



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