



Commissione  
europea

## SCHEDA INFORMATIVA ITALIA

DICEMBRE 2015

# CONTRATTI DIGITALI PER L'EUROPA



## Come sfruttare appieno il potenziale dell'e-commerce transfrontaliero in Italia?

### Imprese

Nonostante la rapida espansione del commercio elettronico, la maggior parte delle imprese italiane non è ancora in grado di beneficiare completamente del mercato unico digitale.

**Solo il 10% dei rivenditori al dettaglio italiani** vende online a consumatori che risiedono in altri paesi UE, mentre **un numero quasi tre volte superiore** (27%) vende in rete all'interno dei confini nazionali.

Le differenze in materia di diritto contrattuale a livello nazionale costituiscono un notevole ostacolo alle vendite

transfrontaliere per **tre commercianti italiani su dieci** (31%) che attualmente offrono servizi di vendita online nell'UE.

Se in tutto il territorio dell'UE fossero applicate le stesse norme per l'e-commerce, **il 68% delle imprese italiane** che già vendono online, o sarebbero interessate a farlo, potrebbe «sicuramente» o «in qualche misura» avviare o incrementare la propria attività di vendita transfrontaliera in rete.

31%

68%

### Consumatori

Inoltre, i consumatori italiani non hanno accesso a una scelta più ampia di prodotti e prezzi migliori. **Solo il 9%** dei consumatori italiani acquista online presso un altro paese UE.

35%

Lo scarso livello di fiducia gioca un ruolo cruciale: **solo il 35% dei consumatori italiani dichiara di aver fiducia** negli acquisti online effettuati in un altro paese europeo.

**Tra le dieci principali preoccupazioni dei consumatori** per effettuare acquisti online in un altro paese UE, tre riguardano importanti diritti contrattuali relativi alla mancata consegna dell'ordine, all'invio di un prodotto sbagliato o danneggiato e alla riparazione e/o sostituzione di un prodotto difettoso.

**Il 62% dei consumatori italiani** che hanno avuto accesso a quattro tipologie diffuse di **contenuti digitali** (musica, giochi, programmi antivirus e archiviazione cloud) negli ultimi 12 mesi, **ha riscontrato almeno un problema** relativo alla qualità, all'utilizzo o ai termini e alle condizioni del contenuto acquistato. Inoltre, il 47% dichiara di aver avuto problemi con contenuti per cui non era previsto pagamento in denaro.

47%

## Qual è la soluzione proposta dalla Commissione europea?

La Commissione ha proposto due direttive: una in materia di contenuti digitali e l'altra relativa ai beni. Entrambe garantiranno l'applicazione delle stesse norme chiave di diritto contrattuale in tutta l'UE per l'acquisto online di beni e contenuti digitali.

### Imprese

#### In che modo queste direttive miglioreranno la vita delle imprese in Italia?

Le imprese italiane avranno la possibilità di fornire contenuti digitali e vendere articoli online ai consumatori in tutta l'UE, sulla base delle stesse norme di diritto contrattuale. In questo modo sarà possibile aumentare la certezza giuridica e creare un ambiente favorevole all'attività commerciale.



Le imprese italiane che forniscono contenuti digitali potranno evitare i costi relativi alla frammentazione giuridica, dovuti all'assenza di un quadro normativo europeo e al fatto che alcuni Stati membri abbiano iniziato ad attuare disposizioni specifiche a livello nazionale. Per la vendita di beni, le imprese potranno risparmiare i costi legati all'adeguamento alle normative di diritto contrattuale vigenti in ciascuno Stato membro in cui intendono vendere.



La presenza di normative comuni a tutta l'UE contribuirà a ridurre le preoccupazioni dei consumatori legate al diritto contrattuale. Un numero maggiore di **consumatori** sarà pertanto invogliato **ad acquistare online presso altri paesi UE**, creando così un mercato di circa 70 milioni di acquirenti transfrontalieri online oltre frontiera. Tutto ciò aprirà nuovi mercati e andrà particolarmente a vantaggio delle piccole e medie imprese (PMI), che hanno l'esigenza di sviluppare il proprio portafoglio clienti e, spesso, di andare oltre il proprio mercato locale.



### Consumatori

#### In che modo queste direttive miglioreranno la vita dei consumatori in Italia?

I consumatori italiani potranno avere accesso alle offerte di più rivenditori in tutta l'UE e, pertanto, disporranno di **una scelta più ampia di prodotti**, a **prezzi più competitivi**.

I consumatori godranno di diritti specifici, nonché di un livello elevato di protezione per l'accesso ai contenuti

digitali e l'acquisto di beni online. Per i contenuti digitali, le normative si applicheranno a prescindere dal fatto che il consumatore paghi per il servizio o fornisca i propri dati personali per accedere ai contenuti (ad esempio attraverso una semplice registrazione).

## CONTENUTI DIGITALI:



### Responsabilità del fornitore per i difetti:

qualora il contenuto digitale dovesse risultare difettoso, il consumatore avrà diritto a richiedere una soluzione al problema. Non è previsto alcun limite temporale alla responsabilità del fornitore per questo tipo di difetti, in quanto i contenuti digitali, a differenza delle merci, non sono soggetti a usura.



### Inversione dell'onere della prova:

qualora il contenuto digitale fosse difettoso, non spetterà al consumatore provare l'esistenza del difetto al momento dell'acquisto, ma sarà il fornitore a dover dimostrare il contrario. Questo aspetto è molto importante, considerando la natura tecnica dei contenuti digitali e le difficoltà che i consumatori potrebbero riscontrare nel dover dimostrare la causa di un problema.



**Diritto a recedere dal contratto:** i consumatori avranno il diritto di recedere dai contratti a lungo termine oppure dai contratti cui il fornitore avrà apportato modifiche sostanziali.

## BENI:



### Inversione dell'onere della prova per due anni:

attualmente, in Italia, è previsto che i consumatori richiedenti la sostituzione o la riparazione di un prodotto difettoso non siano tenuti a dimostrare, per un periodo di tempo pari a 6 mesi, che il difetto era già presente al momento della consegna; spetta al rivenditore dimostrare il contrario. Il periodo previsto per l'onere della prova a carico dei venditori sarà ora esteso a due anni.



### Assenza di obbligo di notifica:

i consumatori non perderanno i propri diritti qualora non informassero il rivenditore circa la presenza di un difetto entro un certo periodo di tempo, come già avviene in Italia.



### Difetti minori:

qualora il rivenditore si rifiutasse, o non fosse in grado, di riparare o sostituire il prodotto difettoso, il consumatore avrà il diritto di recedere dal contratto e di ricevere un rimborso per i difetti di minore entità.

**Articoli di seconda mano:** per i beni di seconda mano acquistati online, i consumatori avranno a disposizione due anni per esercitare i propri diritti, invece che un anno, come accade attualmente in Italia.

---

## In che modo queste direttive contribuiranno alla crescita economica?

**L'eliminazione degli ostacoli legati al diritto contrattuale faciliterà il commercio transfrontaliero.**



L'incremento dell'attività economica dovrebbe comportare una **crescita del PIL dell'UE** pari a circa **4 miliardi di EUR** rispetto al livello attuale.



Nello specifico, **il PIL italiano** dovrebbe aumentare di circa **484 milioni di EUR**.



L'aumento della concorrenza comporterà una diminuzione dei prezzi in tutta l'UE e un conseguente miglioramento del benessere dei consumatori. Si stima che i consumi delle famiglie nell'UE aumenteranno di **18 miliardi di EUR** rispetto ai livelli attuali.



In **Italia**, si stima che la diminuzione dei prezzi al consumo porterà a un aumento delle spese delle famiglie pari a 2,7 miliardi di EUR.

**FONTI:**

- *Flash Eurobarometer 396 'Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2015)*
- *Flash Eurobarometer 413 'Companies engaged in online activities' (2015)*
- *Eurostat Survey on Internet purchases by individuals (2015)*
- *Eurobarometer 397 'Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2014)*
- *'Consumer surveys identifying the main cross-border obstacles to the Digital Single Market and where they matter most', GfK (2015)*
- *'Economic Study on Consumer Digital Content Products', ICF International (2015)*
- *'The Macro-economic Impact of e-Commerce in the EU Digital Single Market' (2015)*

**Věra Jourová, Commissaria per la giustizia, i consumatori e la parità di genere**  #VeraJourova

**Direzione generale della Giustizia e dei consumatori**  #EU\_consumer  EUJustice  EUJustice

**#DigitalSingleMarket**  
**<http://ec.europa.eu/justice/dsm>**



Ufficio delle pubblicazioni

Lussemburgo: Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea, 2015  
© Unione europea, 2015  
Riproduzione autorizzata con citazione della fonte.

Print

ISBN 978-92-79-53811-7

doi:10.2838/986256

DS-04-15-908-IT-C

PDF

ISBN 978-92-79-53809-4

doi:10.2838/024932

DS-04-15-908-IT-N