

LA VENDITA ON-LINE DI UN BENE O DI UN SERVIZIO

Punti di attenzione per l'azienda



La tutela del consumatore è sempre stata oggetto di particolare attenzione da parte del Legislatore, sia in ambito europeo¹, sia in ambito nazionale. Si tratta di un aspetto particolarmente importante da tenere in considerazione nella valutazione dei comportamenti che un'impresa deve porre in essere nel caso in cui voglia vendere *on-line* i propri beni e servizi: infatti, conoscere quali sono le protezioni che l'ordinamento riconosce al consumatore consente di evitare errori nella progettazione del sito, nell'operatività dello stesso e nei relativi contenuti e, conseguentemente, occasioni di sanzioni e/o contenzioso. Per comprensibili motivi di spazio, ci limiteremo ad illustrare velocemente (e senza alcuna pretesa di esaustività) alcuni dei principali aspetti a cui il venditore deve porre particolare attenzione.

Preliminarmente alla nostra breve trattazione è ricordare le definizioni fornite dall'art. 3 del Codice del consumo (Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206), laddove prevede che:

- il consumatore è “*la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta*”,
- il professionista è “*la persona fisica o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale, ovvero un suo intermediario*”.

La *ratio* delle misure a protezione del consumatore

La *ratio* che soggiace alla scelta del Legislatore di fornire una particolare tutela al consumatore nasce dalla considerazione che gli interessi dei consumatori, nel confronto con i professionisti, possano essere eccessivamente sacrificati, dal momento che, di norma, i professionisti dispongono di una forza economica e contrattuale e di informazioni nettamente superiore al consumatore. Da ciò nascono le previsioni di una serie di obblighi imposti ai professionisti e di diritti correlati a favore del consumatore, contenute in quella che è, nel nostro ordinamento, la fonte basilare di riferimento, ossia il già citato Codice del consumo, peraltro modificato recentemente dal Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n. 21².

La nozione di contratto a distanza

Secondo quanto previsto dall'art. 50 del Codice del consu-

1) In questa sede, per comprensibili ragioni di spazio, ci limiteremo a ricordare:

l'art. 153 del Trattato istitutivo della Comunità Europea del 1957, secondo cui “*Al fine di promuovere gli interessi dei consumatori ed assicurare un livello elevato di protezione dei consumatori, l'Unione contribuisce a tutelare la salute, la sicurezza e gli interessi economici dei consumatori nonché a promuovere il loro diritto all'informazione, all'educazione e all'organizzazione per la salvaguardia dei propri interessi*”;

la direttiva 85/374/CEE del 1985, in materia di responsabilità per danno da prodotti difettosi;

la direttiva 92/59/CEE del 1992, relativa alla sicurezza generale dei prodotti, abrogata e sostituita 2001/95/CEE;

la direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori.

2) Attuazione della direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, recante modifica delle direttive 93/13/CEE e 1999/44/CE e che abroga le direttive 85/577/CEE e 97/7/CE.



mo, il contratto a distanza è “*il contratto avente per oggetto beni o servizi stipulato tra un professionista e un consumatore nell'ambito di un sistema di vendita o di prestazione di servizi a distanza organizzato dal professionista che, per tale contratto, impiega esclusivamente una o più tecniche di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso*”. L'acquisto sul sito internet del professionista rientra proprio in tale tipologia di contratto ed è oggetto di una peculiare disciplina che andremo brevemente ad illustrare, allo scopo di fornire al professionista (*rectius*, venditore) un utile *vademecum*.

Gli obblighi di informazione in capo al venditore nel caso di vendita *on-line*

Secondo l'art. 51 del Codice, 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, direttamente prima che il consumatore inoltri l'ordine, le seguenti informazioni:

- le caratteristiche principali dei beni o servizi, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi;
- il prezzo totale dei beni o dei servizi comprensivo delle imposte o, se la natura dei beni o servizi comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo e, se del caso, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali e ogni altro costo oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore; nel caso di un contratto a tempo indeterminato o di un contratto comprendente un abbonamento, il prezzo totale include i costi totali per periodo di fatturazione; quando tali contratti prevedono l'addebitamento di una tariffa fissa, il prezzo totale equivale anche ai costi mensili totali; se i costi totali non possono essere ragionevolmente calcolati in anticipo, devono essere fornite le modalità di calcolo del prezzo;



- la durata del contratto, se applicabile, o, se il contratto è a tempo indeterminato o è un contratto a rinnovo automatico, le condizioni per recedere dal contratto;
- se applicabile, la durata minima degli obblighi del consumatore a norma del contratto.

La procedura telematica deve garantire 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 le precedenti disposizioni, il consumatore non è vincolato dal contratto o dall'ordine.



I siti di commercio elettronico devono indicare 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.

La tempistica di consegna

Secondo quanto previsto dall'art. 61 del Codice, salva diversa pattuizione delle parti del contratto di vendita, il venditore è obbligato a consegnare i beni al consumatore senza ritardo ingiustificato e, al più tardi, entro trenta giorni dalla data di conclusione del contratto. In caso di mancato rispetto del termine, il consumatore invita il venditore ad effettuare la consegna entro un termine supplementare appropriato alle circostanze e, se la consegna rimane ancora inattuata, il consumatore è legittimato a risolvere il contratto, salvo il diritto al risarcimento dei danni.

Il diritto di recesso a favore del consumatore

Tranne alcune ipotesi eccezionali³, il consumatore ha sempre il diritto di recedere (ovvero, diritto di ripensamento – art. 52 del Codice), senza dover indicare alcuna giustificazione. Tocca al venditore fornire al consumatore le necessarie indicazioni sul diritto di recesso ed un modello da utilizzare, da esercitare entro il termine di 14 giorni (di calendario e non solo lavorativi). Se le informazioni sono state omesse, il

3) Art. 59. Eccezioni al diritto di recesso

1. Il diritto di recesso di cui agli articoli da 52 a 58 per i contratti a distanza e i contratti negoziati fuori dei locali commerciali è escluso relativamente a: a) i contratti di servizi dopo la completa prestazione del servizio se l'esecuzione è iniziata con l'accordo espresso del consumatore e con l'accettazione della perdita del diritto di recesso a seguito della piena esecuzione del contratto da parte del professionista; b) la fornitura di beni o servizi il cui prezzo è legato a fluttuazioni nel mercato finanziario che il professionista non è in grado di controllare e che possono verificarsi durante il periodo di recesso; c) la fornitura di beni confezionati su misura o chiaramente personalizzati; d) la fornitura di beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente; e) la fornitura di beni sigillati che non si prestano ad essere restituiti per motivi igienici o connessi alla protezione della salute e sono stati aperti dopo la consegna; f) la fornitura di beni che, dopo la consegna, risultano, per loro natura, inscindibilmente mescolati con altri beni; g) la fornitura di bevande alcoliche, il cui prezzo sia stato concordato al momento della conclusione del contratto di vendita, la cui consegna possa avvenire solo dopo trenta giorni e il cui valore effettivo dipenda da fluttuazioni sul mercato che non possono essere controllate dal professionista; h) i contratti in cui il consumatore ha specificamente richiesto una visita da parte del professionista ai fini dell'effettuazione di lavori urgenti di riparazione o manutenzione. Se, in occasione di tale visita, il professionista fornisce servizi oltre a quelli specificamente richiesti dal consumatore o beni diversi dai pezzi di ricambio necessari per effettuare la manutenzione o le riparazioni, il diritto di recesso si applica a tali servizi o beni supplementari; i) la fornitura di registrazioni audio o video sigillate o di software informatici sigillati che sono stati aperti dopo la consegna; l) la fornitura di giornali, periodici e riviste ad eccezione dei contratti di abbonamento per la fornitura di tali pubblicazioni; m) i contratti conclusi in occasione di un'asta pubblica; n) la fornitura di alloggi per fini non residenziali, il trasporto di beni, i servizi di noleggio di autovetture, i servizi di catering o i servizi riguardanti le attività del tempo libero qualora il contratto preveda una data o un periodo di esecuzione specifici; o) la fornitura di contenuto digitale mediante un supporto non materiale se l'esecuzione è iniziata con l'accordo espresso del consumatore e con la sua accettazione del fatto che in tal caso avrebbe perso il diritto di recesso.

periodo per l'esercizio del diritto di recesso è di 12 mesi e 14 giorni.

Il recesso deve essere esercitato, anche utilizzando un modello diverso da quello allegato dal venditore, tramite una forma che dia certezza dell'identità del recedente e della consegna: non solo la classica raccomandata A/R ma anche una semplice PEC. Il consumatore, ovviamente, deve restituire il bene, con spese postali a suo carico (fatta salva la possibilità che il venditore, per ragioni di politica commerciale, voglia farsi carico delle suddette spese), entro 14 giorni da quando ha esercitato il recesso.

Il venditore, ricevuto il recesso, ne dà conferma senza indugio al consumatore e, nei 14 giorni successivi, provvede a riaccreditare⁴ le somme al consumatore, comprensive delle eventuali spese di consegna. Tuttavia, il venditore non è tenuto a rimborsare i costi supplementari qualora il consumatore abbia scelto espressamente un tipo di consegna diversa dal tipo meno costoso di consegna offerto. Salvo che il venditore abbia offerto di ritirare egli stesso i beni, con riguardo ai contratti di vendita, il professionista può trattenere il rimborso finché non abbia ricevuto i beni oppure finché il consumatore non abbia dimostrato di aver rispedito i beni, a seconda di quale situazione si verifichi per prima.

Le sanzioni ed il foro competente

Secondo quanto previsto dall'art. 62 del Codice, salvo che il fatto costituisca reato, il venditore che contravviene ai suoi obblighi (ad esempio, non fornisce l'informazione al consumatore, ovvero ostacola l'esercizio del diritto di recesso ovvero fornisce informazione incompleta o errata o comunque non conforme sul diritto di recesso da parte del consumatore, ovvero non rimborsa al consumatore le somme da questi eventualmente pagate), è punito con la sanzione amministrativa pecuniaria da tremila euro a diciottomila euro.

Nei casi di particolare gravità o di recidiva, i limiti minimo e massimo della suddetta sanzione sono raddoppiati. La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione.

Infine, ai sensi dell'art. 63 del Codice, per le controversie civili la competenza territoriale inderogabile è del giudice del luogo di residenza o di domicilio del consumatore, se ubicati nel territorio dello Stato.

4) Eventualmente, anche attraverso la carta di credito utilizzata. Prevede, infatti, l'art. 56 (*Pagamento mediante carta*) del Codice del consumo che:

1. *Il consumatore può effettuare il pagamento mediante carta ove ciò sia previsto tra le modalità di pagamento, da comunicare al consumatore ai sensi dell'articolo 52, comma 1, lettera e).*

2. *L'istituto di emissione della carta di pagamento riaccredita al consumatore i pagamenti dei quali questi dimostri l'eccedenza rispetto al prezzo pattuito ovvero l'effettuazione mediante l'uso fraudolento della propria carta di pagamento da parte del professionista o di un terzo, fatta salva l'applicazione dell'articolo 12 del decreto-legge 3 maggio 1991, n. 143, convertito, con modificazioni, dalla legge 5 luglio 1991, n. 197. L'istituto di emissione della carta di pagamento ha diritto di addebitare al professionista le somme riaccreditate al consumatore.*