



ANGOLO LEGALE SVIZZERA

■ di Riccardo Geiser

E-COMMERCE: UNA PANORAMICA DEI VINCOLI LEGALI

L'imprenditore che decide di voler lanciare e gestire un webshop, a un certo punto vorrà informarsi dei vincoli legali da rispettare nel commercio elettronico (e-commerce).

Secondo le ipotesi del modello illustrato di seguito, l'imprenditore gestisce un *webshop* svizzero su cui un acquirente che possiede un indirizzo in Svizzera può acquistare dei prodotti – in altre parole, il *webshop* non prevede alcuna spedizione all'estero.

Di per sé, come ogni altra vendita di beni mobili, la vendita *online* di un prodotto è sottoposta alle disposizioni del Codice delle obbligazioni svizzero (CO). Secondo il CO, il contratto di compravendita stipulato su una piattaforma elettronica di un *webshop* si perfeziona nel momento in cui l'utente del sito *web* esprime il suo consenso in merito ad un'offerta che precisa l'oggetto di vendita e il prezzo (quali elementi essenziali del negozio). A titolo d'esempio, tale consenso può essere espresso cliccando un bottone con la dicitura "compra".

Per il resto, il gestore del *webshop* può servirsi di condizioni generali (CG) al fine di regolare tutti gli altri aspetti del contratto. Per integrare validamente le CG al contratto di compravendita, l'acquirente deve tuttavia avere avuto occasione di leggerle e di prendere atto del loro contenuto – la relativa conferma può essere ottenuta con un click su una casella tipo "confermo di aver letto e accetto le CG".

Nell'ambito di *e-commerce*, può anche interessare che il CO non stabilisce nessun diritto dell'acquirente di recedere dal contratto o di restituire il prodotto acquistato. Si è comunque consolidata una pratica secondo cui l'acquirente può restituire il prodotto entro 10 giorni.

Inoltre, il CO prevede un periodo di garanzia di due anni per prodotti difettosi, inclusi i prodotti che non possiedono le caratteristiche promesse dal venditore. Tuttavia, questo obbligo di garanzia può essere escluso contrattualmente, ad es. a mezzo di una disposizione nelle CG (eccezione fatta per difetti "non dichiarati" dal venditore in maniera dolosa e per caratteristiche promesse). Va anche detto che la responsabilità, secondo la Legge federale sulla responsabilità per danno da prodotti (LRPD), non può essere esclusa.

Oltre alle norme del CO, l'imprenditore *e-commerce* deve in particolare rispettare la Legge federale contro la concorrenza sleale (LCSI) e l'Ordinanza sull'indicazione dei prezzi (OIP).

La LCSI stabilisce, tra le altre cose, l'obbligo del venditore di (1) indicare in modo chiaro e completo la sua identità e il suo recapito con indirizzo *e-mail* (cosiddetto *impresum*), (2) specificare in modo comprensibile le singole fasi della conclusione del contratto, (3) permette-

re all'acquirente di controllare e correggere la sua ordinazione prima dell'invio, e (4) inoltrare all'acquirente un'immediata conferma dell'acquisto.

Inoltre, la LCSI divieta l'applicazione di CG abusive, ovvero di CG unilaterali che costituiscono un notevole e ingiustificato squilibrio a danno di acquirenti privati (consumatori).

La OIP, invece, è vincolante soltanto per offerte su *webshop* destinate a consumatori (ovvero non si applica a fattispecie *B2B*). In particolare, la OIP stabilisce regole dettagliate in merito all'indicazione dei prezzi, tra cui l'obbligo di indicare il corrispettivo effettivamente dovuto, in franchi svizzeri, inclusi tutti i supplementi non facoltativi di qualsiasi tipo (ad es. IVA). Le spese di spedizione possono essere indicate separatamente.

Va ricordato che ogni trattamento di dati personali (ad es. per attività marketing tipo *newsletter*) deve effettuarsi in conformità alla Legge federale sulla protezione dei dati (LPD) e, a partire dal 25 maggio 2018, in certi casi anche al Regolamento Europeo in materia di protezione dei dati personali (GDPR).

Al di fuori delle ipotesi del modello di cui sopra, se il gestore dovesse rivolgersi anche a consumatori locati in un paese dell'UE (ad es. tramite indicazione di prezzi in euro e/o spedizione all'estero), si applicherebbero anche la Direttiva sui diritti dei consumatori (Direttiva 2011/83/UE) e la Direttiva sul commercio elettronico (Direttiva 2000/31/CE).

geiser@altenburger.ch