

Normativa. Le regole del Codice del consumo

L'acquisto è sicuro anche con il tagliando

di Gaia Giorgio Fedi

L'acquisto di un bene o un servizio attraverso un sito di couponing - come Groupon, Groupalia e Letsbonus - è una pratica oggi generalmente sicura. Anche per questo genere di acquisti il consumatore può incorrere in qualcuno dei problemi tipici dello shopping online, per esempio la difformità del prodotto o del servizio rispetto alla descrizione. «Al couponing si applica la stessa normativa dell'e-commerce, quindi si rilevano tutti i diritti riconosciuti dal Codice del consumo e le norme in merito alla protezione dei dati personali», spiega Fabrizio Sanna, avvocato partner dello studio legale Orsingher Ortu. «Dopo la direttiva Ue 2011/83 e la sua implementazione nel Codice del consumo, la protezione per chi compra online è molto robusta. Innanzitutto, è prevista una forte tutela dal punto di vista informativo, con la prescrizione del numero e della chiarezza delle informazioni necessarie, sia al primo contatto nell'accesso al sito, sia al perfezionamento dell'ordine». Così si può sapere bene cosa si sta comprando e a quali condizioni. «Un'altra tutela prevista dalla normativa è il recesso, possibile entro 14 giorni senza necessità di dare alcuna ragione e una volta

LA NORMA

La Direttiva

La disciplina sul commercio elettronico in Italia deriva in larga parte da norme europee, in particolare la Direttiva Ue 2000/31, ha uniformato il quadro di riferimento stabilendo il reciproco riconoscimento dei soggetti che operano nei diversi Paesi, la Direttiva 29/2005 sulle pratiche commerciali scorrette, la Direttiva 2011/83 sui diritti dei consumatori nei contratti a distanza.

Il Codice del Consumo

Le norme europee sul commercio elettronico sono state recepite e implementate in Italia nel Codice del Consumo (Dlgs 206/2005), in particolare dagli articoli 49 e seguenti. L'art. 49 disciplina gli obblighi informativi nei contratti a distanza.

che viene meno il diritto di recesso c'è la garanzia legale per due anni sul funzionamento del prodotto».

Il primo aspetto da capire è quale sia il soggetto nei cui confronti far valere i propri diritti in caso di pro-

blemi. «Quando parliamo di servizi che funzionano come dei marketplace (cioè siti di intermediazione di beni e servizi, ndr) la responsabilità di fornire i diritti post vendita e la garanzia ricade su un gestore/venditore terzo. Se invece è una vendita diretta, le relative responsabilità ricadranno sul gestore della piattaforma», aggiunge Sanna.

Sui siti di couponing, i servizi solitamente sono forniti da terzi, mentre i prodotti possono essere venduti da terzi o da società che fanno capo alla stessa piattaforma. In passato, è accaduto che i consumatori avessero problemi, e che venditore e piattaforma si rimpallassero la responsabilità. Ma le cose sono cambiate, anche a seguito di interventi dell'Antitrust che ha imposto ai siti di couponing maggiore trasparenza informativa e verifica dell'affidabilità del venditore. È bene controllare le condizioni contrattuali e verificare che in caso di problemi (per esempio se il venditore si rifiuta di fornire il servizio) la piattaforma si impegni a rimborsare il consumatore.

In ogni caso, quando si fanno acquisti online, con o senza coupon, «occorre stare attenti: quando ci si trova di fronte ad aggregatori di offerte va ricordato che il responsabile è il venditore terzo, e quindi occorre fare un'attenta selezione», aggiunge Sanna. Un venditore extra Ue, per esempio, potrebbe essere difficile da raggiungere in caso di problemi. «È molto utile, in questo senso, la prassi di alcuni siti di pubblicare i rating dei venditori», conclude.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

