



## Acquisti online: un'opportunità in più, quando la sicurezza è garantita

In questi primi mesi di attività numerosi consumatori si sono rivolti al nostro centro per risolvere problemi relativi ad acquisti effettuati su Internet. Per questo motivo vogliamo dedicare un numero della newsletter al commercio elettronico, con l'intento di informare i consumatori sulle difficoltà che si possono incontrare quando si acquista on line e di fornire loro qualche utile suggerimento.

Il commercio tradizionale sembra ormai essere validamente affiancato da quello on line, specialmente presso le fasce giovani della popolazione. Sempre più consumatori preferiscono effettuare i propri acquisti su Internet. I vantaggi sono sicuramente numerosi: il consumatore può visitare diversi negozi virtuali (più ampia offerta e dunque maggiore possibilità di scelta), confrontare i prezzi e le condizioni, valutare l'offerta migliore ed infine comprare e ricevere direttamente a casa il prodotto desiderato. Tuttavia, comprare on line non è così semplice come sembra e si corre il rischio di compiere acquisti in modo frettoloso e a volte superficiali, trovandosi poi in situazioni poco piacevoli!

Abbiamo chiesto un parere a Grazia Simone, consulente della sede ECC-net Italia di Firenze:

**Perché il consumatore dovrebbe acquistare beni e servizi online?** Perché è comodo ed economico, perché è più veloce di uno spostamento in città, perché si sceglie indisturbati senza la "molestia" dei commessi o si consulta scrupolosamente, magari anche ossessivamente il prospetto informativo senza spazientire l'impiegato di banca...i motivi sono tanti.

**Perché allora il consumatore esita ad acquistare online?** Risposta meno banale, ma già con qualche punto fermo: per riluttanza ad abbandonare il rapporto umano con il "negoziante" di fiducia, perché non sempre il negozio virtuale è ben fatto, semplice da navigare, attraente, interessante; perché il prezzo non è mai una certezza, con tutte le spese aggiuntive che si teme ci possano essere; perché la sicurezza della transazione online non sembra essere sempre garantita, e quando lo sia risulta difficile da capire; perché i tempi di consegna sono un'incognita in molti

*casì, perché in caso di controversia il problema può essere insormontabile, con le complicazioni di una causa internazionale; perché in sostanza il differimento nel tempo e nello spazio della consegna del bene è una caratteristica che implica necessariamente la fiducia...anche qui i motivi sono tanti.*

**Che prospettive ha il commercio elettronico?** Studiata e forse addirittura spiata nei suoi passi sul Web, il consumatore virtuale è oggetto dell'attenzione e di una osservazione accurata da parte delle imprese. Lasciando da parte le polemiche sulla legittimità di alcune prassi di "analisi" dei comportamenti in rete, a dir poco lesive della privacy del consumatore, indubbiamente bisogna riconoscere che le imprese fanno di tutto per conoscerne i gusti e le preferenze, capirne le aspettative e le difficoltà quando naviga ed acquista. Questo perché il suo potere di scelta è più ampio che in passato.

**Ma quante aziende sono mature per il nuovo scenario? Quante aziende sono davvero "Customer oriented"?** La maggior parte



*di loro afferma di esserlo, ma solo un numero esiguo può vantare apertamente l'adozione di strumenti idonei in fatto di assistenza e cura del cliente, di personalizzazione dell'offerta e del rapporto, di garanzia del servizio e di tutela della sicurezza. In effetti si potrebbe parlare di una mancata crescita "culturale" delle imprese, che si trovano oggi da affrontare le sfide della concorrenza globale, senza alcuna nozione del vantaggio competitivo derivante da politiche di qualità e correttezza nei confronti del consumatore.*

**Ma quante aziende sono mature per il nuovo scenario? Quante aziende sono davvero "Customer oriented"?** *La maggior parte di loro afferma di esserlo, ma solo un numero esiguo può vantare apertamente l'adozione di strumenti idonei in fatto di assistenza e cura del cliente, di personalizzazione dell'offerta e del rapporto, di garanzia del servizio e di tutela della sicurezza. In effetti si potrebbe parlare di una mancata crescita "culturale" delle imprese, che si trovano oggi da affrontare le sfide della concorrenza globale, senza alcuna nozione del vantaggio competitivo derivante da politiche di qualità e correttezza nei confronti del consumatore.*

Il mondo del business digitale è una vera giungla e lo è ancora di più nella percezione del consumatore: per questo anche le aziende serie, quelle che intendono conquistare durevolmente la fiducia dei loro clienti, faticano ad affermarsi. Differenziarsi in maniera chiara dal resto del panorama sconfinato e confuso dell'offerta, caratterizzarsi nettamente sul versante della serietà è un processo che richiede sforzi e investimenti notevoli. Un primo supporto comincia a venire dai sistemi di certificazione e dai marchi di qualità, almeno quelli basati su standard e codici di condotta internazionali.

**Il servizio di assistenza ai consumatori che hanno problemi di reclamo per acquisti online in ambito UE, svolto dalla rete dei Centri Europei ECC-Net, è un aiuto concreto allo sviluppo sano del mercato ed una tranquillità in più per i cittadini "digitali".**

**Acquisti online: uno sguardo da vicino alle questioni rilevanti**

Comprando online, purtroppo, non si ha la possibilità di vedere e constatare direttamente la qualità e la funzionalità del prodotto, come accade normalmente nei negozi. Il consumatore, quindi, compie il suo acquisto fidandosi della serietà dell'azienda a cui si è rivolto e paga anticipatamente un bene che riceverà ad una data concordata. Si tratta di una fattispecie delle vendite a distanza, regolamentata dalla disciplina specifica, oltre che dalle direttive e leggi sul commercio elettronico in particolare: tutte queste norme stabiliscono diritti precisi per il consumatore.

**Il contratto via Internet**

Il contratto concluso via internet è un vero e proprio contratto, al quale sono applicabili le norme del Codice Civile: la disciplina specifica del commercio elettronico (Direttiva

97/7/CE e suo recepimento con D.lgs n. 185 del 1999; Direttiva 2000/31/CE e suo recepimento con D.lgs n. 70 del 2003) non ha infatti modificato l'art. 1326 c.c. Anche il contratto stipulato attraverso Internet deve considerarsi infatti concluso nel momento in cui chi ha fatto la proposta ha conoscenza dell'accettazione dell'altra parte. E' possibile anche che il contratto venga concluso attraverso un cosiddetto "comportamento concludente": ad esempio, nel caso in cui si scarichi (mediante la procedura di download) 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.

Una volta scelto il prodotto da acquistare, accertatevi che le sue caratteristiche principali siano descritte in modo dettagliato, che il prezzo sia chiaro e che sia indicato se la cifra esposta includa o meno l'IVA. Ricordate: è sempre opportuno stampare le pagine che riportano le condizioni contrattuali sia generali che specifiche, inclusi i tempi di consegna se indicati, le spese di spedizione. Verificate e stampate le informazioni sull'identità e la sede legale del venditore, inclusi i numeri di telefono ed i riferimenti del servizio clienti.

**Obbligo di informazione da parte del venditore**

Il venditore e' tenuto, in base alle citate normative comunitarie e nazionali, a fornire una serie di indicazioni prima dell'effettiva conclusione del contratto: in particolare, la Direttiva 97/7/CE ha stabilito che l'informazione debba essere fornita per iscritto o su altro supporto duraturo a disposizione del consumatore ed a lui accessibile. La legge, oltre agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi include tutte le spese di spedizione ed eventuali dazi doganali, stabilisce che il venditore deve fornire in modo chiaro, comprensibile ed inequivocabile 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; le modalità di esercizio del diritto di recesso; gli strumenti di composizione delle controversie eventualmente accettati (conciliazione).

**Ricordate: avete diritto al recesso dall'acquisto entro 10 giorni dalla conclusione del contratto o dal ricevimento della merce se si tratta di un bene, inviando una raccomandata con ricevuta di ritorno al venditore. In caso di mancata informazione sul diritto al recesso, questo termine è prorogato a novanta giorni dalla data di consegna del bene (o comunque 10 giorni dal momento in cui il venditore assolve l'obbligo di informazione). Verificate le modalità per la restituzione o il ritiro della merce nel caso in cui si receda, i dati relativi alle condizioni di trasporto, i costi di spedizione e la garanzia.**

**Pagamento con carta di credito**

E' di fondamentale importanza la sicurezza delle transazioni. Oggi la tecnologia consente una criptazione dei dati piuttosto sofisticata, in modo da impedirne la visibilità ad utenti Internet estranei alla transazione. Se il venditore si



appoggia ad un Payment Gateway di una banca, la transazione avviene al di fuori del sito ed i dati della carta di credito non sono per lui visibili. La presenza del simbolo di un lucchetto o di alcuni certificati digitali è una garanzia aggiuntiva. In materia di uso delle carte di pagamento si fa riferimento al D.lgs 197 del 1991 e al D. lgs 385 del 1993.

**Diffidate assolutamente di chi chiede di inviare i dati della carta via e-mail! Ricordatevi di conservare documentazione cartacea dell'acquisto e controllare, nei mesi successivi al pagamento, gli estratti conto per verificare eventuali irregolarità e contestarle tempestivamente.**

### Treatmento dei dati personali

Oggi quasi tutti i siti di commercio elettronico sono conformi alla normativa in vigore (Direttiva 2002/58/CE e D.lgs n 196 del 2003) e richiedono esplicita autorizzazione al trattamento dei dati personali. Tuttavia, è prassi diffusa richiedere una autorizzazione ampia, che consente al titolare del trattamento di trasferirli a terzi anche per scopi commerciali. Questo ha spesso come conseguenza il fatto che i nostri dati vengono ampiamente diffusi e se ne perde facilmente il controllo.

**Consentite il trattamento dei dati esclusivamente ai fini dell'erogazione del servizio richiesto o comunque dell'esecuzione del contratto, negandola per tutti gli altri scopi. Conservate copia dell'informativa sul trattamento dei dati che vi viene fornita: servirà ad esercitare il diritto di cancellazione o rettifica nei confronti del soggetto titolare del trattamento.**

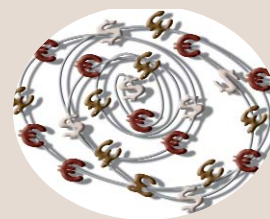


### Il contenzioso

Nei casi di reclamo, ricordate che la rete dei Centri Europei Consumatori vi assiste gratuitamente. Per le questioni che non giungano ad una soluzione amichevole o in sede di ADR (Alternative Dispute Resolution), e che richiedono una azione giudiziaria, il D. lgs 185/99, finalizzato alla protezione del consumatore, prevede l'indispensabilità del foro competente individuato nel giudice del luogo di residenza o domicilio del consumatore.

**Richiedete informazione, consiglio e assistenza nel reclamo al Centro Europeo Consumatori. Esperti qualificati sono a vostra disposizione per tentare una soluzione amichevole o in via extragiudiziale.**

La Risoluzione Extragiudiziale delle controversie effettuata online si addice particolarmente alle questioni del commercio elettronico. Uno dei prossimi numeri della Newsletter sarà dedicato interamente a "Risolvionline", il sistema di Online Dispute Resolution (ODR) della Camera Arbitrale di Milano. <http://www.mi.camcom.it>.



## LE SEDI ECC-ITALIA

### Sede centrale di ROMA

ROMA  
Via G. M. Lancisi, 31  
Tel. (+39) 06 44238090  
Fax (+39) 06 44118348  
info@ecc-net.it

### Sede transfrontaliera di Bolzano

Via Brennero, n.3  
Tel. (+39) 0471 980939  
Fax (+39) 0471 980239  
E-mail: bolzano@ecc-net.it

### Alessandria

Via Parma, n. 36  
E-mail: alessandria@ecc-net.it

### Bologna

Via Milazzo, n. 16  
E-mail: bologna@ecc-net.it

### Firenze

Via Ricasoli, n. 28  
E-mail: Firenze@ecc-net.it

### Milano

Via Tadino n. 18  
E-mail: milano@ecc-net.it

**Per saperne di più:**  
<http://www.ecc-netitalia.it>

