



*Gli italiani in questi giorni di emergenza scoprono l'e-commerce come strumento utile per gli acquisti. Aziende online e associazioni di consumatori rafforzano le relazioni a tutela di chi acquista online.*

## **Netcomm e 13 associazioni del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti siglano un nuovo protocollo d'intesa**

*L'obiettivo dell'iniziativa è agevolare la tutela dei consumatori e l'intero ecosistema del commercio elettronico.*

*In occasione dell'emergenza Covid-19, preparate per i consumatori pratiche istruzioni per l'uso per riconoscere l'affidabilità di un sito di e-commerce ed evitare spiacevoli inconvenienti negli acquisti on line.*

Milano, 15 aprile 2020 - In questo momento di emergenza sanitaria, il numero degli italiani che utilizzano l'e-commerce per necessità di approvvigionamento, ma non solo, sta crescendo senza precedenti. Tra questi, molti si avvicinano per la prima volta agli acquisti online, rimanendo nelle proprie abitazioni nel rispetto delle misure che l'emergenza ha imposto. Tuttavia, è opportuno che i **consumatori agiscano in modo consapevole, selettivo e in totale sicurezza**, anche online; per questo Netcomm e le 13 associazioni dei consumatori, hanno stilato il decalogo: **"e-commerce: istruzioni per l'uso"**, che guida il consumatore a riconoscere l'affidabilità dei siti e lo invita ad un corretto uso dell'e-commerce.

Nel primo incontro dei firmatari è emerso che: *"Il momento estremamente delicato che sta vivendo il nostro Paese in queste settimane rende oggi ancor più di valore l'importante accordo siglato da Netcomm e le associazioni dei consumatori. Con un crescente numero di neofiti che per necessità si stanno avvicinando all'e-commerce, è fondamentale informare ed educare, soprattutto le categorie più a rischio, a un uso consapevole e responsabile del digitale e di internet per creare un ecosistema sempre più sicuro, in cui beni e servizi siano resi fruibili in sicurezza, trasparenza, e tutela in ambito nazionale e internazionale.*

*L'obiettivo di Netcomm e delle 13 associazioni di consumatori del CNCU (Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti) che hanno aderito al protocollo, unitamente alle aziende che verranno coinvolte nei vari tavoli di lavoro, sarà quello di prevenire, rilevare e risolvere le criticità individuate nel mercato online, che in maniera diretta o indiretta impattano sulla tutela dei consumatori. Tutte le aziende on line che vorranno contribuire all'instaurazione di un dialogo sempre più aperto con tutte le parti coinvolte, aiuteranno a*

*fare cultura digitale, attraverso l'analisi del settore e la condivisione di azioni e programmi per trovare soluzioni facendo cultura digitale”.*

Il protocollo, realizzato su iniziativa delle associazioni consumatori nazionali, rafforza le già esistenti relazioni con Netcomm, allo scopo di innalzare la qualità dei servizi presenti nell'offerta digitale e soprattutto meglio utilizzare l'esistente conciliazione paritetica, che garantisce ai consumatori di risolvere, in piena economicità, i contenziosi che potrebbero nascere con i venditori on line.

A questo scopo sarà realizzato un **osservatorio permanente**, formato da imprese e consumatori, per la rilevazione e l'analisi di problematiche ricorrenti nel mercato online. Saranno, inoltre, agevolate e rafforzate le occasioni di relazione e formazione tra imprese e associazioni dei consumatori, insieme alla diffusione di materiali informativi e linee guida a favore di tutto l'ecosistema (come, ad esempio, momenti formativi in tema di rispondenza dell'ordinamento al diritto digitale dei consumatori, sistemi di risoluzione alternativa delle controversie - ADR, criticità del mercato digitale).

Le associazioni dei consumatori che hanno aderito al protocollo d'intesa sono **ACU, Adiconsum, Adoc, Adusbef, Assoconsum, Assoutenti, Cittadinanzattiva, Codici, Confconsumatori, Federconsumatori, Movimento Consumatori, Udicon, Unione Nazionale Consumatori**. Firmatario dell'accordo anche il **CEC, Centro Europeo Consumatori**, che partecipa in qualità di garante del consumatore a livello transfrontaliero.

**“eCommerce: Istruzioni per l'uso”, il decalogo per riconoscere l'affidabilità di un sito di commercio elettronico**

A parere di Netcomm e delle associazioni dei consumatori aderenti al protocollo, i siti che si distinguono per qualità e fiducia si identificano primariamente grazie al possesso di alcuni requisiti fondamentali, che il cliente è chiamato a verificare:

1. **Facile e immediata visibilità dei dati societari:** ossia la ragione sociale, la partita IVA e il numero di REA (ossia, il numero che identifica l'iscrizione alla Camera di Commercio locale), nonché le informazioni di contatto: in particolare un numero di telefono, un indirizzo, un contatto e-mail e un indirizzo pec attivo.
2. **Una buona reputazione online:** se è la prima volta che si compra sul sito di e-commerce, è buona norma verificare l'affidabilità del venditore prima dell'acquisto, utilizzando le informazioni a disposizione sull'identità dell'esercente indicate al punto che precede, e indagando le opinioni di altri acquirenti online.
3. **Pubblicazione delle condizioni generali di vendita:** esse rappresentano il vero e proprio contratto tra cliente e venditore, detto anche merchant. Definiscono diritti e doveri delle parti, nonché altri impegni alle quali entrambe sono vincolate e vengono, perciò, messe a disposizione del consumatore dai siti più seri ed affidabili anche prima dell'acquisto.
4. **Indicazione delle informazioni di pagamento:** soprattutto con riferimento alla procedura di pagamento, è importante che il sito abbia attivato sia un protocollo URL sicuro (es: <https://www...> invece di <http://www...>), sia procedure di sicurezza per lo scambio di dati di transazione elettronica (come la presenza del “lucchetto” nella URL o, ancora meglio, la doppia autenticazione del cliente al momento del pagamento).
5. **Presenza e facile reperibilità delle informazioni su spedizione e consegna:** in linea generale le consegne devono avvenire entro 30 giorni. Se però il venditore promette di consegnare in tempi minori, fa fede il suo impegno. Inoltre, il venditore è responsabile della merce spedita fino a quando il consumatore non ne entra in possesso.

6. **Indicazione della procedura per il diritto di recesso in caso di ripensamento:** il consumatore, ai sensi dell'art. 52 codice del consumo, può cambiare idea e, senza indicarne la motivazione, restituire la merce entro 14 giorni dalla consegna. Per agevolare il consumatore nell'esercizio del suo diritto, il merchant deve mettergli a disposizione un modulo (cartaceo o elettronico), nonché indicargli i luoghi ove riconsegnare la merce, il tipo di spedizione e gli eventuali costi da sostenere. Se il venditore consente i cambi merce (es. cambio taglia, cambio colore, modello, ecc...), verificare le modalità di reso nelle condizioni generali di vendita.
7. **Esistenza di un promemoria delle garanzie post vendita:** il consumatore ha diritto di esercitare la garanzia sui prodotti di consumo entro 2 anni dall'acquisto, a patto che il difetto venga denunciato al merchant entro 2 mesi dalla scoperta, indicando anche in maniera chiara le forme e le modalità di denuncia del vizio (es pec, raccomandata, fax).
8. **Indicazione delle modalità di gestione dei reclami:** il merchant deve indicare chiaramente nelle condizioni generali i canali attraverso cui inoltrare il reclamo, i tempi di risposta dell'assistenza clienti e la procedura per la risoluzione delle eventuali controversie stragiudiziali. In particolare:
  - a. l'indicazione della procedura di risoluzione europea dei reclami (detta anche ODR), che consente una gestione telematica delle controversie (<https://ec.europa.eu/consumers/odr>);
  - b. l'indicazione delle procedure ADR, come la Conciliazione Paritetica realizzata tra Netcomm e le Associazioni Consumatori: (<https://www.consorzionetcomm.it/spazio-consumatori/segnalazioni/conciliazione-paritetica/>)
9. **Indicazione delle modalità di gestione delle controversie giudiziali:** nello specifico, l'indicazione della competenza del foro del consumatore, ai sensi dell'art. 66-bis Codice del Consumo. Se il venditore non indica tali informazioni o non è chiaro nell'indicazione, il suggerimento è di prestare attenzione all'acquisto sul sito in questione, per evitare di dover risolvere le controversie in tribunali lontani dal proprio domicilio.
10. **Presenza di un documento di privacy e cookie policy, e corretta acquisizione dei consensi:** nella home page del sito devono essere pubblicate e rese visibili, le condizioni di trattamento e revoca all'autorizzazione dei dati degli utenti e dei clienti, ivi compresa la politica dei cookies rilasciati dal sito. Da verificare, altresì, la presenza di caselle da selezionare per conferire il consenso relativo ad ogni singola finalità di raccolta (le principali sono: gestione amministrativa ed evasione dell'ordine, studi e ricerche statistiche, profilazione, marketing, cessione a terzi).

\*\*\*

## CONTATTI

### **Netcomm**

**Ufficio Stampa - Mirandola Comunicazione**

Alessandra Fulgoni

[alessandra@mirandola.net](mailto:alessandra@mirandola.net)

[netcomm@mirandola.net](mailto:netcomm@mirandola.net)

### **Acu**

associazione@acu.it

### **Adiconsum e CEC**

Valeria Lai

valeria.lai@adiconsum.it

### **Adoc**

**Valentina Bombardieri**

ufficiostampa@adocnazionale.it

### **Adusbef**

info@adusbef.it

### **Assoconsum**

assoconsum@gmail.com

### **Assoutenti**

Daniela Fiori

daniela.fiori@assoutenti.it

### **Cittadinanzattiva**

Alessandro Cossu

stampa@cittadinanzattiva.it

### **Codici**

Martina Monguzzi

[codici.lombardia@codici.org](mailto:codici.lombardia@codici.org)

### **Confconsumatori**

Maria Teresa Angella

ufficiostampa@confconsumatori.it

### **Federconsumatori**

Sabrina Soffientini

s.soffientini@federconsumatori.it

### **Movimento Consumatori**

ufficio.stampa@movimentoconsumatori.it

### **Udicon**

Francesco Barbuto

francesco.barbuto@udicon.org

### **Unione Nazionale Consumatori**

Simona Volpe e Mauro Antonelli

press.economia@consumatori.it