

*Monday 26 January 2004*  
*School of Management and Economics of Forlì*  
*of the University of Bologna*

*Workshop:*  
*INTERNATIONALIZATION OF THE FIRMS. OPPORTUNITIES AND*  
*CONSTRAINTS OF THE INFORMATION COMMUNICATION*  
*TECHNOLOGIES (ICT)*

*“Companies and the internet: legal aspects of  
on-line transactions and unfair competition on  
the Web”*

*Stefano Comellini*  
*Lawyer*  
*Studio Legale Comellini, Bologna*

Ringrazio in primo luogo gli organizzatori del convegno, in particolare il Prof. Baroncelli e la Dott.ssa Adami, per il graditissimo invito che mi è stato rivolto. Entro subito nel vivo degli argomenti che mi sono stati assegnati.

*Aspetti legali delle transazioni on-line*

Il commercio elettronico, secondo la definizione data al fenomeno in un documento ufficiale della Commissione Europea (Comunic. Comm. CE 15 aprile 1997, n. 157), “*consiste nello svolgimento di attività commerciali e di transazioni per via elettronica e comprende attività diverse quali la commercializzazione di beni e servizi per via elettronica; la distribuzione on-line di contenuti digitali; l’effettuazione per via elettronica di operazioni finanziarie e di borsa; gli appalti pubblici per via elettronica ed altre procedure di tipo transattivo delle Pubbliche Amministrazioni*”.

Il commercio elettronico può essere classificato adottando differenti criteri. Prendendo in considerazione le modalità di suo svolgimento è possibile distinguere tra:

- “*commercio elettronico diretto*”, quando tutte le operazioni sono condotte on-line (contratto, consegna, pagamento);
- “*commercio elettronico indiretto*”, quando parte delle operazioni sono condotte off-line (a causa, ad, esempio della materialità del bene compravenduto che ne impone la consegna con i mezzi tradizionali).

Prendendo in considerazione i soggetti coinvolti nella transazione, si può poi distinguere tra commercio elettronico:

- "Business to Business o "B2B", che riguarda le relazioni commerciali fra operatori economici;
- "Business to Consumer" o "B2C", che riguarda le operazioni commerciali tra un operatore economico ed un consumatore (ossia una persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività commerciale, imprenditoriale o professionale eventualmente svolta).

Quest'ultima distinzione non ha una valenza meramente scolastica, poiché la partecipazione al contratto telematico da parte di un soggetto qualificabile come consumatore comporta l'applicazione di un particolare insieme di norme finalizzate ad una sua maggiore tutela, in quanto ritenuto contraente debole.

Faccio riferimento alle garanzie previste:

- dal D.Lgs. 15 gennaio 1992, n. 50, (emanato in attuazione della Direttiva n. 85/577/CEE) sui contratti negoziati al di fuori dei locali commerciali, applicabile per espressa disposizione anche ai contratti telematici;
- dal D.Lgs. 22 maggio 1999, n. 185, (emanato in attuazione della Direttiva 97/7/CE) sulla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza;
- dagli artt. 1519-bis e segg., Codice Civile, in tema di vendita e garanzia dei beni di consumo, aggiunti dal D.Lgs. 2 febbraio 2002, n. 24, (che ha recepito la Direttiva 99/44/CE);
- dagli artt. 1469-bis e segg., Codice Civile, in materia di clausole vessatorie nei contratti tra professionista e consumatore, aggiunti dalla Legge 6 febbraio 1996, n. 52 (che ha recepito la Direttiva 93/13/CE),
- nonché dall'art. 1341, 2° comma, Codice Civile, in tema di condizioni generali del contratto, sulla specifica sottoscrizione (c.d. "doppia firma") delle clausole vessatorie (norma, questa, non rivolta solamente ai consumatori).

Va precisato che non tutti i contratti sono soggetti alle predette tutele. Le disposizioni del decreto 50/92 non si applicano, ad esempio, ai contratti assicurativi; a quelli aventi ad oggetto beni immobili, alle forniture di prodotti alimentari o bevande o altri prodotti di uso domestico corrente, a quelli di importo non superiore a Lire 50.000, ecc.

Il decreto n. 185/99, a sua volta, non si applica ai contratti relativi a servizi finanziari, ai contratti conclusi tramite distributori automatici, a quelli conclusi con operatori di servizi di telecomunicazioni mediante l'impiego di telefoni pubblici, ecc.

Tutele, quelle introdotte dai citati decreti n. 50/92 e n. 185/99, che possiamo riunire nelle seguenti categorie:

- obblighi informativi a carico del fornitore;
- diritto di recesso a favore del consumatore;
- foro del consumatore ed irrinunciabilità dei diritti previsti.

Circa gli obblighi informativi,

il fornitore è tenuto ad informare il consumatore, prima della conclusione del contratto, sul contenuto dello stesso. Più specificatamente, devono essere comunicati, per iscritto, l'identità ed indirizzo del fornitore; le caratteristiche essenziali del bene o servizio; il prezzo, comprensivo di tasse ed imposte; le spese

