



La nuova tutela dei consumatori a partire dal 13 Giugno 2014

Normativa sui diritti dei consumatori

Autrice: Elisa Ceciliati

Auditor & Consulente Legale Italia Trusted Shops

Colonia, Maggio 2014.



Indice

Indice.....	2
Introduzione.....	3
1. Obblighi informativi precontrattuali.....	3
1.1 Informazioni sul commerciante online.....	8
1.2 Descrizione dei prodotti.....	8
1.3 Informazioni sulla consegna e pagamento.....	8
1.3.1 Consegna.....	8
1.3.2 Restrizioni relative alla consegna.....	10
1.3.3 Mezzi di pagamento.....	10
1.3.4 Cosa si può fare prima del 13 giugno 2014?.....	10
2. Diritto di recesso (Rinvio).....	11
2.1 Modifica dei termini a favore del consumatore.....	11
2.2 Obbligo del professionista di informativa precontrattuale.....	11
2.3 Forma per l'esercizio del diritto di recesso.....	11
3. Pagina d'ordine: nuove informazioni obbligatorie.....	12
4. E-mail di conferma.....	14

Introduzione

Il 26 Marzo 2014 è entrato in vigore il testo definitivo del d.lgs. 21/2014, che recepisce la direttiva 83/2011 sulla tutela dei consumatori e introduce una serie di novità nell'ambito dei contratti a distanza ed in particolare dei contratti stipulati online. La nuova disciplina verrà applicata ai contratti conclusi a partire dal 14 giugno 2014. I rapporti online tra professionista e consumatore verranno dunque, per gran parte, regolati dal Codice del Consumo (d.lgs. 206/2005), dal d.lgs. 70/2003 relativo ai servizi della società dell'informazione nel mercato interno con particolare riferimento al commercio elettronico, e, per alcuni aspetti, dal codice civile.

Importante sottolineare come la nuova regolamentazione sia finalizzata a rendere più semplice il commercio online transfrontaliero, garantendo un'armonizzazione massima della disciplina in questione e fornendo degli strumenti standardizzati (come il modulo e il formulario per il diritto di recesso) per tutta Europa.

Tra le novità, oltre al diritto di recesso, devono essere menzionate nuove disposizioni per la consegna, più stringenti e completi obblighi informativi precontrattuali, disposizioni precise sul layout della pagina riassuntiva dell'ordine prima della conclusione dell'acquisto.

Per evitare di dover affrontare questi cambiamenti all'ultimo minuto, Trusted Shops indica in questo libro bianco gli aspetti che possono esser già implementati nel Suo negozio online e offre suggerimenti su come prepararsi per le successive modifiche.

1. Obblighi informativi precontrattuali

Tra le novità introdotte dalla direttiva europea vi sono obblighi informativi precontrattuali più stringenti rispetto a quanto previsto fino ad ora dal Codice del Consumo, indirizzati a garantire più chiarezza nei rapporti contrattuali online.

Più nello specifico tra le novità previste troviamo un'informativa completa sul diritto di recesso, sui prezzi totali dei beni e servizi offerti nel negozio online (con delle particolarità per contratti a tempo indeterminato), sulle eventuali eccezioni al diritto di recesso e così via. Tutte queste informazioni dovranno, a partire dal 13 giugno 2014, esser fornite nel negozio online in pagine informative generali, rese permanentemente disponibili tramite un link nel footer del negozio.



Consiglio pratico

Cercate di raccogliere le informazioni necessarie nelle vostre condizioni generali di vendita e limitate i riferimenti in altre pagine: otterrete un'immagine più chiara e professionale, evitando il moltiplicarsi di pagine informative che, se troppo numerose, creano solo confusione e aumentano il rischio di contraddizioni

Per non esser colti impreparati per il fatidico venerdì 13, ecco un **prospetto riassuntivo** sulle informazioni previste dalla nuova normativa e, soprattutto, su quelle informazioni che potranno già esser adattate nel vostro negozio online prima di tale data.

Si fa presente che alcune delle informazioni presentate di seguito **dovrebbero già essere fornite** nel vostro negozio online, anche se, in determinati casi, secondo criteri e tempistiche diversi. Fate attenzione alle indicazioni della seconda colonna!

Alcuni argomenti rilevanti sono approfonditi di seguito.



Obblighi informativi precontrattuali secondo la nuova versione del Codice del Consumo (aggiornato ex d.lgs. 21/2014)	Si può già introdurre il cambiamento?	In quale pagina fornire l'informazione? (nel caso in cui sia la legge a fornire questa indicazione, verrà utilizzato il corsivo)
<p>Informazioni sul commerciante online</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identità del professionista ▪ Nome e forma giuridica dell'impresa ▪ Indirizzo geografico, numero di telefono, fax e indirizzo di posta elettronica ▪ Indirizzo geografico e identità del professionista per conto del quale agisce (se applicabile) ▪ Indirizzo geografico della sede del professionista dove spedire eventuali reclami (se diverso da quello della sede dell'impresa) ▪ Numero di partita IVA ▪ Numero di partita IVA ▪ Numero di iscrizione al registro delle imprese o numero di REA ▪ In caso di s.p.a., s.a.p.a. e s.r.l. l'indicazione del capitale sociale effettivamente versato secondo quanto risulta dall'ultimo bilancio (punto critico) ▪ La composizione unipersonale per s.p.a. e s.r.l. se queste hanno un unico socio (punto critico) 	<p>SI (informazioni che dovrebbero già esser contenute nel vostro negozio)</p>	<p>Pagina "informazioni legali" o "chi siamo"</p> <p>N.B. Questa pagina può esser indicata separatamente tramite un chiaro link nel footer del negozio (best practice), oppure le informazioni possono esser riportate direttamente nel footer del negozio o introdotte all'inizio delle condizioni generali di vendita.</p>
<p>Descrizione prodotti</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Caratteristiche principali dei prodotti e , se applicabile, la funzionalità del contenuto digitale, comprese le misure applicabili di protezione tecnica ▪ Qualsiasi interoperabilità pertinente del contenuto digitale con l'hardware e il software , di cui il professionista sia a conoscenza o di cui ci si può ragionevolmente attendere che sia venuto a conoscenza, ove applicabile 	<p>SI (per quanto riguarda le caratteristiche dei beni: informazioni che dovrebbero già esser contenute nel vostro negozio)</p> <p>SI</p>	<p>Pagina prodotto e <i>"direttamente prima che il consumatore inoltri l'ordine"</i> (cioè nella schermata riassuntiva dell'ordine)</p> <p>Pagina prodotto</p>



<p>Informazioni su prezzi e costi aggiuntivi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 ▪ 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 ▪ il costo dell'utilizzo del mezzo di comunicazione a distanza per la conclusione del contratto quando tale costo è calcolato su una base diversa dalla tariffa di base; 	<p>SI (informazioni che dovrebbero già esser contenute nel vostro negozio. Per quanto riguarda il momento in cui fornire l'informazione fino al 13 Giugno 2013 è sufficiente un'indicazione nell'offerta – ossia prima di entrare nel carrello)</p> <p>SI (informazione che dovrebbe già essere presente nel vostro negozio)</p>	<p>Pagina prodotto e <i>“direttamente prima che il consumatore inoltri l'ordine”</i> (cioè nella schermata riassuntiva dell'ordine)</p> <p>Al più tardi <i>“direttamente prima che il consumatore inoltri l'ordine”</i> (cioè nella schermata riassuntiva dell'ordine)</p> <p>In prossimità del numero rilevante</p>
<p>Informazioni sulla consegna e pagamento</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ le modalità di pagamento, consegna ed esecuzione, la data entro la quale il professionista si impegna a consegnare i beni o a prestare i servizi ▪ restrizioni relative alla consegna (se applicate) ▪ quali mezzi di pagamento sono accettati 	<p>SI (informazioni che dovrebbero già esser contenute nel vostro negozio)</p> <p>SI (informazioni che dovrebbero già esser contenute nel vostro negozio. Prima del 13 Giugno non necessariamente nelle modalità descritte a destra)</p>	<p>Condizioni generali di vendita e/o pagina prodotto e/o pagine informative sulla consegna e metodi di pagamento</p> <p>Come sopra e <i>“al più tardi all'inizio del processo di ordinazione”</i> (N.B. a partire dal carrello)</p> <p>Condizioni generali di vendita e/o pagine informative generali e <i>“al più tardi all'inizio del processo di ordinazione”</i> (N.B. a partire dal carrello)</p>
<p>Informazione rilevante per i contratti a tempo indeterminato o contratti comprendenti un abbonamento</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ il prezzo totale include i costi totali per periodo di fatturazione ▪ quando tali contratti prevedono 		<p>Pagina prodotto e al più tardi <i>“direttamente prima che il consumatore inoltri l'ordine”</i> (cioè nella schermata riassuntiva dell'ordine)</p> <p>Pagina prodotto e al più tardi</p>



<ul style="list-style-type: none"> ▪ l'addebitamento di una tariffa fissa, il prezzo totale equivale anche ai costi mensili totali ▪ 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; 		<p><i>“direttamente prima che il consumatore inoltri l’ordine”</i> (cioè nella schermata riassuntiva dell’ordine)</p> <p>Condizioni generali di vendita e al più tardi <i>“direttamente prima che il consumatore inoltri l’ordine”</i> (cioè nella schermata riassuntiva dell’ordine)</p> <p>Condizioni generali di vendita e al più tardi <i>“direttamente prima che il consumatore inoltri l’ordine”</i> (cioè nella schermata riassuntiva dell’ordine)</p>
<p>Altri obblighi informativi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ gli elementi di individuazione, nonché gli estremi della competente autorità di vigilanza qualora un'attività sia soggetta a concessione, licenza od autorizzazione ▪ l'ordine professionale o istituzione analoga, presso cui il prestatore sia iscritto e il numero di iscrizione (Per professioni regolamentate); ▪ il titolo professionale e lo Stato membro in cui è stato rilasciato (Per professioni regolamentate); ▪ l'esistenza di codici di condotta pertinenti e come possa esserne ottenuta copia, se del caso ▪ un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformità per i beni; 	<p>SI (informazioni che dovrebbero già esser contenute nel vostro negozio)</p> <p>SI (informazioni che dovrebbero già esser contenute nel vostro negozio)</p> <p>SI (informazioni che dovrebbero già esser contenute nel vostro negozio)</p> <p>SI</p>	<p>Pagina “informazioni legali” o “chi siamo”</p> <p>N.B. Questa pagina può esser indicata separatamente tramite un chiaro link nel footer del negozio (best practice), oppure le informazioni possono esser riportate direttamente nel footer del negozio o introdotte all’ inizio delle condizioni generali di vendita.</p> <p>Pagina “informazioni legali” o “chi siamo” (eventualmente anche nelle condizioni generali di vendita)</p> <p>N.B. Questa pagina può esser indicata separatamente tramite un chiaro link nel footer del negozio (best practice), oppure le informazioni possono esser riportate direttamente nel footer del negozio o introdotte all’ inizio delle condizioni generali di vendita.</p> <p>Condizioni generali di vendita</p> <p>Condizioni generali di vendita</p>



<ul style="list-style-type: none"> ▪ se applicabili, l'esistenza e le condizioni dell'assistenza postvendita al consumatore, dei servizi postvendita e delle garanzie commerciali; ▪ se applicabili, l'esistenza e le condizioni di depositi o altre garanzie finanziarie che il consumatore è tenuto a pagare o ▪ fornire su richiesta del professionista; ▪ se applicabile, la possibilità di servirsi di un meccanismo extra-giudiziale di reclamo e ricorso cui il professionista è soggetto e le condizioni per avervi accesso. 	<p>SI</p> <p>SI</p> <p>SI</p>	<p>Condizioni generali di vendita</p> <p>Condizioni generali di vendita</p> <p>Condizioni generali di vendita</p>
<p>Informazione sul diritto di recesso</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ in caso di sussistenza di un diritto di recesso, le condizioni, i termini e le procedure per esercitare tale diritto ▪ se applicabile, l'informazione che il consumatore dovrà sostenere il costo della restituzione dei beni in caso di recesso e in caso di contratti a distanza qualora i beni per loro natura non possano essere normalmente restituiti a mezzo posta; ▪ che, se il consumatore esercita il diritto di recesso dopo aver presentato una richiesta ai sensi dell'articolo 50, comma 3, o dell'articolo 51, comma 8, egli è responsabile del pagamento al professionista di costi ragionevoli, ai sensi dell'articolo 57, comma 3; ▪ se non è previsto un diritto di recesso ai sensi dell'articolo 59, l'informazione che il consumatore non beneficerà di un diritto di recesso o, se del caso, le circostanze in cui il consumatore perde il diritto di recesso 	<p>SI (ma le nuove condizioni, termini e decorrenze vanno introdotte solo dal 13 di Giugno 2014)</p> <p>SI</p> <p>NO</p> <p>SI (ma fino al 13 di Giugno facendo riferimento al catalogo delle esclusioni ex art. 55 della versione del Codice del Consumo ante D.Lgs. 21/14 e fornendole al più tardi nella e-mail di conferma dell'ordine)</p>	<p>Condizioni generali di vendita</p> <p>Condizioni generali di vendita</p> <p>Condizioni generali di vendita</p>



1.1 Informazioni sul commerciante online

Queste informazioni fanno parte del “biglietto da visita” commerciante online ed erano già previste dalla normativa ante D.lgs. 21/2014. Si tratta di un punto fondamentale della presentazione del negozio online che garantisce credibilità, professionalità e trasparenza nei rapporti con i propri clienti.

Le informazioni sull’identità del commerciante online devono esser sempre reperibili, anche quando ci si trovi già all’interno del processo d’ordine (dal carrello in poi).



Consiglio pratico

Fornite queste informazioni in un link nel footer del vostro negozio, denominandolo chiaramente “informazioni legali”, “chi siamo” o simili. Il cliente che voglia farsi un’idea della serietà della persona con cui si accinge a concludere un contratto potrà individuare l’informazione richiesta in un batter d’occhio.

Nel caso in cui la vostra professione sia sottoposta a **licenza, autorizzazione, concessione o sia una professione regolamentata** si prega di tener conto degli obblighi informativi aggiuntivi (vedere i primi quattro punti della penultima casella del prospetto riassuntivo sopra riportato).

1.2 Descrizione dei prodotti

Una precisa ed accurata descrizione dei prodotti fa parte integrante del commercio online perché supplisce all’impossibilità del cliente di testare e verificare con mano le qualità e le caratteristiche della merce offerta e quindi va ad integrare, con parole ed immagini, il pacchetto informativo dal quale fiorisce la volontà d’acquisto del cliente.

Proprio per evitare brutte sorprese per il cliente e quindi numerosi resi, ma anche per prevenire casi rilevanti dal punto di vista del diritto della concorrenza (pubblicità ingannevole e quant’altro), la descrizione deve esser più precisa e accurata possibile ed, ovviamente, veritiera.

1.3 Informazioni sulla consegna e pagamento

Per quanto riguarda le informazioni precontrattuali relative alla consegna e ai metodi di pagamento offerti nel negozio ci sono delle novità relative alla precisione e alle tempistiche secondo le quali le informazioni devono esser fornite. Inoltre il momento del passaggio del rischio per distruzione o danneggiamento della cosa è stato posticipato al momento in cui il consumatore o un terzo in sua vece, diverso dal vettore, entra materialmente in possesso dei beni.

1.3.1 Consegna

Le informazioni sulle modalità e tempistiche di consegna dovevano già esser fornite, secondo le disposizioni ante d.lgs. 21/14, “prima della conclusione di qualsiasi contratto a distanza”, senza ulteriori specificazioni. Ora vi sono due aspetti innovativi:

- Le modalità da seguire per fornire tali dati
- L’esattezza dell’informazione data

Per quanto riguarda **le modalità**, l’informazione, che è definita **precontrattuale**, deve esser fornita prima che il contratto sia effettivamente concluso (e quindi prima di selezionare il pulsante per acquistare i prodotti¹). Si

¹ La posizione dominante in dottrina sembra propendere per far coincidere il momento del perfezionamento del contratto con il momento in cui viene selezionato il pulsante “acquista” (contratti point&click).

consiglia quindi di fornire l'informazione nelle vostre condizioni generali di vendita (*best practice*) oppure in una pagina informativa generale (ad es. pagina "consegna e spedizioni"), oppure direttamente sulle pagine prodotto.



Consiglio pratico

Raggruppate l'informazione in un unico punto del negozio, nella migliore delle ipotesi, nelle vostre condizioni generali di vendita, ed evitate ripetizioni in altre pagine. In questo modo diminuite il pericolo di contraddizioni.

Per quanto riguarda l'**esattezza** dell'informazione sono da rilevare tre aspetti:

- L'informazione fornita deve metter il cliente nella posizione di poter **calcolare in anticipo** quando aspettarsi la consegna: perciò non bisogna confondere questo punto con informazioni sulla disponibilità e tempistiche di elaborazione dell'ordine. Fate partire il computo dei giorni da una data precisa ed oggettivamente determinabile (normalmente dalla conclusione dell'ordine tramite la selezione del pulsante "acquisto", o dall'accredito del denaro sul vostro conto in caso di pagamento anticipato – e qui sarebbe opportuno anche informare in via generica sulle tempistiche di accredito bancarie).
- Fornite l'**informazione sulla consegna per tutti i paesi selezionabili** nel processo d'ordine! Nel caso il vostro negozio offra consegne all'estero per numerosi paesi, si consiglia di catalogare i vari paesi per zone a seconda dei prezzi applicati dal vostro spedizioniere di fiducia.
- Il testo del d.lgs. parla di "DATA" della consegna. Questa espressione era stata originariamente utilizzata dal Parlamento Europeo (nella versione inglese *"the date by which the trader undertakes to deliver the goods"*), ma successivamente, sulla base di varie consultazioni tra Consiglio e Parlamento, il testo nella versione linguistica inglese è stato modificato in *"the time, by which the trader"*. La modifica non è stata però recepita in maniera corretta in altre versioni linguistiche, tra cui quella italiana (anche in Germania c'è lo stesso problema). Perciò è comunque da considerare sufficiente anche l'informazione data in forma di lasso di tempo, ad es. *"la consegna avverrà in 5-10 giorni dalla conclusione dell'ordine"* (salvo novità a livello giurisprudenziale sul tema).

Come sopra accennato, secondo le nuove disposizioni, l'obbligazione principale in capo al venditore, ossia l'**obbligazione di consegnare la cosa**, non sarà più soddisfatta con la consegna della cosa al vettore o spedizioniere (art. 1510 c.c. *"il venditore si libera dall'obbligo della consegna rimettendo la cosa al vettore o allo spedizioniere"*): infatti secondo la nuova formulazione applicata ai contratti conclusi con i consumatori *"l'obbligazione di consegna è adempiuta mediante il trasferimento della disponibilità materiale o comunque del controllo dei beni al consumatore"* (art. 61 comma 2 D.Lgs. 21/14).

Il conseguente passaggio del rischio in caso di perdita o danneggiamento dei beni (per causa non imputabile al venditore) si trasferisce al consumatore soltanto nel momento in cui **quest'ultimo, o un terzo da lui designato e diverso dal vettore, entra materialmente in possesso dei beni** (art. 63 comma 1 d.lgs.21/14).

Nella pratica ciò significa che in caso di perdita o danneggiamento della cosa trasportata sarete voi a dover riparare il danno causato al consumatore per la mancata consegna (ad esempio tramite la sostituzione con un nuovo prodotto o il rimborso delle somme pagate), per poi potervi rifare sul trasportatore a seconda degli accordi logistici con questi stipulati.

Inoltre fornire come opzione una spedizione assicurata, con un sovrapprezzo per l'assicurazione, sarà considerato comunque contrario alle nuove norme in quanto corrispondente ad un illegittimo accollo di responsabilità per il trasporto della cosa in capo al consumatore.



Consiglio pratico

Preoccupatevi già da ora di chiarire con il vostro spedizioniere di fiducia, quali sono le tempistiche previste per i Paesi selezionabili nel vostro processo d'ordine. Fornire un'informazione precisa sulle tempistiche di consegna è sinonimo di qualità del servizio e il primo passo per una fidelizzazione del cliente.



Accordatevi con lo spedizioniere anche per assicurare tutte le vostre spedizioni.

1.3.2 Restrizioni relative alla consegna

Per quanto riguarda eventuali restrizioni alla consegna, ad esempio geografiche, la corrispondente informazione (se non già contenuta in maniera chiara e precisa tra le informazioni di consegna di cui sopra) deve esser fornita al più tardi all'*inizio del processo di ordinazione*.

Per l'Italia casi come questo si hanno normalmente per Sardegna, Sicilia, Calabria e isole minori. Ancora non è chiaro quale precisione dovrà essere adoperata nell'indicare specificatamente queste zone "problematiche", né se espressioni generiche quali "zone remote" saranno da considerare accettabili.

Consiglio pratico



Cercate di fornire chiare indicazioni sulle zone per le quali sono previsti ritardi nella consegna (precisando di quanti giorni si tratta) e di indicate chiaramente se il negozio non prevede spedizioni per determinati luoghi. Al più tardi l'informazione deve esser data all'inizio del processo d'ordinazione in modo chiaro e leggibile.

1.3.3 Mezzi di pagamento

Le modalità di pagamento offerte dal negozio dovevano esser fornite, secondo la normativa ante d.lgs. 21/14, "*prima della conclusione di qualsiasi contratto a distanza*", e quindi anche qui la novità è relativa. L'informazione poteva esser fornita dunque nelle pagine informative ad hoc (metodi di pagamenti), con dei banner nella homepage e, nella migliore delle ipotesi, nelle condizioni generali di vendita.

Secondo le nuove disposizioni, nel caso in cui l'informazione non sia già contenuta nelle pagine sopraindicate, dovrà necessariamente al più tardi resa nota *all'inizio del processo d'ordine*.

Consiglio pratico



Molto spesso si utilizzano banner per pubblicizzare metodi di pagamento che poi non vengono offerti nel negozio, oppure che vengono offerti solo attraverso fornitori di servizi di pagamento online (si pensi ad esempio alle carte di credito utilizzabili nel negozio solo tramite Paypal). Queste informazioni dovrebbero esser corrette in quanto potrebbero esser considerate, da un punto di vista della concorrenza, come ingannevoli, una sorta di specchietto per le allodole per attirare più consumatori. Inoltre un cliente che, convinto di poter pagare con un determinato mezzo di pagamento, dopo numerosi formulari e normalmente verso la fine del procedimento d'acquisto, scopre che il metodo di pagamento in questione non viene offerto, sarà un cliente più propenso a dare un giudizio critico sulla professionalità del negozio stesso (se non addirittura più propenso ad interrompere del tutto l'acquisto pianificato).

Attenzione: anche l'**eventuale costo del mezzo di pagamento** deve esser reso noto tra le informazioni precontrattuali! Inoltre a partire dal 13 Giugno 2014 non potranno esser addebitati costi superiori a quelli effettivamente sostenuti dal professionista per detti strumenti.

1.3.4 Cosa si può fare prima del 13 giugno 2014?



- Controllate che non vi siano contraddizioni nelle informazioni sulle consegne già fornite nel negozio
- Controllate che le informazioni siano complete e precise: per tutti i paesi selezionabili nel processo d'ordine e che forniscano tutti gli elementi per calcolare la data di consegna.
- Premunitevi di accordi con il vostro spedizioniere per i casi di perdita e danneggiamento della merce
- Fornite le informazioni sui metodi di pagamento accettati nel negozio in maniera chiara e precisa, corrispondentemente ai metodi effettivamente selezionabili nel processo d'ordine.



- Fornite chiare indicazioni su eventuali costi del metodo di pagamento selezionato (costi che dal 13 giugno non potranno superare i vostri effettivi costi di gestione dello strumento di pagamento)
- Cercate di semplificarvi la vita! Raccogliete le informazioni sul metodo di pagamento o di consegna in un unico punto del negozio, ad esempio nelle condizioni generali di vendita (best practice): in questo modo ridurrete il rischio di contraddizioni
- L'informazione su eventuali restrizioni sulla consegna o l'informazione sui metodi di pagamento deve essere fornita al più tardi all'inizio del processo di ordinazione (punto necessario solo dal 13 di giugno ma che si può introdurre già nelle "migliorie" del negozio prima di tale data)

2. Diritto di recesso (Rinvio)²

Il diritto di recesso è stato profondamente riformato dalla direttiva 83/2011 proprio nell'ottica di una standardizzazione e semplificazione dei diritti dei consumatori anche a livello transfrontaliero. Questa standardizzazione ha comportato degli interventi a livello contenutistico e procedurale. Qui di seguito una panoramica dei punti focali della riforma, che verranno trattati separatamente e più approfonditamente in un successivo libro bianco sul tema.

2.1 Modifica dei termini a favore del consumatore

- Il termine per l'esercizio del diritto è stato prolungato a: 14 giorni (contro i 10 giorni lavorativi attuali) a partire dalla conclusione del contratto (per prestazione di servizi) o dal possesso dei beni (per i contratti di vendita di beni);
- Il termine per il rimborso al consumatore in caso di recesso è stato ridotto a: 14 giorni da quando il professionista è venuto a conoscenza del diritto di recesso;
- Il termine per la restituzione della merce al professionista in caso di esercizio del diritto di recesso è stato prolungato a: 14 giorni (contro i 10 giorni lavorativi attuali) dalla comunicazione della volontà di recedere (mentre attualmente la decorrenza è fatta partire dalla data di ricevimento del bene).

2.2 Obbligo del professionista di informativa precontrattuale

Su condizioni, termini e procedure (cosa che "ante riforma" doveva avvenire solo nel momento della conferma dell'ordine). A questi fini il professionista può usufruire del modello in allegato al d.lgs. (All. I parte A)

In caso di violazione dell'obbligo informativo:

- Il termine entro il quale il consumatore può recedere è prolungato di 12 mesi (e quattordici giorni)
- Il consumatore non deve sostenere il costo diretto di restituzione dei beni
- Il consumatore non deve sostenere alcun costo per la prestazione di servizi o la fornitura di acqua, gas elettricità e teleriscaldamento durante il periodo di recesso

2.3 Forma per l'esercizio del diritto di recesso

La volontà di recedere può essere comunicata in qualsiasi forma dal consumatore, tramite una dichiarazione esplicita oppure tramite l'utilizzo del formulario standardizzato fornito in allegato al d.lgs. (All. I parte B).

Questo punto è da considerare una vera e propria svolta in Italia, visto che la legge prevedeva, fino a questo momento, che il recesso avvenisse tramite lettera raccomandata con ricevuta di ritorno (o in caso di recesso

² Si prega di consultare per maggiori informazioni il libro bianco sul diritto di recesso.



tramite formulari online o via e-mail, che questo venisse confermato nelle successive 48 ore tramite lettera raccomandata con ricevuta di ritorno).

3. Pagina d'ordine: nuove informazioni obbligatorie

La direttiva sui diritti dei consumatori ha apportato delle modifiche a livello contenutistico e di layout anche riguardanti il processo d'ordine e la denominazione del pulsante d'acquisto. Queste modifiche rientrano nell'ottica di armonizzazione a livello europeo ed hanno in come obiettivo principale quello di evitare che i consumatori concludano contratti senza aver ben chiaro quali condizioni saranno applicate o senza rendersi conto della vincolatività delle operazioni che stanno mettendo in atto (soprattutto per quanto riguarda la vincolatività degli obblighi di pagamento).

Proprio per rendere più chiaro il contenuto contrattuale e per non lasciare adito a dubbi circa il momento a partire dal quale nasce l'obbligo di pagamento in capo al consumatore, sono state introdotti dei requisiti standard per il processo d'ordine.

In alcuni casi potranno essere necessarie delle modifiche rilevanti nel layout del vostro negozio, perciò il suggerimento che possiamo dare è quello di organizzarsi per tempo!

Le modifiche infatti saranno obbligatorie per tutti i contratti stipulati a partire dal 14 di giugno ma potranno anche esser apportate anteriormente a quella data.

La pagina d'ordine, deve contenere una sorta di **riassunto dell'ordine** *direttamente prima che il consumatore concluda lo stesso*. Perciò il riepilogo deve contenere, in maniera chiara, le seguenti informazioni standard:

- le caratteristiche principali dei prodotti che si stanno per acquistare, con il loro prezzo unitario
- spese di consegna, imposte e qualsivoglia altro costo aggiuntivo
- nel caso di un contratto a tempo indeterminato o comprendente un abbonamento i costi totali per il periodo di fatturazione (se il contratto prevede l'addebitamento di una quota fissa il prezzo totale equivale ai costi mensili totali)
- la durata del contratto, se applicabile, o, se il contratto è a tempo indeterminato o a rinnovo automatico, le condizioni per recedere dal contratto
- se applicabile, la durata minima degli obblighi del consumatore a norma del contratto

Queste informazioni devono esser posizionate al di sopra del pulsante "ordine con obbligo di pagare" e chiaramente evidenziate rispetto al resto della pagina del processo d'ordine, proprio per garantire una chiarezza massima su tutti i costi che saranno applicati e che faranno parte dell'acquisto. Se il professionista; A PARTIRE DAL Giugno 2014, infatti non soddisfa questi requisiti nel processo d'ordine **il consumatore non sarà vincolato dal contratto o dall'ordine**.



- Controllate qual è il layout della vostra pagina riassuntiva dell'ordine e se tutte le informazioni richieste sono già comprese o meno.
- Preparatevi alle eventuali modifiche da apportare in anticipo, visto che questo tipo di layout può esser integrato già prima del 13 Giugno 2014.



Qui di seguito un **modello esemplificativo** di una corretta pagina riassuntiva dell'ordine:

NEGOZIO www.negozio.it

Logo

1 Carrello 2 Login 3 Indirizzo 4 Metodo di pagamento **5 Riepilogo dell'ordine** 6 Conferma dell'ordine

Ho letto e accetto le [condizioni generali di vendita](#).

Ho letto e accetto [l'informativa sul diritto di recesso](#).

Indirizzo di consegna. [Modifica](#)
*Sig.re Destinataria
Via della consegna 1
12345 città*

Indirizzo di fatturazione. [Modifica](#)
*Sig.re Ricevuta
Via della fatturazione 1
12345 città*

Metodo di pagamento scelto. [Modifica](#)
Contrassegno

Prodotto. Modifica	Prezzo unitario	Quantità	Prezzo
Prodotto Descrizione delle caratteristiche principali	9,99 EUR	<i>x2</i>	<i>19,98 EUR</i>
Prodotto Descrizione delle caratteristiche principali	24,90 EUR	<i>x1</i>	<i>24,90 EUR</i>
Prodotto Descrizione delle caratteristiche principali	24,80 EUR	<i>x1</i>	<i>24,80 EUR</i>
Totale prodotti			<i>69,68 EUR</i>
Spese di spedizione			<i>6,90 EUR</i>
Pagamento in contrassegno			<i>4,00 EUR</i>
Totale da pagare			<i>80,58 EUR</i>
incluso 22 % IVA			<i>14,53 EUR</i>

Costo aggiuntivo 2,00 EUR per il pagamento in contrassegno
(da pagare a DHL alla consegna)

Ordine con obbligo di pagare



Un'altra novità riguarda poi un approccio ben più severo verso tutti i **check-box preselezionati** relativi a **servizi aggiuntivi a pagamento**. Il negozio potrà continuare a offrire questi servizi aggiuntivi con la differenza, però, che i servizi in questione non dovranno esser preselezionati.

Nel caso in cui il consenso del consumatore sia stato dedotto tramite opzioni preimpostate, che devono quindi esser rifiutate per non venire applicate, il consumatore ha infatti diritto al rimborso di tali pagamenti.



Consiglio pratico

Controllate le pagine del vostro negozio, in particolare nelle pagine prodotto o nel processo d'ordine, alla ricerca di check-box preselezionati e cambiate l'impostazione degli stessi.

4. E-mail di conferma

Il professionista è tenuto inoltre a fornire, entro un termine ragionevole, la **conferma del contratto concluso** su un mezzo durevole, *dopo la conclusione del contratto a distanza e al più tardi al momento della consegna dei beni o prima che l'esecuzione del servizio abbia inizio*.

Con **mezzo durevole** si intende una e-mail o documenti cartacei, il **mero rinvio al vostro sito non è sufficiente**.

Le informazioni che devono esser presenti nella e-mail di conferma corrispondono alle informazioni previste dall'art. 49 D.Lgs. 21/14 come obblighi precontrattuali (vedere il paragrafo sopra riportato).

Inoltre l'e-mail di conferma dovrà contenere le clausole e le condizioni generali in maniera da porre il destinatario in condizione di memorizzarle e riprodurle.

Si ricorda inoltre che, tra le informazioni richieste nella conferma dell'ordine, è da includere la **informativa sul recesso** e il **modello di recesso tipo** (secondo All. I B del d.lgs. 21/2014)³.



Consiglio pratico

Cercate, ove possibile, di fornire tutte le informazioni richieste dalla legge nelle vostre condizioni generali di vendita e allegare le stesse alla e-mail di conferma (o riportatele in formato di testo leggibile in calce alla stessa).

Questa è la maniera più efficace per soddisfare gli obblighi informativi imposti dalla legge in maniera chiara, evitando ripetizioni.

³ Si prega di consultare, per maggiori informazioni sul diritto di recesso, il libro bianco sul diritto di recesso.



Sull'autrice

Elisa Ceciliati

Laureata in diritto all'Alma Mater Studiorum di Bologna e alla Universidad Católica de Ávila, candidata LL.M. in diritto europeo e internazionale dell'Europa Institut Universität des Saarlandes. Prima della sua assunzione a Trusted Shops ha lavorato in uno studio legale italiano e presso una famosa assicurazione italiana.

In qualità di consulente legale per l'Italia si occupa dal 2013 della certificazione italiana e di tutte le questioni legali legate al mercato italiano.

Inoltre è co-autrice del manuale per i commercianti online di Trusted Shops e pubblica diversi articoli sulla normativa del commercio elettronico.



Su Trusted Shops

Trusted Shops è l'azienda leader nelle soluzioni per la fiducia degli e-commerce grazie al sigillo di qualità, il servizio di recensioni e la protezione acquirenti. Oltre 17.000 negozi online in Europa si affidano a Trusted Shops per dimostrare il proprio impegno nel rispettare gli standard di settore e i criteri di qualità Trusted Shops. I commercianti online possono inoltre usare il sistema Trusted Shops per mostrare le recensioni dei clienti del negozio, utilizzandole come strumento di marketing ed efficace passaparola virtuale. Trusted Shops permette anche ai consumatori di assicurare finanziariamente i propri acquisti sottoscrivendo la protezione acquirenti. Ciò incrementa la fiducia dei potenziali clienti e la loro propensione all'acquisto, generando a sua volta un incremento del fatturato dell'e-commerce. Oltre ad aziende come Zalando, Marks&Spencer e Showroomprive, sono moltissime le piccole e medie imprese che beneficiano dei vantaggi offerti da Trusted Shops.

