

Dir. Resp.: Roberto Napolitano

E-commerce: regole comuni a livello europeo

La Ue presenterà la prossima settimana due testi legislativi per armonizzare le regole per il commercio su Internet.

Beda Romano > pagina 19

Commissione europea. La prossima settimana le nuove proposte per avvicinare la disciplina sul commercio elettronico

E-commerce con regole comuni

Il commissario Jourová: armonizzazione per servizi digitali e beni «tangibili»

STOP AI BUONI SOSTITUTIVI

Nel caso di difetto dei contenuti digitali venduti sarà necessario procurare all'acquirente un nuovo prodotto o rimborsarlo

Beda Romano

BRUXELLES. Dal nostro corrispondente

■ Tra le priorità della **Commissione Juncker** vi è il rafforzamento, o meglio il completamento del mercato unico, minacciato anche dalle sospensioni qua e là del principio di **libera circolazione** per via dell'emergenza rifugiati. L'esecutivo comunitario presenterà la settimana prossima nuovi testi legislativi con l'obiettivo di armonizzare le regole nel **commercio su Internet** e di incentivare gli acquisti online. L'Italia è uno dei Paesi europei più arretrati in questo campo.

«Il mercato del commercio online è molto frammentato, con il risultato di imporre costi elevati alle imprese – spiega la commissaria alla Giustizia Vera Jourová, in prima linea anche nelle trattative con gli Stati Uniti in vista di un nuovo trattato sulla gestione dei dati informatici -. Il nostro obiettivo è di armonizzare le regole con cui risolvere le dispute sulla qualità del prodotto o sul modo in cui terminare il contratto. Le misure che intendiamo proporre hanno lo scopo di creare un vero mercato unico digitale».

Due sono le proposte che verranno presentate mercoledì 9 dicembre. La prima riguarda i contenuti digitali (musica e film). La seconda è tutta rivolta ai prodotti tangibili. Tra le altre cose, Bruxelles proporrà di armonizzare la durata della garanzia: due anni dal momento

dell'acquisto. Oggi, in molti Paesi europei, l'acquirente deve dimostrare che vi fosse un difetto di fabbricazione all'origine.

Dal 2018, quando le nuove norme sperabilmente entreranno in vigore, questo obbligo non esisterà più.

Nel campo dei contenuti digitali, la proposta comunitaria prevede che in caso di difetto il venditore dovrà procurare all'acquirente un nuovo prodotto digitale simile o rimborsare l'acquisto. Invece, oggi in molti Paesi, in caso di problema, la società venditrice tenderà a offrire all'acquirente un buono in denaro da utilizzare per altri acquisti. «Il nostro obiettivo è di incentivare le persone ad acquistare e a vendere online in tutta Europa, grazie a regole comuni», precisa ancora la signora Jourová.

Le statistiche in questo campo sono particolarmente interessanti. Attualmente, solo il 37% vende online nel proprio Paese e appena il 12% dei negozianti vende online fuori dal proprio Paese. Per il 39% dei negozianti che vendono su Internet, le differenze amministrative o legali nazionali sono di ostacolo alla vendita all'estero. Adattarsi ai contratti locali costa alle società circa 9 mila euro una tantum per ogni Paese membro in cui vogliono mettere radici.

In Italia, appena il 10% dei negozianti vende online all'estero e il 27% vende online in patria. Addirittura, solo il 9% dei consumatori italiani acquista su Internet. «È un problema di fiducia – nota la commissaria, le cui proposte andranno approvate dal Parlamento e dal Consiglio -. Vogliamo rassicurare con rego-

le chiare e armonizzate per tutti». Nel campo dei contenuti digitali, solo due Paesi europei – la Gran Bretagna e l'Irlanda – hanno regole specifiche. Tutti gli altri utilizzano le norme del Codice civile.

Nuove regole commerciali in campo digitale giungono mentre il tema della privacy su Internet è diventato ormai centrale. La stessa signora Jourová sta negoziando con gli Stati Uniti un nuovo accordo Safe Harbor, dedicato all'uso dei dati informatici parcheggiati oltre Atlantico nei computer delle società americane (da Google a Facebook). Una recente sentenza della Corte europea di Giustizia ha considerato invalido l'attuale Safe Harbor perché non offre tutela sufficiente alla privacy dei cittadini europei.

«Dobbiamo trovare il giusto equilibrio tra difesa della privacy e bisogno di sicurezza – dice l'esponente politico ceco -. Vogliamo chiarezza sulle regole, i limiti e le eccezioni che regoleranno l'accesso ai dati da parte delle autorità americane». La commissaria sa che le regole da applicare sul territorio degli Stati Uniti non possono che essere quelle americane, ma ricorda: «La sentenza della Corte precisa che il nostro obiettivo è di ottenere una protezione fondamentalmente equivalente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I numeri**DETTAGLIANTI UE****12%****Poco export**

Solo il 12% (Italia 10%) dei dettaglianti Ue vende online per i consumatori in altri Paesi Ue mentre tre volte di più (37%, Italia 27%) vende online nel proprio Paese.

Le differenze nei diritti contrattuali nazionali sono un ostacolo significativo per le vendite transfrontaliere per il 39% dei dettaglianti.

Il costo aggiuntivo una tantum per le imprese per adattarsi a differenti diritti contrattuali dei consumatori in caso di vendita transfrontaliera è di 9 mila euro per ogni Stato dove si vuole vendere

CONSUMATORI UE**15%****Scarsa fiducia oltre cortina**

Solo il 15% dei consumatori della Ue acquista online da altri Paesi della Ue, mentre quasi tre volte di più (44%) acquista online nel proprio Paese.

La scarsa fiducia gioca un ruolo chiave: solo il 38% dei consumatori europei si sentono sicuri di acquisto online da un altro paese della Ue.

Almeno 70 milioni di consumatori hanno sperimentato uno o più problemi con solo quattro tipi popolari di contenuto digitale (musica, anti-virus, giochi e cloud storage) nel corso degli ultimi 12 mesi

LO SCENARIO**68%****Speranza nelle regole uniche**

Se venissero applicate le stesse regole per l'e-commerce in tutta la Ue, il 68% delle imprese italiane che sono attive o interessate al commercio online avrebbe «sicuramente» o «in qualche misura» un aumento delle proprie vendite transfrontaliere online.

Tre su dieci delle principali preoccupazioni dei consumatori circa l'acquisto online da altri Paesi Ue sono legate alla mancata consegna dell'ordine, alla consegna di un prodotto sbagliato o rotto o alla riparazione e sostituzione di un prodotto difettoso