

IVA

Commercio elettronico “indiretto”: profili fiscali – V° parte

di Francesco Rizzi

Continuando la trattazione degli **aspetti contrattuali** iniziata con il [precedente contributo](#), si specifica che nel caso in cui l'acquirente sia qualificabile come “**consumatore**” (ovvero come “**persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta**”) si rendono altresì applicabili gli **obblighi informativi** previsti dal “**codice del consumo**” (D.Lgs. 206/2005).

In particolare, le informazioni da fornire **obbligatoriamente** sono indicate nell'[articolo 49 D.Lgs. 206/2005](#) e sono abbastanza **numerose**.

Esse, inoltre, devono essere rese “**prima che il consumatore sia vincolato da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali o da una corrispondente offerta**” e “**in maniera chiara e comprensibile**”.

In sintesi, **a titolo esemplificativo**, le **principali informazioni** che il prestatore/venditore (o il suo intermediario) devono **comunicare** sono le seguenti: “a) le **caratteristiche principali dei beni o servizi, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi**; b) l'**identità del professionista** [ai fini del “**codice del consumo**” per professionista si intende “la **persona fisica o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale, ovvero un suo intermediario**”]; c) l'**indirizzo geografico** dove il professionista è **stabilito** e il suo **numero di telefono, di fax e l'indirizzo elettronico**, ove disponibili, per **consentire al consumatore di contattare rapidamente il professionista e comunicare efficacemente con lui e, se applicabili, l'indirizzo geografico e l'identità del professionista per conto del quale agisce**; ... e) il **prezzo totale dei beni o dei servizi comprensivo delle imposte** o, se la natura dei beni o servizi comporta l'**impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo**, le **modalità di calcolo del prezzo** e, se del caso, tutte le **spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali** e ogni altro costo oppure, qualora tali spese **non** possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese **potranno essere addebitate al consumatore**; nel caso di un contratto a tempo **indeterminato** o di un contratto comprendente un **abbonamento**, il prezzo totale **include i costi totali per periodo di fatturazione**; quando tali contratti prevedono l'**addebitamento** di una **tariffa fissa**, il prezzo totale equivale anche ai **costi mensili totali**; se i costi totali **non** possono essere ragionevolmente calcolati in anticipo, devono essere fornite le **modalità di calcolo del prezzo**; ... q) la **durata del contratto**, se applicabile, o, se il contratto è a tempo indeterminato o è un contratto a rinnovo automatico, le **condizioni per recedere dal contratto**; ...”.

Sul **sito internet** il prestatore/venditore deve altresì indicare se si applicano restrizioni relative alla **consegna** e quali sono i **mezzi di pagamento** accettati.

Nel **modulo d'ordine** il prestatore/venditore deve inoltre inserire la locuzione “**ordine con obbligo di pagamento**” o altra formulazione **analoga** che faccia **comprendere chiaramente** all'acquirente che sta effettuando una **transazione commerciale**. In caso contrario, il consumatore **non** sarà vincolato contrattualmente.

In considerazione della **difficoltà** di distinguere di volta in volta se il potenziale acquirente sia o meno rientrate nella categoria di “**consumatore**” prevista dal **codice del consumo**, per **comodità operativa**, è **prassi comune** dei siti di commercio elettronico indicare **in ogni caso** sia le informazioni obbligatorie previste dall'[articolo 7 D.Lgs. 70/2003](#) sia le informazioni obbligatorie previste dall'**articolo 49** del codice del consumo.

La **conclusione** del **contratto telematico** può inoltre avvenire mediante le seguenti **modalità**:

- la modalità del c.d. “**point and click**” (è il metodo **più utilizzato**), secondo cui il contratto si perfeziona mediante la tecnica del “**tasto negoziale virtuale**” (o “**point and click**”) che prevede il **puntamento** del mouse sul **tasto di accettazione** e la conseguente **pressione** sul tasto al fine di **formalizzare** l'accettazione dell'utente alla proposta di vendita del prestatore/venditore;
- la modalità dell’“**accettazione del merchant**”, secondo cui il contratto si perfeziona quando il prestatore/venditore **accetta** la proposta ricevuta. In tal caso sul **sito** del prestatore/venditore deve essere indicato **chiaramente** che la proposta di acquisto si intende “**senza impegno**” o “**salvo conferma**” (tale metodo può essere utilizzato dal prestatore/venditore per risolvere le **problematiche** relative all'**approvvigionamento** del **magazzino** e alla **gestione** degli **ordini**);
- la modalità dello “**scambio di mail**”, secondo cui il contratto può ritenersi **concluso** allorché l'**e-mail** (non la posta elettronica certificata) contenente l'**accettazione** della proposta di vendita **arriva** nel server di posta elettronica del **proponente** (prestatore/venditore).

Va altresì chiarito che il “**contratto telematico**” rientra nella più generale **categoria** dei “**contratti per adesione**” (o “contratti di massa”). Nella prassi le condizioni generali di tali contratti sono predisposte **unilateralmente** dal prestatore/venditore.

Per tale ragione, la legge ([articolo 1341 cod. civ.](#)) prevede che dette **condizioni** contrattuali sono **efficaci** e **vincolanti** per l'acquirente **solamente** se, al momento della **conclusione** del contratto, erano da questi **conosciute** o comunque avrebbero potuto essere da questi **conoscibili** usando l'ordinaria **diligenza**.

A titolo esemplificativo, la **Corte di Giustizia dell'Unione Europea** ha ritenuto che nei contratti **B2B** è da ritenersi **sufficiente**, ai fini della **garanzia** della **conoscibilità** delle **condizioni** generali del contratto a distanza, la possibilità sul **sito internet** del prestatore/venditore di accedere alla loro **consultazione** tramite apposito **link** (cioè mediante un collegamento ad altre pagine internet). Al contrario, nei contratti **B2C**, tale modalità **non** è stata ritenuta **sufficiente** ([causa C49/11 del 2012](#)).

In riferimento alle “**clausole vessatorie**” (ovvero clausole relative a **limitazioni di responsabilità, facoltà di recedere, decadenze, proroghe tacite**, ecc.), anche nei “contratti telematici” (siano essi **B2B** o **B2C**) tali clausole, ove eventualmente previste, devono essere **specificatamente approvate per iscritto (articolo 1341 cod. civ.)**.

Ciò può avvenire con le seguenti **modalità**:

- tramite l'**invio** della versione **cartacea** del contratto;
- tramite l'utilizzo della **firma digitale o elettronica**;
- tramite un **secondo “point and click”** (si segnala tuttavia l'esistenza di un **contrasto giurisprudenziale** sull'**efficacia** giuridica derivante dall'utilizzo di tale modalità).

Infine, per quel che concerne il “**diritto di recesso**”, nei “contratti a distanza” tale diritto è esercitabile **entro 14 giorni** (computati dal **giorno successivo** della conclusione del contratto telematico, nei contratti aventi ad oggetto **servizi**, dal giorno dell'acquisizione del **possesso** del bene qualora si tratti di cessione di **beni** e dal giorno in cui il consumatore **acquisisce l'ultimo bene**, nel caso in cui si tratti di **beni multipli**).

Qualora il prestatore/venditore abbia **omesso** di fornire al consumatore le informazioni inerenti all'esercizio del **diritto di recesso**, il suddetto termine è **prolungato ad un anno**.

Se il consumatore **esercita** il diritto di recesso:

- il prestatore/venditore deve **rimborsare** tutti i pagamenti ricevuti **entro 14 giorni** e il rimborso deve essere eseguito con gli **stessi** mezzi di pagamento utilizzati dal consumatore;
- il consumatore deve **restituire entro 14 giorni** i beni ricevuti dal prestatore/venditore.

Come evincibile da quanto precede, tenuto conto dei **numerosi e articolati aspetti legali** relativi ai “contratti telematici” è senz'altro **opportuno** che l'operatore si avvalga di un'**assistenza legale** qualificata al fine di impostare le **procedure**, le **condizioni** contrattuali e la **modulistica** nel pieno **rispetto** delle norme di legge.

Per approfondire questioni attinenti all'articolo vi raccomandiamo il seguente corso:



Seminario di specializzazione

LA FISCALITÀ NELL'E-COMMERCE

Scopri le sedi in programmazione >