



FUTURE e-COMMERCE

2022-1-R001-KA220-VET-000088579

*Appendice: Norme
legali, diritti e obblighi
sul commercio
elettronico*

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which be made of the information contained therein.



Co-funded by
the European Union

TABELLA DEI CONTENUTI

1. LEGGE SULLA REGOLAMENTAZIONE DELL'E-COMMERCE	2
1.1. ITALIA	2
1.2. SPAGNA	4
1.3. TURCHIA	6
1.4. ROMANIA	8
2. REGOLAMENTO SUI PRESTATORI DI SERVIZI E PRESTATORI INTERMEDIARI DI SERVIZI NEL COMMERCIO ELETTRONICO	10
2.1. ITALIA	10
2.2. SPAGNA	11
2.3. TURCHIA	13
2.4. ROMANIA	14
3. PUBBLICAZIONI UFFICIALI SUI SISTEMI INFORMATIVI E-COMMERCE E OBBLIGHI DI NOTIFICA	16
3.1. ITALIA	16
3.2. SPAGNA	19
3.3. TURCHIA	19
3.4. ROMANIA	21
4. LEGGE SULLA TUTELA DEL CONSUMATORE	23
4.1. ITALIA	23
4.2. SPAGNA	24
4.3. TURCHIA	25
4.4. ROMANIA	26
5. ALTRE NORME LEGALI	28
5.1. ITALIA	28
5.2. SPAGNA	29
5.3. TURCHIA	30
5.4. ROMANIA	31

1. LEGGE SULLA REGOLAMENTAZIONE DELL'E-COMMERCE

1.1. Italia

In Italia il commercio elettronico è regolato principalmente dal D.Lgs. 70/2003 e dal Codice del Consumo, volti a garantire la correttezza nei rapporti di compravendita.

Ecco alcune leggi e regolamenti chiave rilevanti per la regolamentazione del commercio elettronico in Italia:

DECRETO LEGISLATIVO 70/2003

Il decreto legislativo 70/2003, del 9 aprile, che attua la Direttiva europea sul commercio elettronico su alcuni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, noto anche come "Codice del commercio elettronico", è una legislazione italiana che attua la Direttiva europea 2000/31/CE relativo ad alcuni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico.

Questi alcuni punti chiave del Codice del Commercio Elettronico:

- **Prestatori di servizi della società dell'informazione:** Il decreto stabilisce che i fornitori di servizi della società dell'informazione, compresi quelli legati al commercio elettronico, devono fornire agli utenti informazioni chiare e trasparenti sulle loro attività commerciali. Ciò comprende l'indicazione degli estremi identificativi del fornitore, delle modalità di conclusione del contratto, delle condizioni generali di contratto e delle modalità di pagamento.
- **Responsabilità dei prestatori di servizi intermediari:** Il decreto stabilisce che i prestatori di servizi intermediari, come gli hosting provider o gli intermediari dei pagamenti online, non sono responsabili dei contenuti illegali o dannosi forniti da terzi, a meno che non abbiano avuto effettiva conoscenza dei contenuti illeciti e non abbiano agito rimuoverlo tempestivamente o disabilitarne l'accesso.
- **Contratti conclusi con mezzi elettronici:** Il decreto disciplina i contratti conclusi con mezzi elettronici, come gli acquisti on-line. Stabilisce che il fornitore di beni o servizi deve fornire all'utente informazioni chiare sul processo di acquisto, tra cui il prezzo, le modalità di pagamento, le modalità di consegna e il diritto di recesso.
- **Comunicazioni commerciali:** il decreto disciplina le comunicazioni commerciali inviate tramite mezzi elettronici, come posta elettronica o SMS. Prevede che le comunicazioni commerciali debbano essere chiaramente identificate come tali e che sia prevista la possibilità di rinunciare a riceverle in futuro.

DECRETO LEGISLATIVO 206/2005

Il Decreto Legislativo 206/2005, noto anche come “Codice del Consumo”, disciplina le transazioni commerciali tra imprese e consumatori. Tutela i diritti dei consumatori, ad esempio fornendo informazioni chiare sul prodotto, diritto di recesso, informazioni sul prezzo, condizioni di vendita, ecc.

Questi alcuni punti chiave del Codice del Consumo:

- **Informazioni precontrattuali:** Il venditore deve fornire al consumatore tutte le informazioni necessarie in modo chiaro e comprensibile prima della conclusione di un contratto. Tali informazioni possono includere il prezzo, le caratteristiche del prodotto o del servizio, le modalità di consegna, le condizioni di pagamento, le garanzie offerte, ecc.
- **Diritto di recesso:** Il consumatore ha diritto di recedere da un contratto di acquisto o di fornitura di servizi entro un certo periodo di tempo, solitamente 14 giorni lavorativi, senza dover fornire una motivazione specifica. Il venditore deve informare chiaramente il consumatore circa i termini e le modalità di esercizio di tale diritto.
- **Garanzie legali:** Il Codice del Consumo prevede garanzie legali a favore dei consumatori in caso di difetti o non conformità del prodotto o del servizio. Tali garanzie coprono un determinato periodo di tempo e consentono al consumatore di richiedere la riparazione, la sostituzione o il rimborso del prodotto difettoso.
- **Pratiche commerciali scorrette:** Il Codice del Consumo vieta le pratiche commerciali scorrette, come la pubblicità ingannevole o aggressiva, che potrebbero influenzare indebitamente le decisioni di acquisto dei consumatori.
- **Clausole abusive:** Il Codice del Consumo vieta le clausole contrattuali abusive che creino un significativo squilibrio tra diritti e obblighi delle parti a danno dei consumatori. Tali clausole sono considerate nulle ed inapplicabili.
- **Responsabilità del produttore:** Il Codice del Consumo stabilisce che i produttori sono responsabili dei danni causati dai difetti dei loro prodotti. I consumatori hanno diritto al risarcimento dei danni subiti a causa di un prodotto difettoso.

INFORMATIVA SULLA PRIVACY (GDPR)

Il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) è un regolamento dell'Unione Europea che disciplina la protezione dei dati personali. Se raccogli, memorizzi o tratti dati personali dei tuoi clienti, devi rispettare le disposizioni del GDPR.

Le imprese di e-commerce che operano in Italia devono rispettare il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) e il Codice italiano sulla privacy. Queste leggi regolano il trattamento e la protezione dei dati personali, inclusa la raccolta dei dati, il consenso, le misure di sicurezza e i diritti degli individui riguardo alle loro informazioni personali.

GESTIONE DEI COOKIE

Se utilizzi cookie sul tuo sito web, devi fornire un'informativa chiara e trasparente sull'utilizzo dei cookie e ottenere il consenso dell'utente, in conformità con la normativa sulla privacy.

FATTURAZIONE ELETTRONICA

In Italia è obbligatorio emettere fatture elettroniche per le transazioni commerciali. Le aziende di e-commerce devono rispettare le normative sulla fatturazione elettronica e inviare fatture elettroniche ai propri clienti.

DIRITTI D'AUTORE

Assicurati di rispettare le leggi sul copyright quando utilizzi immagini, testo o altri contenuti su un sito di e-commerce. Se vendi prodotti protetti da copyright, assicurati di ottenere le autorizzazioni o le licenze necessarie.

INFORMAZIONI DEL VENDITORE

Il nome, l'indirizzo e gli altri dati identificativi del venditore devono essere chiaramente indicati sul sito e-commerce.

TQuesto elenco di norme rappresenta una panoramica generale dei principali aspetti giuridici legati al commercio elettronico in Italia. Si consiglia alle aziende di e-commerce di consultare un professionista legale o fonti ufficiali pertinenti per ulteriori informazioni o per adattare queste informazioni alla loro situazione specifica.

Vedi anche:

<https://www.parlamento.it/parlam/leggi/deleghe/03070dl.htm>

<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2014/03/11/14G00033/sg>

<https://www.mimit.gov.it/index.php/it/component/content/article?id=2012688:il-codice-del-consumo&catid=460:regolamenti-e-codici>

<https://www.garanteprivacy.it/codice>

1.2. Spagna

In Spagna, il commercio elettronico è regolato da diverse leggi e regolamenti che mirano a garantire la protezione dei consumatori, la privacy dei dati e pratiche commerciali corrette. Ecco alcune leggi e regolamenti chiave relativi alla regolamentazione del commercio elettronico in Spagna:

LEGGE 34/2002

La legge 34/2002, dell'11 luglio, sui servizi della società dell'informazione e sul commercio elettronico (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico o LSSI-CE), stabilisce il quadro giuridico per le attività di commercio elettronico in Spagna. Copre aspetti quali la contrattazione online, i requisiti di informazione per i fornitori di servizi e le comunicazioni commerciali

LEGGI A TUTELA DEL CONSUMATORE

Le leggi spagnole sulla tutela dei consumatori, come il Regio Decreto Legislativo 1/2007 del 16 novembre, che approva il testo rivisto della Legge Generale per la Difesa dei Consumatori e degli Utenti (Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios), si applicano alle transazioni commerciali online. Queste leggi tutelano i diritti dei consumatori in merito a informazioni sui prodotti, termini contrattuali, annullamenti e resi, garanzie e risoluzione delle controversie.

LEGGI SULLA PROTEZIONE DEI DATI

Le imprese di e-commerce che operano in Spagna devono rispettare il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) e la Legge organica 3/2018 sulla protezione dei dati e la garanzia dei diritti digitali (Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales o LOPDGDD). Queste leggi regolano il trattamento e la protezione dei dati personali, inclusa la raccolta dei dati, il consenso, le misure di sicurezza e i diritti degli individui riguardo alle loro informazioni personali.

NORMATIVA SULLE VENDITE A DISTANZA

Le imprese di commercio elettronico che effettuano vendite a distanza (vendita di beni o servizi a distanza senza interazione faccia a faccia) devono rispettare le norme stabilite nel regio decreto legislativo 1/2007, che copre aspetti quali informazioni precontrattuali, diritto di recesso e obblighi di consegna.

REGOLAMENTO PUBBLICITÀ E MARKETING

Le aziende di e-commerce in Spagna devono rispettare le normative in materia di pubblicità e marketing, comprese quelle relative alla concorrenza sleale, alla pubblicità ingannevole e alla pubblicità comparativa. Queste normative mirano a garantire pratiche di marketing veritiere e trasparenti nel commercio elettronico.

LEGGI SULLA FIRMA ELETTRONICA

La Legge sulla Firma Elettronica (Ley 59/2003, de Firma Electrónica) stabilisce il quadro giuridico per l'uso delle firme elettroniche nelle transazioni elettroniche, fornendo validità legale ai documenti e alle firme elettroniche utilizzate nel commercio elettronico.

È importante che le aziende di e-commerce che operano in Spagna familiarizzino con queste leggi e normative e ne garantiscano la conformità. La consulenza con professionisti legali o consulenti specializzati può aiutare a districarsi tra le complessità delle normative sull'e-commerce e garantire il rispetto delle leggi applicabili per proteggere sia le aziende che i consumatori.

Vedi anche:

<https://www.consumo.gob.es/es/consumo/regulacion-comercio-electronico>

<https://www.esi.uclm.es/www/jjcastro/coe/legislacion.html>

1.3. Turchia

La legislazione sul commercio elettronico comprende leggi, regolamenti, comunicati e direttive che iniziano con la "Legge sulla tutela dei consumatori" dell'8 marzo 1995 e continuano con il "Regolamento che modifica il regolamento sui fornitori di servizi e sui fornitori di servizi intermediari nel commercio elettronico", che è entrato in vigore il 15 febbraio 2019. In circa 15 anni sono state emanate 22 diverse leggi, regolamenti, comunicati e direttive relative al commercio elettronico.

La legislazione sul commercio elettronico si riferisce all'insieme delle leggi e dei regolamenti attualmente in vigore in materia di commercio elettronico. Queste leggi e regolamenti delineano i principi e le procedure applicati dal governo per il commercio elettronico, sia a livello nazionale che internazionale.

Il processo di commercio elettronico è dinamico e, di conseguenza, anche la legislazione è dinamica. La legislazione sul commercio elettronico si evolve in base al progresso tecnologico, ai nuovi metodi di commercio elettronico e alle pratiche emergenti. Alcune leggi riguardano direttamente il commercio elettronico, mentre altre, nel quadro generale del commercio nazionale, indicano ambiti di applicazione per le aziende o le imprese legate al commercio elettronico.

Gli sforzi legislativi che comprendono tutti i principi e le procedure che regolano il commercio elettronico in Turchia, in ordine cronologico, sono i seguenti:

- **"Legge sulla tutela del consumatore"** numero 4077, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale dell'8 marzo 1995 numero 22221.
- **"Legge sulla Firma Elettronica"** numero 5070, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale del 23 gennaio 2004 numero 25355.
- **"Legge sulla regolamentazione delle pubblicazioni effettuate su Internet e sulla lotta contro i crimini commessi attraverso tali pubblicazioni"** numero 5651, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale del 4 maggio 2007 numero 26530.
- **"Regolamento recante principi e procedure per la regolamentazione delle pubblicazioni effettuate su Internet"** pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 30 novembre 2007 numero 26716.
- **"Legge sulle comunicazioni elettroniche"** numero 5809, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale del 10 novembre 2008 numero 27050.

- **"Legge sulla regolamentazione del commercio elettronico"** numero 6563, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale del 5 novembre 2014 numero 29166.
- **"Regolamento Contratti a Distanza"** pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 27 novembre 2014 numero 29188.
- **"Regolamento sui contratti a distanza di servizi finanziari"** pubblicato dal Ministero delle dogane e del commercio, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del 31 gennaio 2015 numero 29253.
- **"Regolamento sulle comunicazioni commerciali e sui messaggi elettronici commerciali"** pubblicato dal Ministero delle dogane e del commercio, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del 15 luglio 2015 numero 29417.
- **"Regolamento sui prestatori di servizi e sui prestatori di servizi intermediari nel commercio elettronico"** pubblicato dal Ministero delle dogane e del commercio, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del 26 agosto 2015 numero 29457.
- **"Legge sulla protezione dei dati personali"** numero 6698, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale del 7 aprile 2016 numero 29677.
- **"Comunicato sul timbro fiduciario nel commercio elettronico"** pubblicato dal Ministero delle dogane e del commercio, del 6 giugno 2017 numero 30088.
- **"Comunicato sul sistema informativo del commercio elettronico e sugli obblighi di notifica"** pubblicato dal Ministero delle dogane e del commercio, il 11 agosto 2017 numero 30151.
- **"Regolamento sulla cancellazione, distruzione o anonimizzazione dei dati personali"** pubblicato dal Ministero delle dogane e del commercio, il 28 ottobre 2017 numero 30224.
- **"Regolamento sul registro dei titolari del trattamento"** pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 30 dicembre 2017 numero 30286.
- **"Comunicato di modifica del comunicato generale di attuazione dell'imposta sul valore aggiunto"** pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 31 gennaio 2018 numero 30318.
- **"Notifica relativa alla strategia e al piano d'azione di esportazione elettronica (2018-2020)"** pubblicata dal Ministero delle dogane e del commercio, il 31 gennaio 2018 numero 30324.
- **"Comunicato modalità e principi applicativi per i titolari del trattamento"** pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 10 marzo 2018 numero 30356.
- **"Delibera sul principio di prevenzione della pubblicità/notifiche agli indirizzi di posta elettronica o ai telefoni cellulari delle persone fisiche da parte dei titolari e degli incaricati del trattamento"** pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale del 1° novembre 2018 numero 30582.
- **"Comunicato sulla modifica del sistema informativo del commercio elettronico e sugli obblighi di notifica"** pubblicato dal Ministero delle dogane e del commercio, il 15 febbraio 2019 numero 30687.
- **"Notifica di modifica del comunicato generale di attuazione dell'imposta sul valore aggiunto"** pubblicata dal Ministero del Tesoro e delle Finanze (Amministrazione delle Entrate) sulla Gazzetta Ufficiale del 15 febbraio 2019 numero 30687.

- **"Regolamento che modifica il regolamento sui prestatori di servizi e sui prestatori di servizi intermediari nel commercio elettronico"** pubblicato dal Ministero delle dogane e del commercio nella Gazzetta ufficiale del 15 febbraio 2019 numero 30687.

vedi anche:

<https://ticaret.gov.tr>

1.4. Romania

In Romania, il commercio elettronico è regolato da numerose leggi e regolamenti, derivati principalmente dalle direttive e dai regolamenti dell'Unione Europea.

Ecco alcuni aspetti chiave del quadro normativo:

DIRETTIVA E-COMMERCE (DIRETTIVA 2000/31/CE)

Questa direttiva dell'Unione Europea stabilisce il quadro giuridico per il commercio elettronico negli stati membri dell'UE. Comprende disposizioni relative alla responsabilità dei fornitori di servizi intermediari, come i fornitori di hosting e i mercati online.

PROTEZIONE DEL CONSUMATORE

La Romania, come altri Stati membri dell'UE, ha implementato la Direttiva sui diritti dei consumatori dell'UE (Direttiva 2011/83/UE).

Questa direttiva fornisce norme e regolamenti in materia di protezione dei consumatori nelle transazioni online, compresi requisiti di informazione, diritti di recesso e rimedi per i consumatori in caso di problemi con gli acquisti online.

FIRMA ELETTRONICA E IDENTIFICAZIONE

Le firme elettroniche e i metodi di identificazione sono disciplinati dal Regolamento (UE) n. 910/2014 (Regolamento eIDAS).

La Romania ha adottato questo regolamento per garantire il riconoscimento giuridico delle firme elettroniche e l'identificazione elettronica sicura.

PROTEZIONE DATI

Il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR), applicabile in tutta l'UE, compresa la Romania, ha un impatto significativo sul commercio elettronico.

Regola il trattamento dei dati personali e impone requisiti severi alle aziende che gestiscono i dati dei clienti.

PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Le normative relative alla proprietà intellettuale, come le leggi sul copyright e sui marchi, si applicano anche all'e-commerce in Romania. Le aziende online devono essere consapevoli di queste normative per evitare violazione del copyright e dei marchi.

FISCALITÀ

Le norme sulla tassazione del commercio elettronico possono essere complesse e cambiare nel tempo. Le aziende coinvolte nell'e-commerce in Romania devono rispettare l'imposta sul valore aggiunto (IVA) e altre norme fiscali applicabili alle vendite online.

DIRITTO DELLA CONCORRENZA

Le norme antitrust e sulla concorrenza si applicano alle attività di commercio elettronico in Romania per prevenire comportamenti anticoncorrenziali, come la fissazione dei prezzi o l'abuso di posizione dominante sul mercato.

RESPONSABILITÀ DELLA PIATTAFORMA

Come altri Stati membri dell'UE, la Romania dispone di norme relative alla responsabilità degli operatori di piattaforme online per i contenuti pubblicati dagli utenti. Queste regole hanno lo scopo di garantire che i contenuti illegali o dannosi vengano rimossi tempestivamente.

2. REGOLAMENTO SUI PRESTATORI DI SERVIZI E PRESTATORI INTERMEDIARI DI SERVIZI NEL COMMERCIO ELETTRONICO

2.1. Italia

Con il termine provider si intende la persona che fornisce un servizio in qualche modo connesso ad Internet. I servizi sono vari come ad es. dal semplice servizio di connessione alla rete (c.d. provider di accesso) o di trasmissione dati (c.d. carrier) fino a servizi più elaborati quali il caching, l'hosting o l'housing (c.d. Internet Service Provider – ISP). I fornitori possono quindi fornire anche servizi relativi ai contenuti del sito web (cd content provider).

Generalmente il rapporto con i fornitori è inquadrato nel contratto di servizio. Il fornitore sarà responsabile nei confronti del cliente secondo le normali regole in materia di inadempimento.

In Italia non esiste una regolamentazione specifica che si concentri esclusivamente sui fornitori di servizi e sui fornitori di servizi intermediari nel commercio elettronico. Tuttavia, ci sono alcune leggi e regolamenti che si applicano a questi individui.

Di seguito alcune delle principali normative di riferimento:

DECRETO LEGISLATIVO 70/2003

Come accennato in precedenza, il D.Lgs. 70/2003, noto come “Codice del commercio elettronico”, regola diversi aspetti giuridici del commercio elettronico, compresi i fornitori di servizi intermediari. Stabilisce le responsabilità dei prestatori di servizi intermediari, come gli hosting provider, specificando che essi non sono responsabili dei contenuti illeciti forniti da terzi, a condizione che non ne abbiano avuto effettiva conoscenza e abbiano agito tempestivamente per rimuoverli o disabilitarne l'accesso .

Regola specificamente la responsabilità degli ISP che forniscono i seguenti servizi:

- **Mero canale:** trasmissione di informazioni sulla rete di comunicazione o fornitura di accesso alla rete di comunicazione.
- **Caching:** memorizzazione intermedia e temporanea delle informazioni trasmesse via Internet, effettuata al fine di rendere più efficace il successivo inoltramento ad altri destinatari che ne facciano richiesta.
- **Hosting:** Messa a disposizione di una parte delle risorse di spazio di memoria digitale (hard disk) contenute all'interno di un server continuamente connesso alla Rete al fine di rendere accessibile su Internet il contenuto di un sito web.

A meno che tu non partecipi in qualche modo alla gestione, il fornitore non è responsabile del contenuto pubblicato sul sito. Se un caching o un hosting provider viene a conoscenza di reati riguardanti le informazioni gestite, deve tempestivamente attivarsi per rimuovere tali informazioni o accedere alle stesse (artt. 14-16 D.Lgs. 70/2003). Il fornitore può essere ritenuto responsabile – in solido con il trasgressore ai sensi dell'art. 2055 cc - dei contenuti del sito qualora svolga anche la funzione di fornitore di contenuti.

L'host provider (Google, YouTube c. RTI) è responsabile di non aver adottato misure immediate per rimuovere i contenuti illeciti, nonostante gli avvertimenti dell'interessato e anche in assenza di un ordine dell'autorità giudiziaria (Trib. Roma, 11 febbraio 2010) Pur non avendo un ruolo attivo o di controllo nella gestione, il gestore di un mercato on line (E-Bay) è responsabile quando non agisce con diligenza, una volta venuto a conoscenza dei reati (decisioni CGCE 12.07.2011, caso C-324 /09 L'Oreal c. eBay e 23.03.2010, cause riunite C-236/08 e C-238/08 Louis Vuitton c. Google).

Il fornitore non ha un obbligo generale di monitoraggio o ricerca di illegalità. Tuttavia, il fornitore è tenuto a informare l'Autorità qualora venga a conoscenza di presunte attività illecite e a fornire, su richiesta dell'Autorità, l'identificazione del destinatario dei servizi. In difetto, il fornitore è responsabile civilmente (art. 17 D.Lgs. 70/2003).

LEGGE SULLA PRIVACY (GDPR)

Il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) dell'Unione Europea si applica a tutti i fornitori di servizi che trattano dati personali di cittadini dell'Unione Europea. Pertanto, i fornitori di servizi nel commercio elettronico, compresi i fornitori intermediari, devono rispettare le disposizioni del GDPR relative alla raccolta, conservazione e trattamento dei dati personali dei clienti.

DIRITTO DEL COMMERCIO ELETTRONICO

La Legge italiana sul commercio elettronico (Legge 21 novembre 2000, n. 404) regola alcune questioni relative al commercio elettronico, compresi i diritti e gli obblighi dei fornitori di servizi. Ad esempio, impone ai fornitori di fornire informazioni chiare e trasparenti prima di concludere il contratto e stabilisce norme sulle comunicazioni commerciali.

REGOLE SPECIFICHE DEL SETTORE

A seconda del settore in cui opera il fornitore di servizi intermediari di e-commerce, possono applicarsi norme specifiche. Ad esempio, se sei un intermediario di pagamento, potrebbero applicarsi normative finanziarie o bancarie.

2.2. Spagna

In Spagna, la regolamentazione dei prestatori di servizi e dei prestatori di servizi intermediari nel commercio elettronico è disciplinata principalmente dalla legge 34/2002, dell'11 luglio, sui servizi della società dell'informazione e sul commercio elettronico (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico o LSSI-CE). Questa legge stabilisce il quadro giuridico per le attività di commercio elettronico e definisce le responsabilità e gli obblighi dei fornitori di servizi e dei fornitori di servizi intermediari.

Ecco gli aspetti salienti della normativa:

FORNITORI DI SERVIZI

La LSSI-CE definisce i fornitori di servizi come individui o entità che offrono servizi della società dell'informazione, che possono includere piattaforme di e-commerce, mercati

online, piattaforme di social media, motori di ricerca, provider di hosting e fornitori di servizi Internet (ISP).

REQUISITI INFORMATIVI

I fornitori di servizi sono obbligati a fornire determinate informazioni agli utenti o ai consumatori. Ciò include i dettagli di identificazione, le informazioni di contatto, i dettagli di registrazione (se applicabile) e qualsiasi credenziale o licenza professionale pertinente. Queste informazioni devono essere facilmente accessibili sul sito web o sulla piattaforma del fornitore di servizi.

LIMITAZIONE DI RESPONSABILITÀ

La LSSI-CE stabilisce un regime di responsabilità limitata per i fornitori di servizi che agiscono come intermediari. Secondo tale disposizione, i fornitori di servizi non sono responsabili delle informazioni o dei contenuti forniti dagli utenti o da terzi, purché questi non siano consapevoli della natura illecita dei contenuti e, non appena ne vengano a conoscenza, agiscono tempestivamente per rimuoverli o disabilitarne l'accesso ad esso.

OBBLIGO DI COLLABORARE

I fornitori di servizi sono tenuti a collaborare con le autorità e le forze dell'ordine nella prevenzione e nelle indagini su attività illegali o reati commessi attraverso le loro piattaforme. Devono inoltre implementare meccanismi per segnalare e gestire i reclami degli utenti relativi a contenuti illegali o dannosi.

COMUNICAZIONI COMMERCIALI

La LSSI-CE comprende norme sulle comunicazioni commerciali, come l'email marketing e il telemarketing. I fornitori di servizi devono ottenere il consenso preventivo degli utenti prima di inviare comunicazioni commerciali, identificarli chiaramente come tali e fornire un modo semplice ed efficace per rinunciare a ricevere ulteriori comunicazioni.

PROTEZIONE DEI DATI E PRIVACY

I fornitori di servizi devono rispettare il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) e la Legge organica 3/2018 sulla protezione dei dati e la garanzia dei diritti digitali (LOPDGDD). Ciò include l'ottenimento del consenso dell'utente per il trattamento dei dati, l'implementazione di misure di sicurezza adeguate e il rispetto dei diritti degli individui in merito ai propri dati personali.

È importante che i fornitori di servizi e i fornitori di servizi intermediari nel commercio elettronico comprendano e rispettino queste normative per garantire la conformità legale, proteggere i diritti degli utenti e mantenere la fiducia nei loro servizi online.

Vedi anche:

<https://www.guidetobusinessinspain.com/en/7-legal-framework-and-tax-implications-of-e-commerce-in-spain/7-2-6-law-34-2002-on-e-commerce-and-information-society-services/>

Appendice: Norme legali, diritti e obblighi sul commercio elettronico

2.3. Turchia

REGOLAMENTO SUI PRESTATORI INTERMEDIARI DI SERVIZI E-COMMERCE E SUI PRESTATORI DI SERVIZI E-COMMERCE

Il Regolamento sui prestatori di servizi intermediari del commercio elettronico e sui prestatori di servizi di commercio elettronico, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale il 29 dicembre 2022, sostituisce il precedente regolamento del 26 agosto 2015. Tale regolamento introduce una serie di significative novità a sostegno dello sviluppo del commercio elettronico e per garantire un ambiente competitivo efficace.

Il regolamento definisce nuovi concetti per i fornitori di servizi intermediari del commercio elettronico (ECISP) e per i fornitori di servizi di commercio elettronico (ECSP). Alcuni termini evidenziati nel regolamento includono servizio di intermediazione, sistema di comunicazione interna, fornitore di servizi intermediari di commercio elettronico, fornitore di servizi di commercio elettronico e sistema di informazione sul commercio elettronico.

Specifica gli obblighi che gli ECSP e gli ECISP devono assolvere nelle fasi di fornitura delle informazioni e di ordine. In questo contesto vengono affrontate questioni quali la verifica e la convalida delle informazioni introduttive fornite dagli ECSP da parte degli ECISP.

Per contrastare i contenuti illegali e le pratiche commerciali scorrette, il regolamento delinea le responsabilità degli ECISP, imponendo loro di informare gli ECSP sui contenuti illegali e assicurandone la rimozione entro 48 ore.

Viene introdotto un processo di reclamo per violazioni dei diritti di proprietà intellettuale e industriale. Quando vengono inoltrati agli ECISP reclami riguardanti la pubblicazione di contenuti, questi sono tenuti a intervenire tempestivamente e rimuovere il relativo contenuto.

Per quanto riguarda i contratti di intermediazione, il regolamento definisce gli elementi minimi e aggiuntivi che devono essere contenuti nei contratti che regolano il rapporto commerciale tra ECSP ed ECISP.

Restrizioni sui limiti di budget per la pubblicità e gli sconti sono imposte agli ECISP di grandi e grandissime dimensioni, comprese limitazioni specifiche basate sul volume netto delle transazioni e obblighi relativi alle spese pubblicitarie.

Vengono stabiliti processi e requisiti per la richiesta per gli ECISP che necessitano di ottenere o rinnovare una licenza di commercio elettronico.

Diversi articoli del regolamento entreranno in vigore alle date specificate. Tali regolamenti mirano ad adattarsi agli sviluppi nel settore del commercio elettronico e a garantire una concorrenza leale.

Vedi anche:

<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/12/20221229-5.htm>

<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/08/20150826-10.htm>

2.4. Romania

In Romania, il commercio elettronico è regolato da numerose leggi e regolamenti, derivati principalmente dalle direttive e dai regolamenti dell'Unione Europea.

Ecco alcuni aspetti chiave del quadro normativo:

DIRETTIVA E-COMMERCE (DIRETTIVA 2000/31/CE)

Questa direttiva dell'Unione Europea stabilisce il quadro giuridico per il commercio elettronico negli stati membri dell'UE. Comprende disposizioni relative alla responsabilità dei fornitori di servizi intermediari, come i fornitori di hosting e i mercati online.

PROTEZIONE DEL CONSUMATORE

La Romania, come altri Stati membri dell'UE, ha implementato la Direttiva sui diritti dei consumatori dell'UE (Direttiva 2011/83/UE).

Questa direttiva fornisce norme e regolamenti in materia di protezione dei consumatori nelle transazioni online, compresi requisiti di informazione, diritti di recesso e rimedi per i consumatori in caso di problemi con gli acquisti online.

FIRMA ELETTRONICA E IDENTIFICAZIONE

Le firme elettroniche e i metodi di identificazione sono disciplinati dal Regolamento (UE) n. 910/2014 (Regolamento eIDAS).

La Romania ha adottato questo regolamento per garantire il riconoscimento giuridico delle firme elettroniche e l'identificazione elettronica sicura.

PROTEZIONE DEI DATI

Il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR), applicabile in tutta l'UE, compresa la Romania, ha un impatto significativo sul commercio elettronico.

Regola il trattamento dei dati personali e impone requisiti severi alle aziende che gestiscono i dati dei clienti.

PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Le normative relative alla proprietà intellettuale, come le leggi sul copyright e sui marchi, si applicano anche all'e-commerce in Romania. Le aziende online devono essere consapevoli di queste normative per evitare violazioni del copyright e dei marchi.

FISCALITÀ

Le norme sulla tassazione del commercio elettronico possono essere complesse e cambiare nel tempo. Le aziende coinvolte nell'e-commerce in Romania devono rispettare l'imposta sul valore aggiunto (IVA) e altre norme fiscali applicabili alle vendite online.

DIRITTO DELLA CONCORRENZA

Le norme antitrust e sulla concorrenza si applicano alle attività di commercio elettronico in Romania per prevenire comportamenti anticoncorrenziali, come la fissazione dei prezzi o l'abuso di posizione dominante sul mercato.

RESPONSABILITÀ DELLA PIATTAFORMA

Come altri Stati membri dell'UE, la Romania dispone di norme relative alla responsabilità degli operatori di piattaforme online per i contenuti pubblicati dagli utenti. Queste regole hanno lo scopo di garantire che i contenuti illegali o dannosi vengano rimossi tempestivamente.

3. PUBBLICAZIONI UFFICIALI SUI SISTEMI INFORMATIVI E-COMMERCE E OBBLIGHI DI NOTIFICA

3.1. Italia

In Italia, le pubblicazioni ufficiali relative ai sistemi informativi del commercio elettronico e agli obblighi di notifica si trovano nel decreto legislativo 70/2003, del 9 aprile, sui servizi della società dell'informazione e sul commercio elettronico. In particolare, fornisce il quadro generale sugli obblighi informativi nel commercio elettronico con particolare riguardo alle informazioni generali obbligatorie, a quelle concernenti le comunicazioni commerciali e le informazioni contrattuali.

Ecco alcuni aspetti chiave:

INFORMAZIONI GENERALI OBBLIGATORIE NEL COMMERCIO ELETTRONICO

La normativa sul commercio elettronico individua nel fornitore di servizi della società dell'informazione il soggetto tenuto ad adempiere agli obblighi di informazione. La nozione di servizio della società dell'informazione è di origine comunitaria e si riferisce a qualsiasi servizio normalmente fornito dietro remunerazione, a distanza, per via elettronica e su richiesta individuale di un destinatario di servizi (articolo 1, punto b), Direttiva UE 2015/1535).

L'intento del legislatore è stato quindi quello di garantire un livello minimo di trasparenza al quale il fornitore deve attenersi per soddisfare le esigenze di tutela dei destinatari dei servizi. Al riguardo, la normativa impone al fornitore di rendere disponibili, in modo diretto e permanente, una serie di informazioni che, per quanto riguarda l'utente medio, devono essere facilmente accessibili (art. 7, D.Lgs. 70/2003).

L'accesso a tali informazioni consente ai destinatari dei servizi e alle Autorità competenti di identificare correttamente il fornitore, di conoscere i suoi recapiti, l'attività svolta, i servizi offerti, nonché gli estremi dell'Autorità di controllo competente, o dell'associazione professionale in il caso delle professioni regolamentate. Si tratta di informazioni che tendono a ridurre la sproporzione informativa tra fornitore e destinatari dei servizi online, consentendo a questi ultimi di verificare facilmente l'identità e, in un certo senso, l'affidabilità del fornitore.

Le informazioni generali obbligatorie non dipendono dall'esistenza di un contratto tra il fornitore e il destinatario dei servizi, e sono da ritenersi obbligatorie tra le parti, essendo inutile la qualifica di professionista del destinatario. La normativa precisa inoltre che le informazioni devono essere sempre aggiornate e fornite in aggiunta agli eventuali obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi. Ne consegue che l'informativa generale obbligatoria si aggiunge a quella prevista, ad esempio, per i contratti a distanza con i consumatori (art. 49 Codice del Consumo) e agli obblighi di informazione stabiliti dalla normativa privacy.

COMUNICAZIONI COMMERCIALI

Appendice: Norme legali, diritti e obblighi sul commercio elettronico

La normativa sul commercio elettronico presta particolare attenzione alle comunicazioni commerciali. Per questo motivo, fin dal suo primo invio, il destinatario deve essere informato, in modo chiaro ed inequivocabile, di aver ricevuto una comunicazione commerciale e conoscere l'identità del soggetto per conto del quale è stata effettuata. La normativa vieta inoltre l'invio di messaggi promozionali occulti imponendo al fornitore del servizio di indicare che la comunicazione riguarda offerte promozionali, concorsi o giochi, nonché le relative condizioni di accesso o partecipazione (art. 8, D.Lgs. 70/2003).

Anche le comunicazioni commerciali inviate tramite posta elettronica, se non richieste, devono essere identificate come tali al momento della ricezione e consentire al destinatario di rinunciare (art. 9, comma 1, D.Lgs. 70/2003). Anche la presente informativa, al pari delle informazioni generali obbligatorie, è da ritenersi obbligatoria per tutti i destinatari, professionisti e consumatori.

Considerato il carattere particolarmente invasivo delle comunicazioni commerciali per la privacy dei destinatari, soprattutto se non sollecitate, la disciplina sul commercio elettronico deve essere coordinata con la normativa europea in materia di trattamento dei dati personali (Reg. UE n. 679/2016) e con le disposizioni ancora vigenti del Codice Privacy italiano (D.Lgs. 196/2003). A questo proposito, il fornitore deve ottenere il consenso preventivo del destinatario per l'invio di comunicazioni di carattere commerciale. In mancanza del consenso degli interessati, il loro invio è consentito solo se l'indirizzo di posta elettronica è stato fornito dall'interessato nel contesto della vendita di un prodotto o di un servizio analogo a quello oggetto della comunicazione (art. 130, co. comma 4, D.Lgs. 196/2003).

In caso di opposizione, tuttavia, il fornitore dovrà astenersi dall'inviare ulteriori comunicazioni commerciali. È invece vietato al fornitore del servizio utilizzare indirizzi di posta elettronica (o altri dati di contatto dell'interessato) presenti su Internet per l'invio di comunicazioni commerciali.

INFORMAZIONI CONTRATTUALI NELL'E-COMMERCE

Le informazioni contrattuali possono essere suddivise in: informazioni finalizzate alla conclusione del contratto, e informazioni relative alla sua esecuzione.

Particolare attenzione dovrà essere posta anche alla qualità del destinatario, poiché il fornitore del servizio può derogare ad alcuni obblighi informativi solo se la controparte contrattuale è un professionista.

1. Informazioni finalizzate alla conclusione del contratto

Prima di poter giungere alla conclusione del contratto, il fornitore del servizio dovrà fornire una serie di informazioni tecniche sulle modalità di conclusione e archiviazione del contratto, nonché sulla correzione di eventuali errori commessi dal destinatario nell'inserimento dei dati. Il fornitore del servizio, oltre ad indicare se il contratto è disponibile in lingue diverse dall'italiano, dovrà indicare gli eventuali codici di condotta a cui aderisce e gli strumenti per la risoluzione delle controversie. La norma non pregiudica, tuttavia, la possibilità di derogare all'obbligo di informazione qualora il destinatario sia un professionista (art. 12, comma 1, d.lgs. 70/2003), ovvero nei contratti

conclusi mediante posta elettronica o comunicazioni individuali equivalenti (art. 12, comma 2, D.Lgs. 70/2003).

Non si può, invece, derogare all'obbligo di mettere a disposizione del destinatario, anche se qualificabile come professionista, le proposte di condizioni generali di contratto. Le condizioni generali del contratto devono essere messe a disposizione del destinatario affinché possa memorizzarle e riprodurle. Altrettanto imperativi sono gli obblighi informativi previsti dal Codice del Consumo se la controparte è un consumatore (art. 49 Codice del Consumo).

Gli obblighi di informazione dettati dalla normativa sul commercio elettronico e dal Codice del Consumo devono poi essere coordinati con le disposizioni dettate dal Codice Civile. Infatti, l'obbligo di agire secondo buona fede nelle trattative contrattuali comporta anche l'obbligo di fornire alla controparte tutte le informazioni che potrebbero incidere negativamente sull'adempimento oggetto del contratto (articoli 1337 e 1338 del codice civile).

2. Informazioni relative alla sua esecuzione

Una volta inoltrato l'ordine da parte del destinatario, il fornitore deve accusare ricevuta dell'ordine senza ingiustificato ritardo e per via elettronica. Se il destinatario è un consumatore, la comunicazione deve contenere:

Un riepilogo delle condizioni generali e particolari applicabili al contratto;

Informazioni relative alle caratteristiche essenziali del bene o servizio;

L'indicazione dettagliata del prezzo, delle modalità di pagamento, del recesso, delle spese di consegna e delle imposte applicabili (art. 13, comma 2, D.Lgs. 70/2003).

Tale obbligo di informazione non si applica ai contratti conclusi esclusivamente tramite posta elettronica o comunicazioni individuali equivalenti, o se il destinatario è da considerarsi un professionista.

Concluso il contratto, resta l'obbligo da parte del creditore di comportarsi secondo buona fede nell'esecuzione dello stesso (art. 1375 c.c.).

L'esistenza di specifici obblighi informativi non va a vantaggio solo dei destinatari dei servizi, ma delle stesse piccole e medie imprese che operano online. L'eliminazione di quegli operatori che non possiedono caratteristiche di affidabilità e trasparenza aumenta la fiducia generale nel commercio elettronico e favorisce la redditività delle aziende che soddisfano questi requisiti.

È necessario, pertanto, prestare la dovuta attenzione nell'adempimento degli obblighi di informazione richiesti dalla normativa sul commercio elettronico e dalle altre norme applicabili, non solo per evitare possibili sanzioni, ma per superare l'iniziale diffidenza dei destinatari dei servizi e guadagnarne la fiducia.

3.2. Spagna

In Spagna, le pubblicazioni ufficiali relative ai sistemi informativi del commercio elettronico e agli obblighi di notifica si trovano nella Legge 34/2002, dell'11 luglio, sui servizi della società dell'informazione e sul commercio elettronico (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico o LSSI -CE) e relative normative accompagnatorie. Queste pubblicazioni forniscono linee guida e requisiti per le imprese che operano nel campo del commercio elettronico.

Ecco alcuni aspetti chiave:

REGISTRO DEI SERVIZI DELLA SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE

La LSSI-CE stabilisce l'obbligo per i fornitori di servizi di registrare i propri servizi della società dell'informazione nel registro corrispondente. Il registro garantisce la trasparenza e fornisce un registro pubblico delle informazioni sui fornitori di servizi.

OBBLIGHI DI NOTIFICA

La legge impone ai fornitori di servizi di comunicare alcune informazioni alle autorità competenti. Ciò include informazioni quali i dettagli identificativi, le informazioni di contatto e le caratteristiche dei servizi forniti. La notifica serve ad informare le autorità sull'esistenza e sul funzionamento del servizio.

INFORMAZIONI SUI FORNITORI DI SERVIZI

La LSSI-CE specifica le informazioni che i fornitori di servizi devono rendere disponibili agli utenti e ai consumatori. Ciò include i dettagli di identificazione, le informazioni di contatto, i dettagli di registrazione (se applicabile) e qualsiasi credenziale o licenza professionale pertinente. Queste informazioni dovrebbero essere facilmente accessibili sul sito web o sulla piattaforma del fornitore di servizi.

COMUNICAZIONI PUBBLICITARIE E COMMERCIALI

La legge disciplina anche la pubblicità e le comunicazioni commerciali nel commercio elettronico. I fornitori di servizi sono tenuti a identificare chiaramente le comunicazioni commerciali e a fornire agli utenti un modo semplice per scegliere di non ricevere ulteriori comunicazioni. Inoltre, è necessario seguire alcune regole relative alle comunicazioni commerciali non richieste, come l'e-mail marketing o il telemarketing.

3.3. Turchia

L'assenza di un sistema nazionale di misurazione e valutazione per l'e-commerce è stata identificata come una carenza significativa, che ostacola la determinazione della nostra posizione nel mercato globale dell'e-commerce e il calcolo corretto del volume del nostro mercato nazionale dell'e-commerce. In questo contesto, è stato preparato il regolamento sul sistema informativo del commercio elettronico e sugli obblighi di notifica per garantire l'accessibilità delle imprese impegnate nel commercio elettronico e il tracciamento accurato dei dati del commercio elettronico. È entrato in vigore l'11 agosto 2017 ed è stato istituito e lanciato il sistema informativo sul commercio elettronico (ETBIS) per fornire servizi.

I prestatori di servizi o i prestatori di servizi intermediari impegnati nel commercio elettronico o in attività di intermediazione sono tenuti a registrarsi su ETBIS attraverso il portale di e-Government prima di iniziare le loro attività.

Per la registrazione, i commercianti di persone giuridiche devono fornire il proprio numero MERSIS e il numero di identificazione fiscale, mentre gli artigiani devono fornire il proprio numero di identificazione turco e il numero di identificazione fiscale. Inoltre, devono essere inserite informazioni sull'applicazione mobile e sul nome di dominio utilizzati nelle attività di commercio elettronico o di intermediazione. In questo modo, le imprese che dichiarano il proprio impegno nel commercio elettronico vengono registrate, consentendo l'accessibilità delle imprese di commercio elettronico e impedendo transazioni informali. Inoltre, i fornitori di servizi e i fornitori di servizi intermediari registrati su ETBIS forniscono informazioni relative al loro indirizzo di posta elettronica registrata (KEP) adeguato, al tipo di commercio elettronico, alle attività di commercio non elettronico, al tipo di beni e servizi offerti nell'ambiente di commercio elettronico, ai metodi di pagamento e se i beni di seconda mano sono offerti in vendita nell'ambiente del commercio elettronico, insieme al tipo di beni di seconda mano.

Gli istituti di pagamento e di moneta elettronica, le banche, l'Interbank Card Center Inc., gli operatori di carico e logistica, i fornitori di infrastrutture di commercio elettronico e i fornitori di servizi intermediari trasmettono mensilmente a ETBIS informazioni sui contratti e sugli ordini effettuati online. I dettagli di queste informazioni relative ai contratti e agli ordini effettuati online sono determinati dal nostro Ministero e pubblicati sul sito www.eticaret.gov.tr.

Le informazioni sui fornitori di servizi registrati e sui fornitori di servizi intermediari su ETBIS, così come altri dettagli necessari, sono annunciate sul sito web creato dal nostro Ministero (www.eticaret.gov.tr). Inoltre, viene sviluppata una metodologia per tutti i dati raccolti e le statistiche vengono prodotte e condivise con il pubblico.

In questo contesto, i cittadini possono accedere facilmente a informazioni quali l'indirizzo Internet, il nome commerciale e il numero MERSIS delle imprese di commercio elettronico. L'obiettivo è rendere le imprese di commercio elettronico trasparenti e accessibili, riducendo così il rischio di frode per i cittadini e promuovendo lo sviluppo del commercio elettronico attraverso la creazione di politiche. Consentire ai cittadini di accedere facilmente alle informazioni su individui o entità impegnati in attività di commercio elettronico contribuisce alla trasparenza in questo campo.

Vedi anche:

<https://ticaret.gov.tr/ic-ticaret/elektronik-ticaret/elektronik-ticaret-bilgi-sistemleri-etbis>

3.4. Romania

SITI GOVERNATIVI

Per accedere alle pubblicazioni ufficiali e alle informazioni riguardanti le normative sul commercio elettronico e gli obblighi di notifica in Romania, inizia visitando i siti web delle agenzie governative competenti. Le principali agenzie coinvolte nella regolamentazione del commercio elettronico e delle questioni correlate includono il Ministero rumeno delle comunicazioni e della società dell'informazione e l'Autorità nazionale rumena per la protezione dei consumatori.

GAZZETTA LEGALE (MONITORUL OFICIAL)

La Gazzetta Legale rumena (Monitorul Oficial) è la pubblicazione ufficiale in cui vengono pubblicate nuove leggi, regolamenti e decisioni governative. Qui è possibile cercare pubblicazioni relative al commercio elettronico e agli obblighi di notifica. Tali pubblicazioni possono includere modifiche legislative, decreti e linee guida.

LEGISLAZIONE NAZIONALE

La Romania, come altri stati membri dell'Unione Europea, implementa le direttive e i regolamenti dell'UE relativi al commercio elettronico. Queste leggi sono spesso pubblicate nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea. La legislazione nazionale che recepisce le direttive dell'UE nel diritto rumeno può essere pubblicata anche nella Gazzetta Legale rumena.

PUBBLICAZIONI DEL MINISTERO E DELL'AGENZIA

I ministeri governativi e le agenzie di regolamentazione competenti in Romania possono emettere documenti guida, circolari e pubblicazioni che forniscono ulteriori dettagli sulla conformità alle normative sul commercio elettronico e sugli obblighi di notifica. Questi documenti possono rappresentare risorse preziose per le aziende che operano nel settore dell'e-commerce.

ASSOCIAZIONI DI COMMERCIO

Le associazioni di categoria legate all'e-commerce e all'IT possono anche pubblicare materiali, linee guida o rapporti che offrono approfondimenti sul panorama normativo e sulle migliori pratiche per il commercio elettronico in Romania.

CONSULENTE LEGALE

Se sei un'azienda o un individuo coinvolto nel commercio elettronico in Romania, è consigliabile consultare un consulente legale o esperti in diritto rumeno sul commercio elettronico. Possono fornire orientamenti specifici sul rispetto degli obblighi di notifica e di altri requisiti legali.

FONTI UE

Dato che la Romania è uno Stato membro dell'UE, le istituzioni e le agenzie dell'UE producono anche pubblicazioni e linee guida relative al commercio elettronico. Il sito web della Commissione europea e il Centro europeo dei consumatori (ECC) Romania possono essere utili fonti di informazioni sulle normative sul commercio elettronico a livello UE.

Vedi anche:

<http://www.monitoruloficial.ro/> | <https://www.comunicatii.gov.ro/>

Appendice: Norme legali, diritti e obblighi sul commercio elettronico

<https://www.anpc.gov.ro/> | <https://www.gov.ro/> | <https://europa.eu/>

4. LEGGE SULLA TUTELA DEL CONSUMATORE

4.1. Italia

In Italia la principale normativa a tutela dei consumatori è il Codice del Consumo (D.Lgs 6 settembre 2005, n. 206). Tale normativa è stata introdotta al fine di garantire la tutela dei diritti dei consumatori e regolare i rapporti tra consumatori e professionisti nell'ambito degli acquisti e dei contratti di fornitura di beni e servizi.

Il Codice del Consumo si applica a tutti i consumatori, intesi come persone fisiche che agiscono per scopi non riferibili alla propria attività professionale. Stabilisce i principi generali che devono essere rispettati nei rapporti con i consumatori e regola diversi ambiti, tra cui:

- **Informazioni:** Il consumatore ha diritto di ricevere informazioni chiare, complete e corrette sulle caratteristiche dei prodotti o servizi offerti prima di effettuare l'acquisto.
- **Contratti:** Vengono stabiliti i requisiti minimi che devono essere presenti nei contratti di acquisto, quali la forma scritta e l'indicazione dei diritti e degli obblighi delle parti.
- **Garanzie:** È regolamentata la garanzia legale per i difetti dei beni e dei servizi acquistati, garantendo al consumatore il diritto alla riparazione, sostituzione o riduzione del prezzo.
- **Reclami e risoluzione delle controversie:** Sono stabiliti meccanismi per la presentazione dei reclami da parte dei consumatori e modalità per risolvere in via extragiudiziale eventuali controversie.
- **Pratiche commerciali sleali:** sono vietate le pratiche commerciali sleali, ingannevoli o aggressive che possano indurre in errore i consumatori.
- **Clausole vessatorie:** Vengono regolamentate le clausole contrattuali ritenute vessatorie e quindi nulle.

Il Codice del Consumo è stato integrato e modificato nel corso degli anni da altre leggi e direttive dell'Unione Europea, al fine di adeguarsi alla normativa comunitaria e di garantire un quadro di tutela ancora più completo per i consumatori italiani.

È sempre consigliabile consultare le fonti ufficiali più recenti o rivolgersi ad un esperto legale per ottenere informazioni aggiornate sulla normativa a tutela del consumatore in Italia.

Vedi anche:

https://www.laleggepertutti.it/524323_tutela-dei-consumatori

Appendice: Norme legali, diritti e obblighi sul commercio elettronico

4.2. Spagna

In Spagna, la protezione dei consumatori è disciplinata dal Regio Decreto Legislativo 1/2007, del 16 novembre, che approva il testo riveduto della Legge Generale per la Difesa dei Consumatori e degli Utenti: questa legge globale stabilisce i diritti fondamentali dei consumatori e degli utenti in Spagna. Copre vari aspetti, come il diritto all'informazione, le condizioni contrattuali, la sicurezza dei prodotti, le garanzie, i servizi post-vendita e la risoluzione delle controversie.

Ecco alcune disposizioni fondamentali della legge:

DIRITTI DEI CONSUMATORI

La legge stabilisce i diritti fondamentali dei consumatori, compreso il diritto a informazioni precise e chiare, il diritto di scegliere liberamente, il diritto a prodotti e servizi di qualità, il diritto alla protezione contro pratiche abusive o sleali e il diritto a meccanismi di reclamo e di ricorso efficaci.

INFORMAZIONI PRECONTRATTUALI

Le imprese sono tenute a fornire ai consumatori informazioni chiare e trasparenti prima di stipulare un contratto. Ciò include dettagli sul prodotto o servizio, le sue caratteristiche, il prezzo, i termini di pagamento, le modalità di consegna e qualsiasi garanzia o servizio post-vendita applicabile.

CONDIZIONI CONTRATTUALI INGIUSTE

La legge vieta le clausole contrattuali abusive che squilibrano in modo significativo i diritti e gli obblighi tra imprese e consumatori. Le clausole contrattuali poco chiare, fuorvianti o eccessivamente onerose per i consumatori possono essere considerate ingiuste e inapplicabili.

SICUREZZA E RESPONSABILITÀ DEL PRODOTTO

La legge stabilisce gli obblighi per le imprese di garantire la sicurezza dei prodotti che immettono sul mercato. Delinea inoltre i diritti dei consumatori in caso di prodotti difettosi o non sicuri, compreso il diritto alla riparazione, sostituzione, rimborso o risarcimento dei danni.

CONTRATTI A DISTANZA E FUORI SEDE

La norma prevede disposizioni specifiche per i contratti a distanza (contratti conclusi a distanza, come gli acquisti online) e per i contratti fuori sede (contratti conclusi al di fuori dei locali commerciali, come le vendite porta a porta). Tali disposizioni mirano a tutelare i consumatori garantendo trasparenza, diritto di recesso e informazioni chiare sulle procedure di cancellazione e restituzione.

AGENZIE PER LA TUTELA DEL CONSUMATORE

La legge istituisce agenzie per la tutela dei consumatori a livello nazionale, regionale e locale. Queste agenzie sono responsabili dell'applicazione delle leggi sulla tutela dei

consumatori, della gestione dei reclami dei consumatori e della promozione dell'educazione e della consapevolezza dei consumatori.

RISOLUZIONE ALTERNATIVA DELLE CONTROVERSIE

La legge promuove meccanismi alternativi di risoluzione delle controversie, come la mediazione o l'arbitrato, per risolvere le controversie dei consumatori in modo più semplice, rapido e meno costoso. Garantisce inoltre l'accesso ai tribunali per i consumatori che cercano un risarcimento legale.

PENALI E SANZIONI

La legge prevede sanzioni e sanzioni per le imprese che violano le norme a tutela dei consumatori. Tali sanzioni possono includere multe, chiusure temporanee o altre misure volte a prevenire pratiche sleali.

Vedi anche:

https://www.mjusticia.gob.es/es/AreaTematica/DocumentacionPublicaciones/Documents/Consolidated_text_of_the_general_consumer_and_user_Protection_Act_and_other_complementary_laws_%28Ley.PDF

4.3. Turchia

La legge sulla tutela dei consumatori in Turchia è disciplinata dalla legge n. 6502, intitolata "Legge sulla tutela dei consumatori" (in turco: "Tüketici Koruma Kanunu"). Questa legge delinea i diritti e le tutele concesse ai consumatori in Turchia. Tieni presente che le leggi e i regolamenti possono cambiare nel tempo, quindi è essenziale fare riferimento alle fonti più aggiornate e ufficiali per le informazioni più recenti sulle leggi sulla tutela dei consumatori in Turchia.

Aggiornate a settembre 2021, ecco alcune disposizioni chiave della legge sulla tutela dei consumatori in Turchia:

DIRITTO DI RECESSO

I consumatori generalmente hanno diritto di recedere dai contratti a distanza (es. acquisti online) entro 14 giorni dal ricevimento del prodotto o dall'accettazione dell'offerta, senza necessità di fornire una motivazione specifica. I venditori sono obbligati a informare i consumatori su questo diritto.

REQUISITI INFORMATIVI

I venditori devono fornire informazioni chiare ed esaurienti sulle caratteristiche essenziali del prodotto o servizio, sul prezzo totale, sui termini di pagamento e consegna e sulle informazioni di contatto del venditore prima che il consumatore stipuli un contratto.

GARANZIA

La legge stabilisce i diritti di garanzia per i consumatori. I consumatori hanno il diritto di richiedere riparazioni, sostituzioni o rimborsi per i prodotti non conformi al contratto o difettosi. La durata del periodo di garanzia legale può variare in base alla natura del prodotto.

PRATICHE COMMERCIALI SLEALI

La legge vieta le pratiche commerciali sleali, la pubblicità ingannevole e le tattiche di marketing ingannevoli.

RISOLUZIONE ALTERNATIVA DELLE CONTROVERSIE (ADR) E RISOLUZIONE DELLE CONTROVERSIE ONLINE (ODR)

I consumatori hanno il diritto di cercare una risoluzione alternativa delle controversie attraverso meccanismi ADR e piattaforme ODR per risolvere le controversie con i venditori senza ricorrere al tribunale.

SICUREZZA E RICHIAMO DEL PRODOTTO

La legge stabilisce i requisiti per la sicurezza dei prodotti e consente il ritiro dei prodotti in caso di prodotti difettosi o non sicuri.

Vedi anche:

<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6502.pdf>

4.4. Romania

La Romania ha recepito la direttiva UE sui diritti dei consumatori (direttiva 2011/83/UE) nella propria legislazione nazionale. Questa direttiva armonizza le leggi sulla protezione dei consumatori in tutta l'Unione Europea, inclusa la Romania. Stabilisce norme comuni per i contratti a distanza (comprese le vendite online) e per i contratti negoziati fuori dei locali commerciali.

Ecco alcune disposizioni chiave relative alla tutela dei consumatori in Romania:

DIRITTO DI RECESSO

I consumatori in Romania, come negli altri Stati membri dell'UE, hanno il diritto di recedere dai contratti a distanza e fuori dei locali commerciali entro 14 giorni dal ricevimento della merce o dalla conclusione del contratto. Il commerciante deve fornire ai consumatori informazioni chiare sul loro diritto di recesso.

REQUISITI INFORMATIVI

I professionisti devono fornire ai consumatori informazioni chiare e trasparenti sulle caratteristiche essenziali del prodotto o servizio, sul costo totale, sulla durata del contratto e sull'identità del professionista. Queste informazioni dovrebbero essere fornite prima che il consumatore effettui un ordine.

CONSEGNA E PRESTAZIONI

I commercianti devono consegnare beni o prestare servizi senza indebito ritardo ed entro il termine concordato. In caso di ritardo, i consumatori devono essere informati e hanno il diritto di recedere dal contratto.

BENI E SERVIZI NON RICHIESTI

In caso di beni o servizi non richiesti, i consumatori in Romania non sono obbligati a pagare o restituire tali articoli. Possono considerarli come un dono.

PRATICHE VIETATE

La direttiva vieta alcune pratiche commerciali sleali, come le tattiche di vendita aggressive e i costi nascosti.

RIMBORSI

Se i consumatori esercitano il diritto di recesso, i commercianti devono rimborsare l'intero prezzo del prodotto o del servizio, comprese le spese di consegna standard. Tuttavia, i commercianti possono addebitare costi aggiuntivi per metodi di consegna opzionali.

GARANZIA

I consumatori hanno un periodo di garanzia legale di due anni durante il quale possono richiedere riparazioni, sostituzioni o rimborsi per prodotti difettosi o non conformi al contratto.

RISOLUZIONE ALTERNATIVA DELLE CONTROVERSIE (ADR) E RISOLUZIONE DELLE CONTROVERSIE ONLINE (ODR)

I commercianti devono informare i consumatori sull'esistenza delle piattaforme ADR e ODR per risolvere le controversie senza ricorrere al tribunale.

Vedi anche:

<http://www.monitoruloficial.ro/> | <https://www.anpc.gov.ro/>

<https://www.economie.gov.ro/> | <https://www.gov.ro/>

5. ALTRE NORME LEGALI

5.1. Italia

Oltre alla Legge generale per la difesa dei consumatori e degli utenti, in Italia esistono numerose altre norme giuridiche che riguardano vari aspetti delle operazioni commerciali.

Ecco alcune norme legali chiave di cui le aziende dovrebbero essere a conoscenza:

NORMATIVA SULLA PROTEZIONE DEI DATI

L'Italia, come gli altri stati membri dell'Unione Europea, aderisce al Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR) e al Codice Privacy italiano.

Queste norme regolano il trattamento e la protezione dei dati personali, compresa la raccolta dei dati, il consenso, le misure di sicurezza e i diritti degli individui riguardo alle loro informazioni personali.

NORMATIVA DEL LAVORO

L'Italia dispone di normative esaustive sul lavoro che regolano vari aspetti del rapporto di lavoro, inclusi contratti di lavoro, orari di lavoro, salario minimo, ferie annuali, procedure di licenziamento e diritti dei dipendenti. Tali norme mirano a proteggere i diritti dei lavoratori e a garantire pratiche di lavoro giuste ed eque.

LEGGI FISCALI

L'Italia ha un sistema fiscale complesso a cui le imprese devono attenersi. Ciò include le normative relative all'imposta sul reddito delle società, all'imposta sul valore aggiunto (IVA), alle imposte sui salari e ad altre imposte applicabili a settori specifici. Il rispetto delle normative fiscali è fondamentale per evitare sanzioni e garantire una corretta gestione finanziaria.

LEGGI SULLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Le norme sulla proprietà intellettuale in Italia proteggono i diritti d'autore, i marchi, i brevetti e altre forme di proprietà intellettuale. Le aziende devono essere consapevoli di queste normative per salvaguardare i propri diritti di proprietà intellettuale e rispettare i diritti degli altri.

NORMATIVA A TUTELA DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

In Italia, la principale norma che regola la tutela della concorrenza e del mercato è il "Codice concorrenza" (D.Lgs 10 agosto 2017, n. 124). Questa normativa è stata introdotta al fine di garantire la libera concorrenza tra le imprese e di prevenire pratiche anticoncorrenziali che potrebbero danneggiare il mercato e i consumatori.

Il Codice della concorrenza regola diversi ambiti legati alla tutela della concorrenza, tra cui: abuso di posizione dominante, pratiche anticoncorrenziali, fusioni aziendali, aiuti di Stato e tutela dei consumatori.

Il Codice della concorrenza è applicato e vigilato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), organismo indipendente che ha il compito di garantire l'applicazione delle regole di concorrenza e sanzionare eventuali violazioni.

NORMATIVE AMBIENTALI

In Italia, le imprese devono rispettare una serie di normative ambientali per garantire la tutela dell'ambiente e la sostenibilità. Di seguito si elencano alcune delle principali normative ambientali applicabili alle imprese in Italia: Autorizzazione Integrata Ambientale (AIA) per le aziende che operano in determinati settori, Sistema di Gestione Aziendale ISO 14001 (SGA), Registri delle emissioni in atmosfera, Gestione dei rifiuti, Energia ed energia efficienza, ecc.

5.2. Spagna

Oltre alla Legge Generale per la Difesa dei Consumatori e degli Utenti, in Spagna esistono numerose altre norme giuridiche che riguardano vari aspetti delle operazioni commerciali.

Ecco alcune norme legali chiave di cui le aziende dovrebbero essere a conoscenza:

NORMATIVA SULLA PROTEZIONE DEI DATI

La Spagna, come altri stati membri dell'Unione Europea, aderisce al Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) e alla Legge organica 3/2018 sulla protezione dei dati e sulla garanzia dei diritti digitali (LOPDGDD). Queste norme regolano il trattamento e la protezione dei dati personali, compresa la raccolta dei dati, il consenso, le misure di sicurezza e i diritti degli individui riguardo alle loro informazioni personali.

NORMATIVA DEL LAVORO

La Spagna dispone di normative esaustive sul lavoro che regolano vari aspetti del rapporto di lavoro, inclusi contratti di lavoro, orari di lavoro, salario minimo, ferie annuali, procedure di licenziamento e diritti dei dipendenti. Tali norme mirano a proteggere i diritti dei lavoratori e a garantire pratiche di lavoro giuste ed eque.

LEGGI FISCALI

La Spagna ha un sistema fiscale complesso a cui le imprese devono attenersi. Ciò include le normative relative all'imposta sul reddito delle società, all'imposta sul valore aggiunto (IVA), alle imposte sui salari e ad altre imposte applicabili a settori specifici. Il rispetto delle normative fiscali è fondamentale per evitare sanzioni e garantire una corretta gestione finanziaria.

LEGGI SULLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Le normative sulla proprietà intellettuale in Spagna proteggono i diritti d'autore, i marchi, i brevetti e altre forme di proprietà intellettuale. Le aziende devono essere consapevoli di queste normative per salvaguardare i propri diritti di proprietà intellettuale e rispettare i diritti degli altri.

DIRITTO DELLA CONCORRENZA

La Spagna dispone di una legislazione volta a promuovere la concorrenza leale e a prevenire pratiche anticoncorrenziali. La legge sulla difesa della concorrenza (Ley de Defensa de la Competencia) vieta azioni come l'abuso di posizione dominante, la collusione e le pratiche commerciali sleali. Il rispetto delle leggi sulla concorrenza è importante per garantire condizioni di mercato eque ed evitare conseguenze legali.

NORMATIVE AMBIENTALI

Le imprese in Spagna sono soggette a normative ambientali volte a proteggere l'ambiente e promuovere pratiche sostenibili. Queste normative riguardano aree quali la gestione dei rifiuti, il controllo dell'inquinamento, l'efficienza energetica e le valutazioni di impatto ambientale. Il rispetto delle normative ambientali è fondamentale affinché le aziende possano operare in modo responsabile e mitigare il proprio impatto ambientale.

È essenziale che le aziende che operano in Spagna comprendano e rispettino le normative legali pertinenti nel loro specifico settore e attività commerciale.

5.3. Turchia

Oltre alla Legge generale sulla protezione dei consumatori e degli utenti, in Turchia esistono varie altre norme legali che riguardano diversi aspetti delle attività commerciali. Le piccole imprese e gli artigiani in Turchia dovrebbero familiarizzare con alcune norme legali essenziali.

CODICE COMMERCIALE TURCO (TCC)

Il TCC regola molte questioni relative alle imprese commerciali dalla loro costituzione alla cessazione. Copre argomenti come tipi di società, registrazione presso il registro commerciale e tenuta dei libri commerciali, tra gli altri.

LEGGE SULL'IMPOSTA SUL VALORE AGGIUNTO (IVA).

L'IVA è un tipo di tassa applicata a molti beni e servizi in Turchia. Le imprese potrebbero dover diventare contribuenti IVA o richiedere rimborsi IVA.

DIRITTO DELL'IMPOSTA SUL REDDITO

La legge sull'imposta sul reddito riguarda le imprese e gli imprenditori. Richiede alle imprese di dichiarare le proprie entrate e uscite e di effettuare i pagamenti fiscali secondo necessità.

DIRITTO DELLA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Questa legge stabilisce norme relative alla salute e sicurezza sul lavoro. Ha lo scopo di prevenire gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali.

DIRITTO A TUTELA DEL CONSUMATORE

Comprende norme volte a tutelare i diritti dei consumatori. Le imprese sono tenute a rispettare i diritti dei consumatori.

REGOLAMENTO PUBBLICITÀ E PROMOZIONE

Il presente regolamento disciplina le attività pubblicitarie e promozionali. Stabilisce le regole che le aziende dovrebbero considerare quando conducono campagne pubblicitarie.

DIRITTO DEL COMMERCIO ELETTRONICO

Regola le imprese impegnate nel commercio online. Le aziende che gestiscono siti Web o effettuano vendite online devono rispettare questa legge.

DIRITTO DEL LAVORO TURCO

Questa legge copre i diritti dei dipendenti, le condizioni di lavoro e i rapporti di lavoro. Le aziende devono rispettare questa legge quando assumono dipendenti e gestiscono i rapporti di lavoro.

DIRITTO DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Regola marchi commerciali, brevetti, diritti d'autore e altre questioni relative alla proprietà intellettuale. Le imprese dovrebbero rispettare i diritti di proprietà intellettuale.

LEGGE SULLA PROTEZIONE DEI DATI (KVKK)

Delinea le norme per la protezione e il trattamento dei dati personali. Le aziende hanno l'obbligo di proteggere i dati dei clienti.

5.4. Romania

In Romania, il commercio elettronico è regolato da numerose leggi e regolamenti, derivanti principalmente dalle direttive e dai regolamenti dell'Unione Europea.

Ecco alcuni aspetti chiave del quadro normativo:

DIRETTIVA E-COMMERCE (DIRETTIVA 2000/31/CE)

Questa direttiva dell'Unione Europea stabilisce il quadro giuridico per il commercio elettronico negli stati membri dell'UE. Comprende disposizioni relative alla responsabilità dei fornitori di servizi intermediari, come i fornitori di hosting e i mercati online.

PROTEZIONE DEL CONSUMATORE

La Romania, come altri Stati membri dell'UE, ha implementato la Direttiva sui diritti dei consumatori dell'UE (Direttiva 2011/83/UE).

Questa direttiva fornisce norme e regolamenti in materia di protezione dei consumatori nelle transazioni online, compresi requisiti di informazione, diritti di recesso e rimedi per i consumatori in caso di problemi con gli acquisti online.

FIRMA ELETTRONICA E IDENTIFICAZIONE

Le firme elettroniche e i metodi di identificazione sono disciplinati dal Regolamento (UE) n. 910/2014 (Regolamento eIDAS).

La Romania ha adottato questo regolamento per garantire il riconoscimento giuridico delle firme elettroniche e l'identificazione elettronica sicura.

PROTEZIONE DATI

Il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR), applicabile in tutta l'UE, compresa la Romania, ha un impatto significativo sul commercio elettronico.

Regola il trattamento dei dati personali e impone requisiti severi alle aziende che gestiscono i dati dei clienti.

PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Le normative relative alla proprietà intellettuale, come le leggi sul copyright e sui marchi, si applicano anche all'e-commerce in Romania. Le aziende online devono essere consapevoli di queste normative per evitare violazioni del copyright e dei marchi.

FISCALITÀ

Le norme sulla tassazione del commercio elettronico possono essere complesse e cambiare nel tempo. Le aziende coinvolte nell'e-commerce in Romania devono rispettare l'imposta sul valore aggiunto (IVA) e altre norme fiscali applicabili alle vendite online.

DIRITTO DELLA CONCORRENZA

Le norme antitrust e sulla concorrenza si applicano alle attività di commercio elettronico in Romania per prevenire comportamenti anticoncorrenziali, come la fissazione dei prezzi o l'abuso di posizione dominante sul mercato.

RESPONSABILITÀ DELLA PIATTAFORMA

Come altri Stati membri dell'UE, la Romania dispone di norme relative alla responsabilità degli operatori di piattaforme online per i contenuti pubblicati dagli utenti. Queste regole hanno lo scopo di garantire che i contenuti illegali o dannosi vengano rimossi tempestivamente.

CC-BY-NC-SA



Questo documento può essere copiato, riprodotto o modificato secondo le regole sopra indicate. Inoltre, è necessario fare chiaramente riferimento a un riconoscimento degli autori del documento e a tutte le parti applicabili dell'avviso di copyright.

Tutti i diritti riservati.

© Copyright 2023 Future E-Commerce

