



OBBLIGHI NORMATIVI PER LA CREAZIONE DI UN SITO WEB

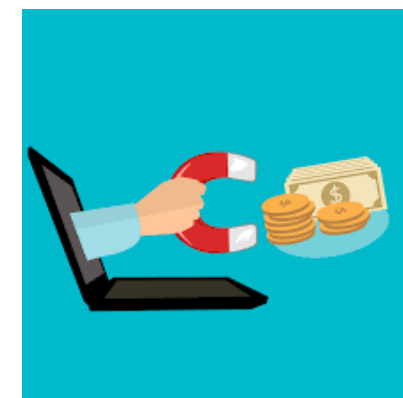
Avv. Claudio Vitale

Tipologie di siti internet

1) SITO VETRINA



2) SITO DI VENDITA ON LINE (E-COMMERCE)



PRIVACY POLICY



Fonti normative di riferimento:

- GDPR (General Data Protection Regulation - Regolamento generale sulla protezione dei dati) regolamento (UE) n. 2016/679;
- D.Lgs 196/2003 (Codice Privacy), come modificato dal D.Lgs. 101/2018.

Principi della Privacy Policy



1) ACCOUNTABILITY

2) PROFILAZIONE

3) MINIMIZZAZIONE



FormezPA

COOKIE POLICY

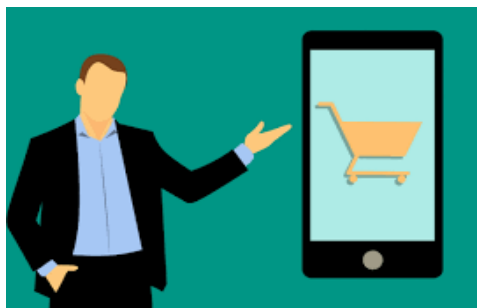


Tipologie

- 1) **COOKIE TECNICI** es. login, lingua
- 2) **COOKIE ANALYTICS** es. fini statistici
- 3) **COOKIE DI PROFILAZIONE** es. preferenze marketing
- 4) **COOKIE DI TERZE PARTI** es. facebook, instagram, twitter



DATI SOCIETARI ON LINE



Dati societari da inserire nella parte bassa della pagina web (footer)

SOCIETÀ DI CAPITALI: Ragione sociale; Indirizzo della sede legale; Codice fiscale e/o partita IVA; il numero di REA e l'Ufficio del Registro delle Imprese dove si è iscritti; i contatti (telefono, pec, fax se presente); valore del capitale sociale oppure di bilancio che è stato versato, così come risulta dall'ultimo bilancio; eventuale liquidazione; eventuale stato di società con socio unico; eventuale assoggettamento ad attività di direzione e di coordinamento indicando la società che esercita il controllo.

SOCIETÀ DI PERSONE: numero di partita IVA – N.B. si consiglia di pubblicare anche la pec

SANZIONE: La mancata pubblicazione della partita iva in home page può essere multata con una sanzione che va da un minimo di 258 euro e fino ad un massimo di 2.065 euro.

Realizzazione sito web

– **DOMINIO**: il nome del sito web (es. www.nomedeldominio) rappresenta l'indirizzo dell'abitazione e il suffisso (it, .com, .net, .org. ecc) rappresenta il numero civico;



– **HOST**: cioè lo spazio su cui materialmente si va a posizionare il sito web



Tipologie di vendite on line



- **Business to Business (B2B)**: ovvero una attività telematica a supporto delle transazioni commerciali tra aziende;
- **Business to Consumer (B2C)**: la forma più diffusa di e-commerce, che riguarda la fornitura di beni e servizi dall'azienda al consumatore;
- **Consumer to Consumer (C2C)**: uno scambio diretto tra due consumatori (anziché tra azienda e consumatore), tramite terze parti (una piattaforma online) ad esempio alle aste o annunci on line (es. su E-Bay, Facebook, Subito).

Adempimenti amministrativi



- 1) **Costituzione del soggetto giuridico** (es. s.r.l., s.p.a., impresa individuale);
- 2) **Pec e firma digitale**;
- 3) **Iscrizione Registro delle Imprese** esclusivamente in via telematica tramite la Comunicazione Unica (ComUnica);
- 4) **Partita Iva** codice ATECO 47.91.10, “Commercio al dettaglio di qualsiasi tipo di prodotto via internet”

Adempimenti amministrativi



- 5) **Posizione INPS** mediante Comunicazione Unica (ComUnica);
- 6) **SCIA** tramite comunicazione SUAP o ComUnica
- Requisiti professionali per commercio di prodotti alimentari:
 - avere frequentato con esito positivo un corso professionale riconosciuto per il commercio, la preparazione o la somministrazione degli alimenti;
 - avere per almeno due anni, anche non continuativi, nel quinquennio precedente, esercitato in proprio attività d'impresa nel settore alimentare o nel settore della somministrazione di alimenti e bevande o avere prestato la propria opera, presso questa tipologia di imprese, in qualità di dipendente qualificato, addetto alla vendita o all'amministrazione o alla preparazione degli alimenti, o in qualità di socio lavoratore o in altre posizioni equivalenti o, se si tratta di coniuge, parente o affine, entro il terzo grado, dell'imprenditore, in qualità di coadiutore familiare, comprovata dalla iscrizione all'INPS;
 - essere in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore o di laurea, anche triennale, o di altra scuola ad indirizzo professionale, almeno triennale, purché nel corso di studi siano previste materie attinenti al commercio, alla preparazione o alla somministrazione degli alimenti.
- 7) **VIES** iscrizione dovuta solo nell'ambito delle transazioni intracomunitarie.

Attenzione alla Privacy



Registrazione al sito



Newsletter



Sanzioni amministrative del GDPR: fino ad un massimo di € 20.000.000 per i privati e le imprese non facenti parte di gruppi. Fino al 4% del fatturato complessivo (consolidato) per i Gruppi societari



Codice del Consumo (D.Lgs. n. 206/2005) e Normativa Commercio Elettronico (D.Lgs. n. 70/2003)

per ogni prodotto/servizio venduto on line devono essere indicati:

- una descrizione esaustiva del prodotto o del servizio offerto;
- il prezzo, comprensivo di imposte ed eventualmente dello sconto applicato;
- le modalità di pagamento es. bonifico bancario, carte di credito, carte prepagate, paypal, contrassegno alla consegna (tutte queste modalità possono essere semplicemente richiamati per esempio con delle icone);
- la modalità di spedizione, i costi ed i tempi di consegna;
- la possibilità di correggere eventuali errori fatti in fase di ordine



Codice del Consumo (D.Lgs. n. 206/2005) e Normativa Commercio Elettronico (D.Lgs. n. 70/2003)

- riportare in maniera esplicita le parole “ordine con obbligo di pagare” o una formulazione chiara che indichi che l’inoltro dell’ordine implica l’obbligo di pagare il venditore (es. paga ora).

Al termine dell’acquisto, poi, il venditore è tenuto a inviare una conferma con:

- le caratteristiche del bene acquistato;
- il prezzo;
- le modalità di pagamento prescelta;
- le condizioni del contratto;
- la modalità di spedizione, i costi ed i tempi di consegna prescelti;
- informare gli utenti del fatto che hanno la possibilità di utilizzare lo strumento per la risoluzione online delle controversie (noto anche come ODR- Online Dispute Resolution) gestito dalla Commissione Europea. A tal fine si suggerisce di inserire il link della piattaforma ODR (<https://webgate.ec.europa.eu/odr>) oppure riportarlo nelle Condizioni generali di vendita;
- il diritto di recesso (normalmente inserite nelle Condizioni generali di vendita).



Diritto di recesso o di ripensamento

- **entro 14 giorni** dalla ricezione del bene – art.52 Codice del Consumo - senza la necessità di indicare delle motivazioni;
- **se non viene chiaramente indicato** nel sito il diritto di recesso per il consumatore può essere fatto valere **fino a 12 mesi** dalla ricezione del bene;
- vendita on line del pesce o dei prodotti dell'acquacoltura c'è una particolarità applicata al diritto di recesso, infatti ai sensi dell'art. 59 del Codice del Consumo il **diritto di recesso è escluso nei casi in cui i "beni rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente"**



Garanzia legale

La garanzia legale è valevole per **due anni** dalla consegna del bene, mentre un anno nel caso di prodotti usati o di seconda mano, e va fatta valere **entro due mesi** dalla scoperta del problema. In tal caso il consumatore ha il diritto alla riparazione o alla sua sostituzione e spetta al venditore pagare le spese di spedizione.

Nel caso della vendita di pesci o prodotti dell'acquacoltura, essendo beni di consumo alimentare che per loro natura sono **deperibili**, sono soggetti a scadenza in un **termine più breve** es. 7 giorni, nel qual caso il difetto dovrà essere denunciato entro tale termine ridotto.



Contenziosi legali

Per le controversie inerenti il commercio online in cui è presente un consumatore, la competenza territoriale inderogabile è del **giudice del luogo di residenza o di domicilio del consumatore**. Eventuali clausole che stabiliscono un foro del consumatore diverso si ritengono **clausole vessatorie** che necessitano di una specifica approvazione in contratto.

Esistono poi **procedure conciliative extragiudiziali** (es. l' ODR che ho detto prima) che vengono riportate nelle Condizioni generali di vendita.



Tipologie di e-commerce

- **E-commerce diretto**, quando la transazione e il bene scambiato sono online, sono prodotti virtuali intangibili (software, siti web, immagini, testi, film e musica), che vengono acquisiti attraverso il “download” dell’utente;
- **E-commerce indiretto**, quando la transazione è online ma il bene è fisico (es. vendita del pesce)



Fatturazione e-commerce indiretto

- In caso di e-commerce indiretto, la cessione avviene per via telematica ma la consegna dei beni avviene tramite canali tradizionali (consegna del bene tramite vettore o spedizionario).
- Ai fini Iva tali operazioni sono assimilate alle **vendite per corrispondenza**.
- In particolare, si tratta di cessioni di beni non soggette ad obbligo di fatturazione (se non richiesta dal cliente), ne all'obbligo di certificazione mediante emissione dello scontrino o ricevuta fiscale.
- I corrispettivi delle vendite devono essere comunque annotati nell'apposito registro.



CONDIZIONI DI VENDITA (CONTRATTO)

- Preparare un contratto **completo**, **chiaro** ma anche **personalizzato** rispetto alla specifica attività svolta dal venditore.
- L'acquirente deve essere **maggiorenne**. Infatti ai sensi dell'art. 1425 c.c. il contratto è annullabile se una delle parti è incapace di contrarre (tra le cause di incapacità legale rientra quella di essere minore di età ex art. 2 c.c. oppure se interdetto, inabile, ecc.).
- Con la **registrazione** l'acquirente dichiara la propria età, garantendo di essere maggiorenne e che i dati personali forniti sono veritieri, corretti, aggiornati e riferiti alla persona che li inserisce.



Clausole Vessatorie

- Le clausole vessatorie sono quelle che implicano un particolare onere per chi accetta il contratto scritto interamente dalla controparte. Proprio perché sono delle clausole che determinano uno “squilibrio” dei diritti e degli obblighi contrattuali a favore del venditore, queste vanno **approvate specificamente**, in caso contrario vengono ritenute nulle dalla legge.
- Per autorizzare le clausole vessatorie è necessario predisporre apposite domande alle quali l'utente può rispondere tramite la formula **point and click**, ossia la spunta da porre all'interno di caselle (checkbox) come dall'immagine.



Accettazione del contratto

- Esistono tre clausole che devono essere sempre presenti all'atto della conclusione della compravendita e senza l'accettazione delle quali è impossibile concludere la vendita, la cui dicitura deve essere (pur consentendo delle varianti):
- Acconsento al trattamento dei dati e di aver preso visione della [Privacy Policy](#) (con link diretto a quest'ultima);
- Dichiaro di accettare i termini e condizioni del contratto (con link a termini e condizioni del contratto, consentendo all'acquirente la possibilità di vedere a video il contratto e scaricarlo sul proprio pc/tablet/cellulare – indicazione fornita dalla recente ordinanza della Corte di Cassazione a Sez. Unite n.3561 del 13/2/2020);
- Dichiaro di accettare gli articoli dei termini e condizioni del contratto ex artt. 1341 e 1342 cc cioè le clausole vessatorie es. deroga del Foro (con link a termini e condizioni del contratto, dove si suggerisce di evidenziare con caratteri e colori diversi le clausole vessatorie inserite nel contratto così da evitare contestazioni da parte del consumatore nel non aver visto clausole piccole o poco chiare).



Recensioni false

- Un elemento fondamentale dell'e-commerce è la reputazione della marca, la reputazione della mia attività di vendita (brand reputation) che grazie alle recensioni positive da parte dei clienti può incidere sull'aumento delle proprie vendite.
- Tuttavia, è frequente incorrere anche in recensioni negative: per questo un monitoraggio periodico, da effettuare sia sul proprio sito (quando viene prevista una sezione sulle recensioni degli utenti) che sulle piattaforme terze (es. Facebook e Google My Business, Tripadvisor) è di vitale importanza per scovare eventuali recensioni false e diffamatorie.



Foto e Copyright

- Una foto per essere classificata come “opera” ai sensi della legge sul diritto d’autore (Legge, 22/04/1941 n. 633), deve trattarsi di un’ “opera dell’ingegno di carattere creativo” cioè quando il fotografo svolge una qualsiasi forma di rappresentazione artistica (giuridicamente si parla di *opera fotografica*).
- Il fotografo è di regola sia l’ideatore di un’opera sia l’autore.
- Se sulla propria pagina si vogliono inserire immagini di un fotografo, è necessaria la sua autorizzazione. Se non si possiede il copyright, si verifica una violazione del diritto d’autore.
- Per ovviare a questo problema i gestori di siti web hanno tre opzioni: 1) realizzare le foto per il proprio sito da sé; 2) utilizzare le agenzie fotografiche e pagando i diritti d’autore; 3) ricorrere a immagini con una licenza Creative Commons (gli autori possono mettere la loro opera a disposizione del pubblico e fissare le condizioni di utilizzo desiderate) tramite portali come Flickr oppure utilizzare il sistema di ricerca immagini avanzata di Google.

GRAZIE A TUTTI!

