



## **"E-commerce: le regole per vendere on line", il 9 e 10 ottobre 2014 seminari a Vicenza, Bassano e Schio**



**Verranno illustrate le indicazioni operative per affrontare le questioni legali e organizzative legate al commercio on line sia verso i consumatori (BtoC), sia tra imprese (BtoB). L'evento sarà visibile anche in streaming sul sito di Confindustria Vicenza.**

---

*"E-commerce: le regole per vendere on line"* è il titolo e il tema di una due giorni di seminari formativi che Confindustria Vicenza ha organizzato per il 9 e 10 ottobre dalle 14 alle 17, nella sua sede del capoluogo berico a Palazzo Bonin-Longare (C.so Palladio 13 - Vicenza) e, in videoconferenza, presso le sedi di Bassano (Via S. Pio X 75) e Schio (Via Lago di Lugano 21).

Per gli associati a Confindustria Vicenza, l'evento potrà essere seguito anche in streaming attraverso il sito degli Industriali vicentini.

Quello dell'e-commerce rappresenta un mercato in crescita costante, in controtendenza con i dati dell'attuale congiuntura economica. Risulta quindi un'opportunità per la commercializzazione di beni e servizi spesso troppo poco sfruttata dalle imprese, anche a causa delle incognite normative connesse a

questo sistema di vendita che coinvolgono campi quali le comunicazioni elettroniche, la legislazione consumeristica e quella contrattuale, la disciplina fiscale, la pubblicità e la privacy.

Confindustria Vicenza ha pertanto previsto, in questa due giorni, di fornire indicazioni operative per affrontare le questioni legali e organizzative legate allo svolgimento di attività di commercio elettronico on line sia verso i consumatori (BtoC), sia tra imprese (BtoB).

Grazie al contributo del relatore, l'avvocato Alessandro Del Ninno ([www.alessandrodelninno.it](http://www.alessandrodelninno.it)), esperto nel campo dell'Information and Communication Technology, si illustrerà ciò che concretamente è necessario fare per avviare e gestire on line attività di e-commerce e si analizzeranno tutti gli aspetti del rapporto commerciale on line con la clientela. A testimoniare la propria esperienza nel campo della vendita online ci sarà anche la presentazione del caso aziendale di Athena Spa, azienda di Alonte attiva nella produzione di componenti per applicazioni industriali, leader nel campo dei ricambi di alta qualità per moto, auto e motori in genere.

# L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELL'IMPRESA ON LINE: LE REGOLE PER SITI E PORTALI WEB PER COMPETERE NEI MERCATI DIGITALI GLOBALI.

PRIMA GIORNATA (Ore 14:00 – 17:00)

## Avviare una impresa su Internet

E-shop, sito-vetrina o piattaforma di commercio elettronico?

Il contratto di sviluppo sito web e gli accorgimenti da tenere presenti nel rapporto contrattuale con il provider

Accessi a Internet e riconoscibilità dell'impresa su Internet: la protezione del brand nella fase di registrazione dei nomi a dominio

Svolgimento di attività di e-commerce e preventiva segnalazione certificata di inizio attività al Comune: la presentazione della SCIA al Comune

## Il sito web come strumento contrattuale: le trattative prenegoziali on line

Il sito web come vetrina on line o come offerta al pubblico?

Informazioni obbligatorie ai sensi del d.lgs. 9 aprile 2003, n. 70 (decreto commercio elettronico);

Informazioni obbligatorie ai sensi del d.lgs. 6 Settembre 2005, n. 206 -Codice del Consumo (aggiornato al d.lgs. 21/2014 in vigore dal 13 Giugno 2014);

Informazioni obbligatorie ai sensi del d.lgs. 26 Marzo 2010, n. 59 in materia di servizi on-line;

Obblighi informativi specifici on line (es: art. 2250 c.c.; Risoluzione dell'Agenzia delle Entrate 16 maggio 2006, n. 60, etc).

## Il sito web come strumento contrattuale: la conclusione del contratto

Informative precontrattuali

Inoltro dell'ordine e meccanismi di conclusione del contratto B2C e B2B: come impostare una corretta piattaforma di commercio elettronico

Firme elettroniche e conclusione del contratto

Gli obblighi successivi alla conclusione del contratto on line

Diritto di recesso dal contratto on line nei contratti B2C e B2B

Pagamenti e moneta elettronica

Cenni agli aspetti fiscali del commercio elettronico

## **Le vicende successive alla conclusione del contratto: le garanzie post-vendita e i diritti del consumatore**

Garanzia legale di conformità e garanzie commerciali per i beni di consumo

Ambito di applicazione e definizioni

Conformità al contratto e diritti dei consumatori

Regresso, termini e durata delle garanzie post-vendita

Modalità di restituzione dei beni per la sostituzione e spese

Clausole contrattuali e carattere imperativo inderogabile delle norme a favore del consumatore

## **Aspetti di diritto internazionale e risoluzione delle controversie con i clienti in un mercato digitale globale: quali regole.**

La legge applicabile ai contratti on line transfrontalieri stipulati tra fornitori e clienti di diversi Paesi: regole per la determinazione degli ordinamenti e delle leggi applicabili al contratto.

La fase patologica del contratto on line: regole e aspetti pre-contenziosi.

Il contenzioso tra fornitore e cliente: meccanismi di risoluzione delle controversie transfrontaliere tra sistemi ADR (*Alternative Dispute Resolution*) e ODR (*On line Dispute Resolution*)

Il Regolamento (Ue) N. 524/2013 Del Parlamento Europeo E Del Consiglio del 21 maggio 2013 relativo alla risoluzione delle controversie online dei consumatori e che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2009/22/CE (regolamento sull'ODR per i consumatori)

La Direttiva 2013/11/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 maggio 2013 , sulla risoluzione alternativa delle controversie dei consumatori, che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2009/22/CE (Direttiva sull'ADR per i consumatori)

---

## SECONDA GIORNATA (Ore 14:00 – 17:00)

### La pubblicità on line dell'impresa e le iniziative promozionali su Internet

Tipologie pubblicitarie su Internet: pubblicità d'assalto, pubblicità assertiva, pubblicità periferica e pubblicità interna

Le modalità operative e la maggiore o minore efficacia di strumenti pubblicitari on line: banner, link sponsorizzati, finestre intermedie

Il ruolo dello IAB (*Interactive Advertising Bureau*) nella definizione dei formati e degli standard internazionali della pubblicità on line

Pubblicità via mail

Pubblicità sui social network

Concorsi ed operazioni a premi su Internet: cenni ai principali vincoli ai sensi del Regolamento di cui al d.p.r. 430/2001. L'inadeguatezza delle attuali regole e i tentativi di riforma.

Organizzare in Italia una manifestazione a premio su siti web e/o su social network: la posizione del Ministero delle Sviluppo Economico e le regole operative.

---

### Aspetti organizzativi e giuridici dell'e-commerce per conto terzi

L'e-commerce per conto terzi: piattaforme, servizi e modalità operative

Un caso concreto di drop shipping

I rapporti e i ruoli giuridici tra titolare della piattaforma/servizio di e-commerce e il venditore terzo o bene o servizio: criticità e soluzioni operative

### La tutela della proprietà Intellettuale e Industriale dell'azienda sui siti web

Marchi come metatags, keywords o indicizzatori.

L'importanza dei Disclaimer IP nelle condizioni legali dei siti web

Il sito web come banca dati elettronica e la sua tutela ai sensi della Legge sul diritto d'autore

### Trattamento dei dati personali on line

Il trattamento dei dati on line: come impostare form e modulistica elettronica

Trattamenti marketing mediante siti web: le regole del Codice della privacy e del Garante privacy

La policy privacy del sito web

## Le altre condizioni e note legali

Il valore giuridico delle Condizioni Generali di utilizzo e Navigazione di un sito web

Aspetti giuridici e criticità dell'attività di impresa svolta mediante social networks

## Case History: il caso di Athena S.p.A.

Il modello gestionale e organizzativo dell'e-commerce di **Athena S.p.A.**