



RP Legal & Tax

Cosa cambia
per il tuo e-commerce
con il D.lgs. 7 marzo 2023
n. 26?



Ampliamento degli obblighi informativi

Devi fornire ai consumatori, indicandolo nel sito web:

- l'indirizzo geografico dove sei stabilito e l'indirizzo email
- il tuo numero di telefono (prima andava fornito solo «ove disponibile»)
- se il **prezzo** è stato «*personalizzato sulla base di un processo decisionale automatizzato*»

Se vendi beni con elementi digitali, servizi digitali e/o contenuti digitali devi fornire informazioni circa la **funzionalità** (ivi include le misure di protezione tecnica applicabili), la **compatibilità e l'interoperabilità**, nonché un promemoria dell'esistenza della **garanzia legale di conformità**, l'esistenza e le **condizioni del servizio post vendita e delle garanzie convenzionali se applicabili**.



Se sei un MARKETPLACE

DEVI ANCHE FORNIRE AI CONSUMATORI

- informazioni sui parametri che determinano il ranking delle offerte presentate al consumatore come risultato della sua ricerca sull'importanza di tali parametri rispetto ad altri
- informazioni sulla qualifica della controparte contrattuale, professionista o consumatore?
- informazioni sulla ripartizione degli obblighi verso i consumatori tra il marketplace e il terzo che offre beni, servizi o contenuti digitali per suo tramite



Nuove pratiche commerciali scorrette

- Dual quality:** se promuovi un bene in uno Stato membro UE come identico a quello commercializzato in altri Stati membri, mentre tale bene ha caratteristiche/composizione significativamente diverse
- Risultati di una ricerca on line:** se ingannevolmente non evidenzi al consumatore che i risultati della interrogazione/ricerca sono condizionati all'aver l'inserzionista pagato per ottenere un miglior posizionamento. Se non evidenzi in un'apposita sezione dell'interfaccia on line i parametri che determinano la classificazione dei prodotti
- Secondary ticketing:** se il professionista che vende i biglietti di un evento li ha comprati con strumenti automatizzati violando i limiti di acquisto

Nuove pratiche commerciali scorrette

-  **Recensioni:** i consumatori devono essere informati «*se e in che modo il professionista garantisce che le recensioni pubblicate provengono da consumatori che hanno acquistato il prodotto*» attraverso apposite clausole nelle condizioni di vendita o informazione nella sezione recensioni

NON sei obbligato a pubblicare le recensioni, MA

- Non puoi avvalerti delle recensioni se non hai adottato misure ragionevoli di controllo
- Non puoi modificare le recensioni che ricevi
- Non puoi chiedere a terzi di effettuare delle recensioni a fronte della promessa di un vantaggio economico
- Non puoi pubblicare solo le recensioni positive
- Non puoi acquistare le recensioni
- Non puoi pubblicare recensioni false

Sanzioni – in Italia

SANZIONE PER PRATICA COMMERCIALE SCORRETTA
(ad esempio, presentazione di informazioni sulla riduzione del prezzo ingannevoli)
(IN VIGORE DAL 2 APRILE 2023)

Da 5000 Euro a 10 milioni di euro

Tenuto conto, tra l'altro, della gravità della violazione, delle azioni intraprese dal venditore per porvi rimedio, di eventuali recidive, dei vantaggi per il professionista, della rilevanza transfrontaliera della condotta

Nel caso in cui la violazione riguardi una condotta di offerta in vendita non limitata all'Italia, ma di rilevanza UE, il massimo della sanzione è pari al 4% del fatturato annuo del professionista registrato in Italia ovvero negli Stati membri UE interessati alla violazione

ATTENZIONE ALLE SANZIONI!

Se ti rivolgi con il tuo e-commerce anche a clienti stranieri, tieni conto che si applicheranno le sanzioni/le norme del Paese a cui appartiene il consumatore di riferimento.

In Francia, ad esempio, le sanzioni sono anche penali!

Grazie per l'attenzione.

Hai domande?

monica.togliatto@rplt.it e nicola.berardi@rplt.it