finalità principale del regolamento (art. 1, comma 1) è contribuire al corretto funzionamento del mercato interno stabilendo norme intese a garantire che gli utenti commerciali di servizi di intermediazione online e gli utenti titolari di siti web aziendali che siano in relazione con motori di ricerca online dispongano di un’adeguata trasparenza, di equità e di efficaci possibilità di ricorso.

Le piattaforme digitali

- L’atto comunitario prende in considerazione, in particolare, due fenomeni:
- a) le piattaforme digitali prima richiamate ovvero, più tecnicamente, i servizi di intermediazione online che consentono agli utenti commerciali di offrire beni o servizi ai consumatori, con l’obiettivo di facilitare l’avvio di transazioni dirette tra tali soggetti (consumatori e utenti commerciali);

Le piattaforme digitali

- 1. viene imposto l’obbligo di rendere il più possibile trasparenti le clausole del contratto tra intermediari online e utenti commerciali (ibidem, art. 3, par. 1);
- 2. si prevede una disciplina più puntuale relativa a modalità e contenuti delle modifiche delle clausole apportate in costanza di rapporto (regolamento 2019/1150, art. 3, par. 2);
- 3. si riconosce all’utente commerciale il diritto di risolvere il contratto anche prima della scadenza del termine e senza preavviso (ibidem, art. 3, par. 2, comma 3);

Le piattaforme digitali

- 4. si introducono alcune misure volte a garantire che le relazioni contrattuali tra i fornitori di servizi di intermediazione online e gli utenti commerciali siano condotte in buona fede e con correttezza (regolamento 2019/1150, art. 8): ad esempio, non possono essere imposte modifiche retroattive di termini e condizioni del rapporto (a meno che non siano dettate dalla legge o siano vantaggiose per gli utenti);
- 5. si stabiliscono sanzioni per le ipotesi in cui le clausole non siano trasparenti, ovvero nel caso di irregolarità nel procedimento di modifica del regolamento contrattuale; ad esempio, sarebbero nulle le clausole che contravvengono al principio ricordato al punto 3 (ibidem, art. 3, par. 3);
- 6. si pone in capo ai fornitori di servizi di intermediazione online l'obbligo di istituire un sistema interno di gestione dei reclami degli utenti commerciali; tale sistema deve essere facilmente accessibile e gratuito e deve garantire che i reclami siano gestiti in un lasso di tempo ragionevole (ibidem, art. 11).

Le piattaforme digitali

- L’atto comunitario prende in considerazione, in particolare, due fenomeni:
- b) i motori di ricerca online, ovvero quei servizi digitali che permettono di trovare i siti web che rispondono ai requisiti posti dall’utente nella stringa di ricerca (ad esempio, i siti che menzionano una certa parola chiave).

Le piattaforme digitali

- L’art. 5 del regolamento 2019/1150 impone:
  - a) ai fornitori di servizi di intermediazione online di stabilire nei loro termini e nelle loro condizioni i principali parametri che determinano il posizionamento e i motivi dell’importanza relativa di tali parametri principali rispetto ad altri parametri;
  - b) ai fornitori di motori di ricerca online di indicare i principali parametri che, individualmente o collettivamente, sono i più significativi per determinare il posizionamento e specificano l’importanza relativa di tali parametri principali fornendo sui loro motori di ricerca online una descrizione facilmente e pubblicamente accessibile, redatta in un linguaggio semplice e comprensibile. Occorre anche che questa descrizione resti aggiornata.

I contratti di fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali

- Direttiva (UE) 2019/770 del 20/5/2019, relativa a determinati aspetti dei contratti di fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali
- Direttiva (UE) 2019/771 del 20/5/2019, relativa a determinati aspetti dei contratti di vendita di beni.

I contratti di fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali

- La direttiva 2019/770 si propone di garantire ai consumatori un migliore accesso ai contenuti e ai servizi digitali, e di agevolare la fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali da parte delle imprese, al fine di contribuire a promuovere l'economia digitale dell'Unione e stimolare la crescita globale (considerando n. 1).
- L'obiettivo concreto è armonizzare le norme concernenti la conformità del contenuto digitale o del servizio digitale al contratto, i rimedi in caso di difetto di conformità o di mancata fornitura e le modalità di esercizio di tali rimedi, nonché la modifica del contenuto o del servizio digitale (considerando n. 11).

I contratti di fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali

- La direttiva 2019/770 si propone di garantire ai consumatori un migliore accesso ai contenuti e ai servizi digitali, e di agevolare la fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali da parte delle imprese, al fine di contribuire a promuovere l'economia digitale dell'Unione e stimolare la crescita globale (considerando n. 1).
- L'obiettivo concreto è armonizzare le norme concernenti la conformità del contenuto digitale o del servizio digitale al contratto, i rimedi in caso di difetto di conformità o di mancata fornitura e le modalità di esercizio di tali rimedi, nonché la modifica del contenuto o del servizio digitale (considerando n. 11).

I contratti di fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali

- La direttiva prende in considerazione:
  - a) i contenuti digitali, ovvero i dati prodotti e forniti in formato digitale (direttiva 2019/770, art. 2, par. 1, n. 1);
    - esempi: i programmi informatici, le applicazioni, i file video, i file audio, i file musicali, i giochi digitali, i libri elettronici o le altre pubblicazioni elettroniche;
  - b) i servizi digitali, ovvero i servizi che consentono al consumatore di creare, trasformare, archiviare i dati o di accedervi in formato digitale; o, ancora, i servizi che consentono la condivisione di dati in formato digitale caricati o creati dal consumatore e da altri utenti di tali servizi o qualsiasi altra interazione con tali dati (ibidem, art. 2, par. 1, n. 2);
    - si pensi ai servizi che consentono la creazione, la trasformazione o l'archiviazione dei dati in formato digitale, nonché l'accesso a questi ultimi, fra cui i software che permettono la condivisione audio e video e altri tipi di file hosting, la videoscrittura o i giochi offerti nell'ambiente di cloud computing e nei media sociali;
  - c) i beni con elementi digitali, ovvero qualsiasi bene mobile materiale che incorpora o è interconnesso con un contenuto digitale o un servizio digitale in modo tale che la mancanza di detto contenuto digitale o servizio digitale impedirebbe lo svolgimento delle funzioni del bene.
    - Si immagini, ad esempio, uno smartphone dotato di un'applicazione standard preinstallata fornita conformemente al contratto di vendita, come l'applicazione della sveglia o della fotocamera;

I contratti di fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali

- Forniture di contenuti e servizi digitali: possibili modelli contrattuali
  - A) Contratto con il quale l'operatore economico fornisce, o si impegna a fornire, un contenuto digitale o un servizio digitale verso un prezzo corrisposto dal consumatore:
    - Classico modello del contratto oneroso a prestazioni corrispettive
  - B) Contratto nel quale il consumatore, come contropartita per la fornitura di contenuti e servizi digitali si impegna non già a versare un prezzo bensì a fornire dati personali all'operatore economico.
    - La disposizione sembra dare corpo all'idea della rilevanza economica ai dati personali. La direttiva riconduce la circolazione dei dati personali a un contesto contrattuale e di mercato, pur garantendo alla persona interessata dal trattamento il controllo del proprio patrimonio di dati.

- Profili contrattuali disciplinati dalla direttiva 2019/770.
  - 1. La fornitura.
  - 2. La conformità.
  - 3. La responsabilità dell’operatore economico.
  - 4. I rimedi per la mancata fornitura.
  - 5. I mezzi di ricorso in caso di difetto di conformità.
  - 6. Modifica del contenuto o del servizio digitale.

Cosa comporta l’avvento dell’era digitale nel campo del diritto dei contratti

- – l’attività svolta sulla rete (ai fini della stipulazione di negoziazioni vincolanti) può assumere modalità diverse che, in quanto tali, vanno definite sul piano giuridico;
- – ancora una volta, motivo di complicazione è la difficoltà di ricondurre le relazioni della rete ad ambiti spaziali e temporali ben definiti a tacere dei dubbi che possono sorgere in ordine alle reali identità (e qualifiche personali) dei contraenti virtuali;
- – la tecnologia digitale chiede nuove regole per disciplinare situazioni classiche (si veda, ad esempio, quella che l’Unione europea ha proposto per considerare concluso un contratto stipulato via Internet); chiede di chiarire il regime applicabile ai soggetti che rendono possibile la transazione (si vedano le norme sulla responsabilità dei provider);

Cosa comporta l’avvento dell’era digitale nel campo del diritto dei contratti

- – le regole tradizionali (di provenienza statuale e destinate a operare in ambiti spaziali definiti) si mostrano inidonee a governare il carattere aterritoriale della rete e ad assicurare l’enforcement dei precetti normativi;
- – si affermano approcci alternativi per disciplinare il commercio elettronico.
- Tra questi: i modelli normativi delle organizzazioni internazionali, i codici deontologici e di condotta, la certificazione di qualità, la negoziazione diretta tra le parti.