

IL COMMERCIO ELETTRONICO

Il commercio elettronico è l'attività di **vendita di beni e servizi attraverso internet**, che si serve di un sistema "intermediato" in quanto il rapporto di domanda ed offerta tra venditore e consumatore **non avviene con la presenza contemporanea di entrambi i contraenti. Si parla di commercio elettronico diretto quando l'oggetto del contratto concluso è un bene immateriale**, generalmente un servizio fornito, **trasmesso o consegnato al cliente tramite internet.**

L'oggetto del commercio elettronico indiretto consiste invece nell'acquisto di un bene materiale (ad esempio un libro, un personal computer, un compact disc) **che viene ordinato via internet e poi spedito** a mezzo corriere espresso: l'ordinativo può avvenire direttamente nei confronti dell'ente con cui si ha il primo contatto on line (ed in questo caso tale ente dovrà essere considerato venditore), ovvero tramite lo stesso ente ma nella sua funzione di intermediario. Il commercio elettronico potrebbe essere **paragonato alla più vecchia vendita per corrispondenza**, ovvero identificabile come una sorta di vetrina telematica dove l'acquirente sceglie il prodotto da acquistare.

Nel caso dell'e-commerce però, ci troviamo dinanzi ad una **attività interattiva, poiché, ad esempio, il catalogo non è statico, bensì è caratterizzato da pagine interrogabili e si serve di strumenti di comunicazione avanzati**, tanto che consentono di acquistare prodotti e servizi direttamente dalla propria abitazione, risparmiando tempo e denaro. L'interattività consiste nella capacità di distribuire informazioni in modo dinamico e mirato, riuscendo ad instaurare un dialogo con l'utente ed a fornire risposte precise, configurate su misura per il richiedente.

Ma il commercio elettronico è qualcosa di più, poiché può infatti **riguardare anche attività quali la distribuzione di contenuti digitali, il trasferimento elettronico di fondi, le gare d'appalto, l'acquisto di prodotti finanziari, etc...**

Categorie di commercio elettronico

Si suole distinguere tra quattro categorie di commercio elettronico:

- * **la categoria Business to business**, che riguarda lo svolgimento di affari tra imprese o, comunque, tra operatori professionali;
- * **la categoria Business to consumer**, la quale si riferisce ai rapporti tra imprese e consumatori;
- * **la Public Agencies to business**, che si occupa delle transazioni elettroniche tra imprese e Pubblica Amministrazione;
- * **la categoria Public Agencies to citizens**, che si occupa della erogazione elettronica dei servizi al cittadino.

Il contratto via internet

Il contratto concluso via internet è un vero e proprio contratto al quale sono applicabili le norme del codice civile.

Come per i contratti in generale, anche il contratto stipulato attraverso internet deve considerarsi concluso nel momento in cui chi ha fatto la proposta ha conoscenza dell'accettazione dell'altra parte.

Normalmente infatti, anche in internet, il consumatore sceglie tra i prodotti offerti dal venditore e li "pone in un carrello virtuale". A scelta avvenuta e solo al termine di tutte le operazioni effettuate, il sistema chiederà al compratore di confermare il suo ordine, risultando l'operazione di pagamento come ultima in assoluto. Tutto avviene come nelle classiche offerte al pubblico, in quanto **è solo con l'accettazione del compratore che si conclude effettivamente il contratto.**

Vi sono casi però in cui l'offerta è predisposta come invito a proporre, proposta che viene presentata dall'acquirente mediante un ordine, risultando dunque necessaria - ai fini della conclusione del contratto - **una dichiarazione da parte del venditore quale conferma all'ordine stesso.**

Infine, è possibile che il contratto venga concluso attraverso un comportamento concludente; ad esempio, nel caso in cui si scarichi (mediante il c.d. downloading) da internet la licenza d'uso di un software sul proprio personal computer. **In questi casi la conclusione del contratto si ha per avvenuta nel tempo e nel luogo in cui ha avuto inizio l'esecuzione.**

Le spese di spedizione

Le spese di spedizione sono generalmente a carico dell'acquirente, sebbene spesso, in caso di ordini consistenti non gli vengano accollate. Le spese possono comunque essere calcolate a forfait, o dipendere dal vettore scelto, dal luogo della consegna e dalla natura della merce (se ad esempio l'acquisto riguarda prodotti fragili o di valore economico rilevante, le spese di spedizione saranno certamente più elevate).

Quando il prodotto richiesto proviene da un paese extra-comunitario inoltre, la spedizione è sottoposta al pagamento di un dazio doganale, applicato in base al valore ed al peso della merce e la tassazione sul valore aggiunto dovrà pagarsi alla dogana nella misura prevista nel Paese di residenza della ditta venditrice. **Per la merce che viaggia invece all'interno della Comunità europea, non vi sono dazi di importazione** da pagare e la tassazione sul valore aggiunto è dovuta nel paese di destinazione del bene.

E' bene ricordare che qualora la spedizione sia curata da corrieri nazionali, le spese di sdoganamento anticipate da questi saranno addebitate al destinatario in fase di consegna, a meno che il mittente non richieda che rimangano a suo carico.

Obbligo di assistenza del venditore

Durante tutte le operazioni di acquisto il consumatore deve ricevere un adeguato supporto da parte del venditore. Nell'e-commerce come negli acquisti "normali" il venditore deve comunque la garanzia di 24 mesi su ogni bene acquistato e risponde di qualsiasi difetto di conformità riscontrato al momento della consegna della merce. Normalmente tutte le imprese venditrici sono dotate di un customer care, cioè il servizio di assistenza al cliente, il quale può essere organizzato mediante un sistema di chat ed e-mail, che permettono di rivolgere domande agli esperti della società, o attraverso un elenco preimpostato di FAQ (Frequently Asked Questions), ossia una serie di domande-tipo con allegata risposta, che permettano al consumatore di risolvere autonomamente il problema riscontrato o di ottenere informazioni adeguate. **E' indubbio che un'impresa con un customer care avanzato ed efficiente o comunque con un sito internet curato nei dettagli sia indice di una maggior serietà** ed attenzione alle esigenze del cliente.

Come verificare l'identità del venditore

Il consumatore può verificare l'effettiva esistenza di un'impresa operante su internet. I siti che si occupano di e-commerce sono generalmente molto conosciuti, pertanto in tali casi non si pongono dubbi circa la reale esistenza di una azienda.

Tuttavia, quando si rintraccia un negozio virtuale per la prima volta, è possibile verificarne l'identità in vari modi.

Si può ad esempio svolgere una prima rapida **consultazione dei più importanti motori di ricerca** sul web, i quali predispongono elenchi tematici dedicati al commercio elettronico, per riscontrarvi il negozio "sospetto". **Esiste anche la possibilità di indagare circa il dominio del negozio:** si può infatti accedere ad un "operatore" (ad esempio www.register.it) che consente di registrare i domini e quindi, inserendo nella stringa di ricerca il nome del dominio del negozio, consente di individuare **l'eventuale appartenenza di un sito ad un'azienda**. Si può eseguire, di conseguenza, un controllo incrociato confrontando **i dati forniti dal sito del negozio -alla voce "chi siamo"-, con quelli ricavati dall'operatore scelto**, verificandone in seguito la corrispondenza anche attraverso un'indagine telefonica o via internet (ad esempio consultando i siti delle Camere di Commercio).

Esiste comunque un metodo molto semplice e sicuro per individuare ed identificare il merchant: **il certificato digitale, il quale consta di un codice che viene rilasciato da apposite Authorities agli e-shops** che lo richiedano ed è trasmesso a chiunque si connetta al sito. Tali Authorities appongono il proprio logo sul sito da esse certificato.

Obbligo di informazione da parte del venditore

Il venditore e' tenuto a fornire una serie di indicazioni al compratore prima dell'effettiva conclusione del contratto. La legge, oltre agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi, stabilisce che il prestatore, salvo diverso accordo tra parti che non siano consumatori, deve fornire in modo chiaro, comprensibile ed inequivocabile, prima dell'inoltro dell'ordine da parte del destinatario del servizio, le informazioni riguardanti: le varie fasi tecniche da seguire per la conclusione del contratto; il modo in cui il contratto concluso sarà archiviato e le relative modalità di accesso; i mezzi tecnici messi a disposizione del destinatario per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati prima di inoltrare l'ordine al prestatore; gli eventuali codici di condotta cui aderisce e come accedervi per via telematica; le lingue a disposizione per concludere il contratto oltre all'italiano; l'indicazione degli strumenti di composizione delle controversie.

**Il Centro Europeo Consumatori informa i cittadini
sulle normative europee e nazionali, sui diritti che esse stabiliscono
e sul modo per farli valere**