

Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato - Direzione generale del commercio, delle assicurazioni e dei servizi - Circolare n. 3487/c del 1° giugno 2000

Oggetto: Decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 - Disciplina della vendita di beni tramite mezzo elettronico. Commercio elettronico.

La presente circolare intende fornire alcune indicazioni sulla disciplina applicabile all'attività di vendita tramite mezzo elettronico, denominata "commercio elettronico", nei limiti e per gli effetti di cui al decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

In via preliminare, va sottolineato che i termini della nozione di "commercio elettronico" sono assai più articolati, come risulta dalla definizione data nella Comunicazione della Commissione UE "Un'iniziativa europea in materia di commercio elettronico", in base alla quale per tale deve intendersi "lo 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".

Ciò premesso e restringendo il campo della presente circolare alla parte di "commercio elettronico" inteso come attività di vendita di beni, si fa presente quanto segue.

Il predetto decreto n. 114 contiene un esplicito riferimento al commercio elettronico solo nell'art. 21.

Il predetto articolo non detta la disciplina in materia, ma affida al Ministero dell'Industria un ruolo di promozione e diffusione del commercio elettronico nella sua ampia accezione.

A tal fine la norma prevede, infatti, che l'Amministrazione sviluppi azioni volte a sostenerne una crescita equilibrata, favorisca campagne d'informazione ed apprendimento per gli operatori del settore; incentivi l'uso di strumenti e tecniche di gestione di qualità atte a garantire l'affidabilità degli operatori al fine di migliorare la competitività complessiva delle imprese, soprattutto piccole e medie.

Quanto sopra, ferme restando le garanzie della tutela del consumatore e la garanzia della partecipazione italiana al processo di cooperazione e negoziazione europea ed internazionale per lo sviluppo del commercio elettronico.

Per il raggiungimento degli obiettivi previsti, il Ministero può stipulare, ai sensi del comma 2 del medesimo articolo, convenzioni ed accordi di programma con soggetti pubblici e privati e con associazioni rappresentative delle imprese e dei consumatori.

L'articolo su citato contiene una serie di principi correlati alle esigenze di regolare un equilibrato sviluppo delle vendite effettuate per via telematica, anche alla luce delle recenti posizioni assunte dall'Unione Europea che prevedono di facilitare l'accesso degli operatori (soprattutto se piccole e medie imprese) alle potenzialità offerte dal commercio elettronico.

Stante quanto sopra, considerata la diffusione che sta caratterizzando il commercio elettronico e la necessità di fornire precisazioni al fine di garantire un'uniforme applicazione sul territorio, si forniscono gli elementi interpretativi relativi alle disposizioni del citato decreto n. 114, applicabili alla forma di esercizio dell'attività commerciale in discorso.

Ai sensi dell'art. 5, comma 1, del citato decreto "l'attività commerciale può essere esercitata con riferimento ai seguenti settori merceologici: alimentare e non alimentare"

L'art. 4, comma 1, denomina quale commercio all'ingrosso "l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci per nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti all'ingrosso e al dettaglio o ad utilizzatori professionali o ad utilizzatori in grande (..) e dispone che detta attività "può assumere la forma di commercio interno, di importazione e di esportazione" (cfr. lett. a).

Il medesimo articolo denomina, altresì, quale commercio al dettaglio "l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione direttamente al consumatore finale" (cfr. lett. b).

Ai fini dell'attività commerciale, pertanto, la disciplina individua due tipologie di attività, all'ingrosso e al dettaglio, quali definite dal predetto art. 4, comma 1, lettere a) e b).

L'attività di commercio al dettaglio rivolta al consumatore finale può essere esercitata su aree private in sede fissa, su area pubblica o mediante le forme speciali di vendita indicate all'art. 4, comma 1, lett. h).

Per forme speciali di vendita s'intendono, a norma del predetto art. 4, comma 1, le "vendite a favore di dipendenti da parte di enti, imprese, pubblici o privati, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole, negli ospedali e nelle strutture militari esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi" (cfr. punto 1); la "vendita per mezzo di apparecchi automatici" (cfr. punto 2); la "vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione" e le "vendite presso il domicilio di consumatori" (cfr. punto 4).

Il punto 3 della lettera h), del predetto art. 4, comma 1, indica, pertanto, tra le forme speciali di vendita quella effettuata "tramite (...) altri sistemi di comunicazione".

Il predetto articolo non detta la disciplina in materia, ma affida al Ministero dell'Industria un ruolo di promozione e diffusione del commercio elettronico nella sua ampia accezione.

A tal fine la norma prevede, infatti, che l'Amministrazione sviluppi azioni volte a sostenerne una crescita equilibrata, favorisca campagne d'informazione ed apprendimento per gli operatori del settore; incentivi l'uso di strumenti e tecniche di gestione di qualità atte a garantire l'affidabilità degli operatori al fine di migliorare la competitività complessiva delle imprese, soprattutto piccole e medie.

Quanto sopra, ferme restando le garanzie della tutela del consumatore e la garanzia della partecipazione italiana al processo di cooperazione e negoziazione europea ed internazionale per lo sviluppo del commercio elettronico.

Per il raggiungimento degli obiettivi previsti, il Ministero può stipulare, ai sensi del comma 2 del medesimo articolo, convenzioni ed accordi di programma con soggetti pubblici e privati e con associazioni rappresentative delle imprese e dei consumatori.

L'articolo su citato contiene una serie di principi correlati alle esigenze di regolare un equilibrato sviluppo delle vendite effettuate per via telematica, anche alla luce delle recenti posizioni assunte dall'Unione Europea che prevedono di facilitare l'accesso degli operatori (soprattutto se piccole e medie imprese) alle potenzialità offerte dal commercio elettronico.

Stante quanto sopra, considerata la diffusione che sta caratterizzando il commercio elettronico e la necessità di fornire precisazioni al fine di garantire un'uniforme applicazione sul territorio, si forniscono gli elementi interpretativi relativi alle disposizioni del citato decreto n. 114, applicabili alla forma di esercizio dell'attività commerciale in discorso.

Ai sensi dell'art. 5, comma 1, del citato decreto "l'attività commerciale può essere esercitata con riferimento ai seguenti settori merceologici: alimentare e non alimentare".

L'art. 4, comma 1, denomina quale commercio all'ingrosso "l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci per nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti all'ingrosso e al dettaglio o ad utilizzatori professionali o ad utilizzatori in grande (..) e dispone che detta attività "può assumere la forma di commercio interno, di importazione e di esportazione" (cfr. lett. a).

Il medesimo articolo denomina, altresì, quale commercio al dettaglio "l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione direttamente al consumatore finale" (cfr. lett. b).

Ai fini dell'attività commerciale, pertanto, la disciplina individua due tipologie di attività, all'ingrosso e al dettaglio, quali definite dal predetto art. 4, comma 1, lettere a) e b).

L'attività di commercio al dettaglio rivolta al consumatore finale può essere esercitata su aree private in sede fissa, su area pubblica o mediante le forme speciali di vendita indicate all'art. 4, comma 1, lett. h).

Per forme speciali di vendita s'intendono, a norma del predetto art. 4, comma 1, le "vendite a favore di dipendenti da parte di enti, imprese, pubblici o privati, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole, negli ospedali e nelle strutture militari esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi" (cfr. punto 1); la "vendita per mezzo di apparecchi automatici" (cfr. punto 2); la "vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione" e le "vendite presso il domicilio di consumatori" (cfr. punto 4).

Il punto 3 della lettera h), del predetto art. 4, comma 1, indica, pertanto, tra le forme speciali di vendita quella effettuata "tramite (..) altri sistemi di comunicazione".

Al riguardo si osserva che il commercio elettronico, ossia l'attività commerciale svolta nella rete Internet mediante l'utilizzo di un sito Web (e-commerce), ove sia svolta nei confronti del consumatore finale e assuma la forma di commercio interno, è soggetta alla disciplina dell'art. 18 del predetto decreto n. 114.

Di conseguenza, ai fini e per gli effetti di cui al citato art. 18:

- L'attività in discorso è soggetta a previa comunicazione al comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o, nel caso di società, la sede legale (cfr. comma 1).
- L'attività può essere iniziata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione da parte del comune (cfr. comma 1).
- Nella comunicazione deve essere dichiarata la sussistenza del possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività prescritti dall'art. 5 del decreto n. 114, nonché il settore merceologico di attività (cfr. comma 1).
- Nel caso di attività relativa al settore merceologico alimentare, il soggetto deve essere in possesso di uno dei requisiti professionali indicati alle lettere a), b) e c) del comma 5 dell'art. 5. Il possesso del requisito professionale prescritto è necessario anche qualora lo stoccaggio dei prodotti avvenga in un magazzino distante dal luogo dove è in uso il mezzo elettronico.
- In caso di società si richiama l'attenzione sul comma 6 del predetto art. 5 il quale dispone che il "possesso di uno dei requisiti di cui al comma 5 è richiesto con riferimento al legale rappresentante o ad altra persona specificamente preposta all'attività commerciale".
- E' vietato inviare prodotti al consumatore se non a seguito di specifica richiesta (cfr. comma 2).
- E' consentito l'invio di campioni di prodotti o di omaggi al consumatore solo se non vi siano spese o vincoli a carico del medesimo (cfr. comma 2).
- Fino alla predisposizione definitiva della modulistica, prevista dall'art. 10, comma 5, del decreto, gli elementi e i dati richiesti dal citato art. 18 possono essere forniti con una comunicazione in forma libera.

Va evidenziato, altresì, che le violazioni alle disposizioni di cui all'art. 18 sono punite con la sanzione amministrativa prevista dall'art. 22, comma 1, del decreto n. 114.

Le regole sopra richiamate, per via del fatto che l'art. 18 concerne le forme speciali di vendita al dettaglio, si applicano unicamente agli operatori che svolgono l'attività di acquisto per la rivendita ai consumatori finali.

Per quel che concerne la vendita all'ingrosso, infatti, il grossista è tenuto unicamente a dichiarare, al momento dell'iscrizione al Registro delle imprese, il possesso dei requisiti morali, nonché quelli professionali, di cui all'art. 5 del decreto, qualora venda prodotti appartenenti al settore merceologico alimentare.

Va rilevato, altresì, che le disposizioni del decreto n. 114 applicabili riguardano unicamente i soggetti menzionati dal medesimo che svolgono attività economica concernente l'acquisto di prodotti ai fini della successiva rivendita.

Ne consegue, pertanto, che tale disciplina non si applica alla figura degli intermediari come gli agenti di commercio, ovvero gli agenti di affari in mediazione, i quali sono tenuti al rispetto delle regole civilistiche, amministrative e fiscali che concernono lo svolgimento di dette attività, a cominciare dall'obbligatoria iscrizione ai relativi ruoli tenuti dalla Camera di commercio e all'apertura della partita IVA.

Va rilevato, altresì, che l'art. 4, nel definire le figure del dettagliante e del grossista, evidenzia il carattere di professionalità nell'organizzazione e conduzione dell'attività: restano, pertanto, escluse dall'applicazione del decreto le attività esercitate in maniera meramente occasionale, fatte salve le diverse indicazioni contenute nella legislazione fiscale.

Tutto ciò premesso, in caso di esercizio congiunto di commercio all'ingrosso e al dettaglio per via elettronica, la scrivente, relativamente al divieto di cui all'art. 26, comma 2, precisa quanto segue.

L'operatore che intenda vendere sia all'ingrosso sia al dettaglio ha facoltà di utilizzare un solo sito, ma è tenuto a destinare aree del sito distinte per l'attività all'ingrosso e al dettaglio: in tal modo, infatti, il potenziale acquirente è messo in condizione di individuare chiaramente le zone del sito destinate alle due tipologie di attività.

Si conclude richiamando l'attenzione sugli aspetti riguardanti il contenuto del rapporto di vendita nella tipologia di attività in discorso e, nello specifico, sul rispetto degli obblighi di tutela del consumatore connessi al rapporto contrattuale a distanza.

Ai fini della tutela del consumatore si applicano le disposizioni contenute nel decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50 in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali (cfr. art. 15, comma 7). Si applicano altresì le intervenute disposizioni contenute nel decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 185, recante l'attuazione della direttiva 97/7CE relativa alla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza.

Detti decreti, infatti, contengono specifiche disposizioni relative ai termini per l'esercizio del diritto di recesso e alle modalità dell'esercizio, ivi comprese spese e rimborsi; all'esecuzione del contratto; al pagamento mediante carta; agli aspetti sanzionatori; alle informazioni per il consumatore ed al foro competente per le controversie civili inderogabilmente stabilito nel luogo di residenza o di domicilio del consumatore.

Contengono, altresì, disposizioni atte a disciplinare il rapporto tra impresa e consumatori, nella fase sia precontrattuale che contrattuale, i cui aspetti salienti concernono:

Informazioni per il consumatore

Nella presentazione dell'offerta devono essere fornite al consumatore informazioni chiare e comprensibili, in particolare con riferimento all'identità del fornitore e alle caratteristiche essenziali del bene, del suo prezzo, delle spese di consegna, delle modalità di pagamento, del diritto di recesso.

Conferma scritta delle informazioni

Prima o al momento dell'esecuzione del contratto, le informazioni sopra elencate vanno confermate per iscritto o, su richiesta del consumatore, su altro supporto duraturo. In questa fase il consumatore ha diritto di ottenere informazioni sulle condizioni e sulle modalità del diritto di recesso, nonché sulle garanzie commerciali esistenti e i connessi servizi di assistenza.

Modalità di esercizio del diritto di recesso, spese e rimborsi

Il diritto di recesso si esercita (entro il termine indicato dal decreto legislativo n. 185 del 1999) con una comunicazione scritta e il consumatore deve conservare l'avviso di ricevimento della lettera raccomandata con cui comunica o conferma l'esercizio del proprio diritto di recesso. Le sole spese dovute per l'esercizio di tale diritto sono quelle di restituzione del bene. Il fornitore è tenuto, dal

canto suo, a rimborsare le somme versate dal consumatore a titolo di corrispettivo per la vendita del bene.

Esecuzione del contratto

Il contratto concluso va eseguito entro 30 giorni dal giorno successivo a quello in cui il consumatore ha trasmesso l'ordinazione.

Gli Uffici provinciali dell'industria, del commercio e dell'artigianato sono pregati di trasmettere la presente circolare a tutti i comuni della loro circoscrizione

Il testo della presente circolare è disponibile al seguente indirizzo INTERNET:
WWW.MININDUSTRIA.IT/DGCAS/COMMERCIO/INDICE.HTM