



www.exportplanning.com

Guida E-Commerce: Una introduzione ai requisiti amministrativi generali

Ottobre 2020

Guida E-Commerce - Una introduzione ai requisiti amministrativi generali

Copyright © 2020 ExportPlanning.com

Ottobre 2020

IL PRESENTE DOCUMENTO E' STATO REDATTO DA: Valeria Minasi, Stefano Nanni, Matteo Olivieri.

Quest'opera è soggetta alla Creative Commons Public License Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 2.5 Generico (CC BY-NC-ND 2.5) o posteriore.

- Si è liberi di riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre, in pubblico, rappresentare, eseguire e recitare quest'opera alle seguenti condizioni:

Attribuzione Bisogna attribuire la paternità dell'opera nei modi indicati dall'autore o da colui al quale è stata data quest'opera in licenza; in questo caso si tratta di ExportPlanning.com.

Non commerciale Non si può usare quest'opera per fini commerciali.

Non opere derivate Non si può alterare o trasformare quest'opera, né usarla per crearne un'altra.

- Ogni volta che si usa o si distribuisce quest'opera, lo si deve fare secondo i termini di questa licenza, che va comunicata con chiarezza.
- In ogni caso si possono concordare con il titolare dei diritti d'autore (ExportPlanning.com) usi di quest'opera in deroga da questa licenza.

I nomi commerciali, i loghi, i trademark appartengono ai rispettivi proprietari.

Indice

Introduzione	3		
Presentazione	3		
Fonti	3		
Direttive UE	3		
Guide	3		
E-Commerce: aspetti generali	5		
Quadro normativo	5		
Direttiva Omnibus	5		
Sanzioni	7		
Prossime tappe	7		
Contratto elettronico	7		
Adempimenti	8		
Obblighi precontrattuali	9		
Informazioni obbligatorie nel sito	9		
Comunicazioni commerciali	10		
La forma del contratto telematico	11		
Organi competenti	12		
Italia – UE	12		
Italia – Extra UE	12		
Risoluzione alternativa della contro-			
versie: ADR e ODR	13		
Tutela dei consumatori	13		
Diritto di recesso	13		
Garanzia di conformità	14		
Conclusione del contratto	14		
Obblighi informativi	15		
Aspetti doganali e fiscali, IVA e accise soglia	16		
Transazioni intra-UE	16		
Cessioni di importo superiore			
alla soglia	16		
Cessioni di importo non supe-			
riore alla soglia	16		
Transazioni extra-UE	17		
Accise	18		
		Commercio elettronico di be-	
		ni fisici diversi da	
		quelli sottoposti ad	
		accisa	20
		Vendita di beni nei confronti	
		di operatori econo-	
		mici di altri Paesi	
		UE	20
		Vendita nei confronti di con-	
		sumatori finali di	
		Paesi extra UE	22
		Deposito/Magazzino	22
		Deposito nella UE	22
		Deposito Extra-UE	23
		Barriere e restrizioni	23

Introduzione

Presentazione

A partire dalla fine del secolo scorso le modalità di vendita di beni e servizi in Europa e nel mondo hanno subito sostanziali cambiamenti, modificando i mercati internazionali. La loro trasformazione ha causato uno stravolgimento nelle relazioni tra i vari competitor, e nei rapporti con i fornitori, ampliandone la sfera di influenza. Tali trasformazioni sono scaturite dall'introduzione di nuove strategie, attività e relazioni volte a trasferire la vendita al dettaglio in un contesto di più ampio respiro. Tra queste strategie rientra la "vendita a distanza", nella cui definizione rientrano le vendite per corrispondenza, le vendite telefoniche e il commercio elettronico (e-commerce). Il commercio di beni e servizi online rappresenta, da un lato, un settore in rapido e progressivo sviluppo, dall'altro, un mondo ancora non del tutto conosciuto. La potenza di Internet consente di rivoluzionare totalmente il modo consueto di fare acquisti: la sua capacità di fornire informazioni, di facilitare la comunicazione con i clienti, di effettuare ricerche di mercato e di garantire la possibilità di concludere l'ordine, rende il commercio elettronico uno strumento estremamente flessibile. I vantaggi economici che ne sono derivati hanno contribuito al successo del commercio elettronico, unitamente all'efficienza della rete distributiva e al vasto assortimento disponibile. Al contempo, come ogni attività commerciale, il commercio online presenta alcune caratteristiche peculiari alle quali bisogna prestare la giusta attenzione per non rischiare di effettuare gli investimenti sbagliati. Nel momento in cui si decide di avviare l'attività di vendita di merci e/o servizi on line, l'imprenditore

si trova a dover prendere una serie di fondamentali decisioni, quali la scelta degli acquirenti (professionisti/impresе o privati consumatori) e del mercato di riferimento (nazionale o estero), le modalità di conclusione dell'accordo di vendita (tramite scambio di e-mail al di fuori del sito o direttamente tramite sito e-commerce).

Nelle pagine che seguono si forniranno, quindi, una serie di indicazioni utili e informazioni pratiche sull'argomento. Nonostante, infatti, la materia abbia una normativa organica fin dall'anno 2003, la stessa risulta a molti operatori tutt'oggi ancora non del tutto esplicita e intellegibile.

La presente guida vuole rispondere a questa esigenza di maggiore chiarezza con l'obiettivo di fornire un'introduzione ai seguenti temi amministrativi connessi alle transazioni di commercio elettronico:

- requisiti e normative UE e Italia;
- aspetti doganali e fiscali.

Fonti

Direttive UE

- Direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio dell'8 giugno 2000: <https://bit.ly/3lJf6Za>
- Direttiva 2011/83/UE: <https://bit.ly/3nGcUDk>
- Direttiva 2019/2161 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 novembre 2019: <https://bit.ly/2FqCpHv>

Guide

- Guida E-Commerce Tax & Legal: <https://bit.ly/3733DQ6>

- L'e-commerce dei prodotti alimentari, guida pratica agli adempimenti e ai requisiti per la vendita online
- Le soglie monetarie nell'e-commerce verso Paesi UE: <https://bit.ly/33Uo3bZ>
- Vendite a distanza sopra soglia: regole e fatturazione: <https://bit.ly/3jXAOId>
- Controversie di consumo - ADR, risoluzione alternativa delle controversie: <https://bit.ly/2H5CuAL>
- Guida - Imprese ed e-commerce: marketing, aspetti legali e fiscali: <https://bit.ly/3jYA7hR>
- E-commerce: in arrivo nuove norme UE per proteggere i consumatori: <https://bit.ly/2SNp1jO>

E-Commerce: aspetti generali

Quadro normativo

Oltre alla disciplina contenuta nel codice civile italiano (in particolare, Libro IV del Codice Civile, Titolo I: delle obbligazioni in generale, Titolo II: sui contratti in generale e Titolo III: sui singoli contratti), il quadro normativo civilistico è essenzialmente così composto:

- commercio elettronico: D. Lgs. n. 70 del 2003 che ha recepito, in Italia, la Direttiva 2000/21/CE;
- obblighi informativi rinforzati nel commercio elettronico: D. Lgs. n. 21 del 2014 che ha recepito, in Italia, la Direttiva 2011/83/CE;
- codice del consumo: D. Lgs. n. 206 del 2005;
- codice dell'amministrazione digitale (con particolare riguardo alla "forma" del contratto: disposizioni sulla firma digitale): D. Lgs. n. 82 del 2005 e D. Lgs. 196/2006 riguardante le disposizioni integrative e correttive del codice dell'amministrazione digitale;
- codice della privacy (con particolare riguardo al trattamento dei dati personali da parte del-

l'impresa che svolge attività di e-commerce): D. lgs. n. 196 del 2003; per le transazioni internazionali: Convenzione di Vienna del 1980 (ratificata dall'Italia con la L. n. 765 del 1985) sulla vendita internazionale dei beni mobili; per le transazioni a livello europeo: Regolamento CE 593/2008 (c.d. Roma I) sulla legge applicabile alle obbligazioni contrattuali, Regolamento CE 864/2007 (c.d. Roma II) sulla legge applicabile alle obbligazioni extracontrattuali.

Direttiva Omnibus

Il 7 gennaio 2020 è entrata in vigore la nuova direttiva (UE) 2019/2161, meglio conosciuta come direttiva "Omnibus" che modifica una serie di normative europee in materia di protezione dei consumatori:

- la direttiva 93/13 CEE del Consiglio (clausole abusive)
- le direttive 98/6 CE (indicazioni sui prezzi), 2005/29/CE (pratiche commerciali scorrette), 2011/83/UE (diritti dei consumatori).

L'obiettivo della direttiva è quello di una migliore applicazione e modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori.

Si tratta, infatti, di nuove norme che mirano ad adeguare le norme attuali all'evoluzione degli strumenti digitali.

Numerose sono le novità introdotte dalla direttiva Omnibus¹:

- **Rimedi individuali per i consumatori.** In caso di pratiche commerciali scorrette, come

¹La normativa contiene inoltre:

- chiarimenti sulla libertà degli Stati membri di adottare provvedimenti per proteggere gli interessi legittimi dei consumatori rispetto a pratiche particolarmente aggressive o ingannevoli di commercializzazione o vendita nel quadro di vendite negoziate fuori dai locali commerciali o in occasione di escursioni;
- informazioni che il professionista deve fornire al consumatore prima della conclusione di contratti conclusi mediante un mezzo di comunicazione a distanza: le caratteristiche principali dei beni o servizi, l'identità del professionista; il prezzo totale; il diritto di recesso; la durata del contratto e, nel caso di contratti a tempo indeterminato, le condizioni di risoluzione del contratto.

nel caso di marketing aggressivo, il consumatore potrà beneficiare di rimedi individuali per ottenere il risarcimento dei danni o, se del caso, una riduzione del prezzo o la risoluzione del contratto.

- **Maggiori obblighi di trasparenza per gli operatori online**, anche rispetto alle recensioni, alla fissazione personalizzata del prezzo ed alla classificazione dei prodotti.

In caso di utilizzo di strumenti di confronto delle offerte, le piattaforme online, ad esempio, dovranno indicare i risultati di ricerca che contengono “posizionamenti a pagamento” (cioè i casi in cui i terzi pagano per comparire ai primi posti), o “inclusioni a pagamento” (cioè i casi in cui i terzi pagano per figurare nell’elenco dei risultati). Pertanto, il risultato continuerà ad apparire tra i primi, ma il consumatore saprà che il motivo è legato alla pubblicità e non nella maggiore aderenza alla propria ricerca.

- **Proibite le false recensioni.** Gli operatori dovranno informare i consumatori se hanno adottato procedure a garanzia del fatto che le recensioni provengano da consumatori che hanno effettivamente acquistato o utilizzato i prodotti in questione e quali sono le modalità di svolgimento di tali verifiche.

Inoltre, in caso di prezzi personalizzati, gli acquirenti dovranno essere informati circa il fatto che il prezzo è stato personalizzato sulla base di un processo decisionale automatizzato basato sui loro profili di consumatori.

Sarà, infine, obbligatorio informare i consumatori se un prodotto viene acquistato presso un soggetto privato e sul fatto che, in tal caso, le norme UE sulla protezione dei consumatori non troveranno applicazione.

- **Tutela dei consumatori rispetto ai servizi**

digitali “gratuiti”. La direttiva Omnibus specifica che la tutela dei consumatori trova applicazione anche nei casi di contratti di fornitura di contenuto digitale gratuito in cui, però, il consumatore si impegna a fornire dati personali (per motivi diversi da quelli legati ad obblighi di legge). Si pensi ai servizi cloud o agli account di posta elettronica.

Viene, quindi, estesa la definizione di “prezzo” che includerà anche il pagamento attraverso il conferimento di dati personali di servizi “gratuiti” ed in tali casi sarà previsto il diritto di recesso del consumatore da esercitarsi entro 14 giorni dalla fornitura del servizio.

- **Commercializzazione ingannevole di prodotti "a duplice qualità"**. Viene introdotta tra i casi di pratiche commerciali ingannevoli, l’attività di marketing che promuove un bene, in uno Stato membro, come identico a un bene commercializzato in altri Stati membri, mentre questo bene ha una composizione o caratteristiche significativamente diverse.
- **Eliminazione di oneri sproporzionati.** I professionisti potranno usare i nuovi mezzi di comunicazione online, come moduli web o chat in alternativa alla tradizionale posta elettronica, purché il consumatore possa tenere traccia di tali comunicazioni. Vengono, poi eliminati due specifici obblighi per i professionisti relativi al diritto di recesso dei consumatori:
 - eliminazione dell’obbligo, per il professionista, di accettare il recesso anche nel caso in cui un consumatore abbia usato una merce ordinata e non si sia limitato a provarla come avrebbe potuto fare in un negozio tradizionale;
 - obbligo di rimborso del consumatore ancor prima di aver ricevuto il reso.

Tali novità si sono rese necessarie per limitare gli abusi del recesso in alcuni settori (ad esempio, vendita di vestiti) e mira a tutelare soprattutto i piccoli-medi e-commerce, che spesso subiscono notevoli danni economici dal non poter rimettere in vendita i prodotti utilizzati dal consumatore e oggetto di recesso.

Sanzioni

Le sanzioni saranno simili a quelle previste dal GDPR, per un importo massimo almeno pari al 4% del fatturato annuo del professionista nello stato o negli stati UE interessati, nell'esercizio finanziario o sino ad Euro 2.000.000,00 in mancanza di informazioni sul fatturato, fatta salva la possibilità per ciascun Stato Membro di introdurre sanzioni più elevate. Potranno essere adottate attraverso un procedimento amministrativo, oppure giudiziario, o entrambi.

Ai fini dell'applicazione delle sanzioni si dovrà tener conto dei seguenti criteri (non esaustivi): natura, gravità, entità e durata della violazione; eventuali azioni intraprese dal venditore o fornitore per attenuare il danno subito dai consumatori; eventuali violazioni commesse in precedenza dal venditore o fornitore; precedenti sanzioni inflitte al venditore o fornitore per la medesima violazione.

Le sanzioni dovranno essere effettive, proporzionate e dissuasive.

È prevista una maggiore collaborazione fra le autorità nazionali in caso di violazioni transfrontaliere.

Prossime tappe

Gli Stati Membri avranno due anni di tempo per recepire le nuove norme: le misure nazionali di attuazione dovranno essere adottate entro il 28 novembre 2021 e dovranno entrare in vigore entro il 28 maggio 2022.

Non solo, poiché la legislazione dell'UE in materia di consumatori si applica a tutti i soggetti che si ri-

volgono ai consumatori nell'UE, indipendentemente da dove sono stabiliti, anche i commercianti online di tutto il mondo che si rivolgono a consumatori nell'UE avranno due anni di tempo per adeguare le loro pratiche commerciali rivolte all'UE.

Contratto elettronico

Il contratto telematico è il contratto concluso mediante l'uso di computers (o altri strumenti informatici) tra loro collegati.

È regolato, oltre che dalle norme sui contratti stabilite dal Codice Civile, specificatamente dalla normativa ad hoc sul commercio elettronico di cui al D. lgs. n. 70 del 2003.

Non si applica tuttavia:

- ai contratti che istituiscono o trasferiscono diritti relativi a beni immobili, diversi da quelli in materia di locazione;
- ai contratti che richiedono per legge l'intervento di organi giurisdizionali, pubblici poteri o professioni che implicano l'esercizio di pubblici poteri;
- ai contratti di fideiussione o di garanzie prestate da persone che agiscono ai fini che esulano dalle loro attività commerciali, imprenditoriali o professionali;
- ai contratti disciplinati dal diritto di famiglia o di successione.

Le parti di un contratto telematico sono anche soggette agli obblighi precontrattuali di correttezza e buona e fede disposti dal Codice Civile (artt. 1337 e 1338) che dovranno essere rispettati durante tutta la fase delle trattative (e nel corso dell'esecuzione del contratto).

Nei casi di vendita tra parti contrattuali che appartengono a Paesi diversi all'interno dell'Unione Europea, si applicherà (per disciplinare la responsabilità precontrattuale) la legge che sarebbe applicabile al contratto qualora lo stesso venisse concluso (Regolamento CE 539/2008, art. 12).

Adempimenti

I prerequisiti sono, ovviamente, un indirizzo di posta elettronica certificata (PEC), un dispositivo di firma digitale, e un sito web. Oltre all'iscrizione a Telemaco, per spedire la pratica (modello ComUnica) al Registro delle imprese (è possibile farlo, però, anche tramite intermediario abilitato) sono necessari i seguenti adempimenti (e/o requisiti):

1. **partita Iva attiva:** da chiedere all'Agenzia delle Entrate compilando l'apposito modello (AA7/AA9 imprese individuali/lavoratori autonomi) nel quale dovrà essere indicato il codice della categoria merceologica (solitamente Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari su internet). Va compilato l'apposito campo "attività di commercio elettronico", indicando il sito web (proprio se nella nostra titolarità, ospitante se nella titolarità di altri) e il service provider. Nel caso non si tratti di ditta individuale ma di più soci occorre aprire una società di persone tramite notaio.
Dalla dichiarazione di inizio attività devono risultare, per i soggetti che svolgono commercio elettronico, l'indirizzo del sito web e i dati identificativi dell'internet service provider;
2. **posizione aperta presso il Registro delle imprese della Camera di Commercio di competenza:** dal 2010 è possibile utilizzare un solo modello, ComUnica (modello I1 per imprese individuali o S2 per società), per richiedere il codice fiscale e la partita IVA, aprire la posizione assicurativa presso l'INAIL, chie-

dere l'iscrizione all'INPS dei dipendenti o dei lavoratori autonomi e chiedere l'iscrizione al Registro delle Imprese tenuto dalle Camere di Commercio. Il modello deve essere firmato con firma digitale. Poi sarà la Camera di Commercio a smistare le varie richieste all'Agenzia delle Entrate, INAIL e INPS, e a inoltrare alla PEC dell'impresa (necessaria) la ricevuta di protocollo. Nel modello va indicato il codice 47.91.10, cioè "Commercio al dettaglio di prodotti via Internet". Al momento della comunicazione vanno pagati i diritti e i bolli;

3. **avvenuto inserimento nell'archivio VIES:** per i soggetti passivi IVA che intendono porre in essere operazione intracomunitarie (cioè vendere anche all'estero) occorre l'autorizzazione all'inserimento nell'archivio VIES, che può essere consultato, appunto, al fine di controllare se il soggetto è autorizzato a tali operazioni. Per chi inizia l'attività è sufficiente compilare l'apposito campo (operazioni intracomunitarie) del modello AA7/AA9;
4. **avvenuta segnalazione certificata di inizio attività (SCIA)** al Comune tramite invio telematico allo sportello SUAP. Non si è più obbligati ad attendere 30 giorni, l'attività può iniziare immediatamente.
Se si tratta di commercio alimentare occorrono ulteriori attività e requisiti (art. 71 D.Lgs n. 59/2010) che si possono chiedere al Comune di riferimento. In genere occorre seguire un corso di abilitazione presso la ConfCommercio, con tanto di esame da superare. Per la vendita alimentare occorre tenere in sede i documenti di autocontrollo HACCP, da mettere a disposizione per disposizione per eventuali controlli dell'ASL. Dopo la presentazione del modello si può procedere all'attivazione della posizione

presso il Registro delle Imprese (modello I2 per imprese individuali o S5 per società);

5. **posizione Inps aperta:** si utilizza il modello ComUnica compilando il quadro AC. all'assicurazione INAIL sono tenuti solo i soggetti che occupano lavoratori dipendenti e lavoratori parasubordinati nelle attività che la legge individua come rischiose;
6. **conto corrente bancario:** il conto è specifico per la ditta ed è necessario perché dal 2007 i pagamenti di contributi e dell'Iva vanno fatti a mezzo modello F24 online.

Obblighi precontrattuali

Un soggetto che intende esercitare un'attività di e-commerce deve rendere facilmente accessibili e sempre aggiornate, sia ai destinatari dei servizi sia alle autorità competenti, le seguenti informazioni:

- il nome, la denominazione o la ragione sociale;
- il domicilio o la sede legale;
- il contatto diretto, compreso indirizzo e-mail;
- il numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche (REA) o al registro delle imprese;
- gli elementi di individuazione
- il numero della partita IVA o altro numero di identificazione considerato equivalente nello Stato membro, qualora il prestatore eserciti un'attività soggetta a imposta;
- l'indicazione in modo chiaro ed inequivocabile dei prezzi e delle tariffe dei diversi servizi forniti, evidenziando se comprendono le imposte, i costi di consegna e altri elementi aggiuntivi da specificare;

- l'indicazione delle attività consentite al consumatore e al destinatario del servizio e degli estremi del contratto, qualora un'attività sia soggetta ad autorizzazione oppure l'oggetto della prestazione sia fornito sulla base di un contratto di licenza d'uso.

In caso di violazione dei predetti obblighi informativi generali, il venditore è soggetto al pagamento di una **sanzione amministrativa** pecuniaria da 103 a 10.000 Euro, raddoppiabile in caso di recidiva (art. 21 D. Lgs. 70/2003).

Informazioni obbligatorie nel sito

Per effettuare commercio elettronico è necessario mettere a disposizione del consumatore o dell'utente alcune informazioni, in aggiunta agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi. Il D.Lgs. n. 70/2003 elenca all'art. 7 le indicazioni generali obbligatorie.

Il sito internet del prestatore deve rendere facilmente accessibili, in modo diretto e permanente, ai destinatari del servizio e alle Autorità competenti le seguenti informazioni (come per gli obblighi precontrattuali):

- il nome, la denominazione o la ragione sociale;
- il domicilio o la sede legale;
- gli estremi che permettono di contattare rapidamente il prestatore;
- il numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche, REA, o al registro delle imprese;
- gli elementi di individuazione nonché gli estremi della competente Autorità di vigilanza;

- per quanto riguarda le professioni regolamentate è necessario indicare l'ordine professionale, il titolo professionale e lo Stato membro in cui è stato rilasciato ed in ultimo il riferimento alle norme professionali;
- il numero della partita IVA o altro numero di identificazione;
- l'indicazione in modo chiaro e inequivocabile dei prezzi e delle tariffe;
- l'indicazione delle attività consentite al consumatore e al destinatario del servizio.

Il novellato art. 51 del Codice del Consumo stabilisce, inoltre, l'obbligo di fornire o comunque mettere a disposizione del consumatore, in modo appropriato al mezzo di comunicazione a distanza impiegato, in un linguaggio semplice e comprensibile, gli obblighi informativi stabiliti dalla legge per i contratti a distanza e per quelli negoziati fuori dai locali commerciali di cui all'art. 49, comma 1, lettere da a) a v) del Codice del Consumo.

In aggiunta, detta norma stabilisce che, se si tratta di un contratto a distanza concluso con mezzi elettronici contenente un obbligo di pagare in capo al consumatore, il professionista dovrà comunicargli in modo chiaro ed evidente, prima che il consumatore inoltri l'ordine le lettere a), e), q) e r) dell'art. 49, comma 1, del Codice del Consumo:

- le **caratteristiche principali dei beni o servizi**, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi;
- il **prezzo totale dei beni o dei servizi comprensivo delle imposte** o, se la natura dei beni o servizi comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo e, se del caso, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o

postali e ogni altro costo oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore;

- la **durata del contratto**, le condizioni per recedere dal contratto;
- se applicabile, la **durata minima degli obblighi del consumatore** a norma del contratto.

Sarà, inoltre, tenuto a pubblicare sul sito internet di vendita in modo chiaro e leggibile, al più tardi all'inizio del processo di ordinazione, se si applicano delle restrizioni relative alla consegna e del prodotto acquistato e quali sono i mezzi di pagamento accettati.

Comunicazioni commerciali

Stabiliti negli art. 8 e 9 del D. Lgs. 70/2003. Esse devono contenere, sin da loro primo invio, in modo chiaro ed inequivocabile le seguenti indicazioni:

- che si tratta di informazione commerciale;
- chi sia la persona fisica o giuridica per conto della quale è effettuata la comunicazione commerciale;
- che si tratta di un'offerta promozionale come sconti, premi o omaggi e le relative condizioni di accesso;
- che si tratta di concorsi o giochi promozionali e le relative condizioni di partecipazione.

Le comunicazioni commerciali non sollecitate, ossia il c.d. "*spam*", inteso come materiale pubblicitario non richiesto trasmesso per posta elettronica, devono:

- in modo chiaro ed inequivocabile essere identificate come tali fin dal momento in cui il destinatario le riceve;

- contenere l'indicazione che il destinatario del messaggio può opporsi al ricevimento in futuro di tali comunicazioni.

In base alle disposizioni in materia di privacy (D. Lgs. 196/2003), l'invio di messaggi pubblicitari deve essere preceduto dalla prestazione del consenso da parte dei destinatari, anche se il loro nominativo è stato estratto da fonti pubbliche.

Anche in caso di violazione dei predetti obblighi informativi sulle informazioni commerciali, il venditore è soggetto al pagamento di una sanzione amministrativa pecuniaria da 103 a 10.000 Euro, raddoppiabile in caso di recidiva (art. 21 D. Lgs. 70/2003).

La forma del contratto telematico

Al contratto telematico si applicano le norme stabilite dal Codice Civile in materia di formazione dell'accordo contrattuale, nonché la "Convenzione di Vienna" ratificata dall'Italia con L. 765/1985 qualora si tratti di vendita internazionale.

La formazione del contratto avviene con l'incontro delle volontà:

- una volontà che propone: **proposta**;
- una volontà che accetta: **accettazione**.

Elementi essenziali del contratto:

- l'accordo delle parti: La conclusione del contratto telematico può avvenire mediante tre modalità:

1. l'accettazione dell'utente ("point and click") sul sito internet del proponente;
2. l'accettazione del merchant (venditore);
3. l'accettazione tramite scambio di e-mail;

- la causa: è illecita quando è contraria a norme imperative, all'ordine pubblico e al buon costume (art. 1343 c.c.): l'illiceità della causa produce la nullità del negozio (art. 1418 c.c.);
- l'oggetto o contenuto del contratto deve essere possibile, lecito, determinato o determinabile (art. 1346 c.c.);
- la forma: Il documento informatico (la rappresentazione informatica di atti, fatti o dati giuridicamente rilevanti) può essere sottoscritto con:

– **firma elettronica²**:

* *firma elettronica avanzata*: è l'insieme di dati in forma elettronica allegati oppure connessi a un documento informatico che consentono l'identificazione del firmatario del documento e garantiscono la connessione univoca al firmatario

* *firma elettronica qualificata*: sia basata su un certificato qualificato e realizzata mediante un dispositivo sicuro per la creazione della firma.

– **firma digitale**: è un particolare tipo di firma elettronica avanzata basata su un certificato qualificato e su un sistema di chiavi crittografiche, una pubblica e una privata, correlate tra loro, che consente

²Il documento informatico, cui è apposta una firma elettronica, sul piano probatorio è liberamente valutabile in giudizio, tenuto conto delle sue caratteristiche oggettive di qualità, sicurezza, integrità ed immutabilità.

Ai sensi dell'art. 21 D. Lgs. 82/2005, il documento informatico sottoscritto con firma elettronica digitale o qualificata, formato nel rispetto delle regole tecniche di cui al predetto decreto soddisfa il requisito della forma scritta ed ha l'efficacia della scrittura privata.

al titolare tramite la chiave privata e al destinatario tramite la chiave pubblica, rispettivamente, di rendere manifesta e di verificare la provenienza e l'integrità di un documento informatico o di un insieme di documenti informatici. La firma digitale deve riferirsi in maniera univoca ad un solo soggetto ed al documento o all'insieme di documenti cui è apposta o associata (art. 24 D. Lgs. 82/2005).

La materia è regolata dal Codice dell'Amministrazione digitale D. Lgs. 82/2005 e sue successive modificazioni.

Nei contratti telematici, la proposta consiste essenzialmente in una descrizione sul sito internet del bene o del servizio offerto, del prezzo e delle relative modalità di pagamento. Essa può assumere la forma dell'offerta al pubblico ai sensi dell'art. 1336 c.c. quando non è diretta a delle persone determinate, bensì indistintamente al pubblico, ossia ai visitatori del sito internet.

Organi competenti

Per comprendere come si risolvono le controversie nell'e commerce, dobbiamo innanzitutto chiederci:

- dove ha sede la controparte? UE o Extra UE ?
- quale sarebbe il giudice competente sulla base delle norme di diritto internazionale privato previste da ciascuna parte ?
- un'eventuale sentenza italiana sarebbe eseguibile nel paese della controparte ?

- una clausola che attribuisca la competenza esclusiva ai giudici nazionali verrebbe riconosciuta dai giudici dello Stato ove ha sede la controparte ?
- va proposto l'inserimento di una clausola arbitrale ?
- va proposto l'inserimento di una clausola di mediazione ?

Italia – UE

- Paris International Chamber of Commerce: <https://iccwbo.org/dispute-resolution-services/arbitration/costs-and-payments/cost-calculator/>

Possibili casistiche:

compravendita di beni : il luogo, situato in uno Stato membro³, in cui i beni sono stati o avrebbero dovuto essere consegnati in base al contratto;

prestazione di servizi : il luogo, situato in uno Stato membro, in cui i servizi sono stati – o avrebbero dovuto essere – prestati in base al contratto;

altri casi : davanti all'autorità giurisdizionale del luogo di esecuzione dell'obbligazione dedotta in giudizio.

Italia – Extra UE

- Convenzione di New York del 1958: https://uncitral.un.org/en/texts/arbitration/conventions/foreign_arbitral_awards
- Shanghai International Arbitration Center: http://www.shiac.org/SHIAC/arbitrate_fee_E.aspx
- Hong Kong International Arbitration Center: <https://www.hkiac.org/arbitration/fees>

³In Italia uno degli istituti arbitrali più conosciuti è la C.A.M. (Milano).

- Paris International Chamber of Commerce: <https://iccwbo.org/dispute-resolution-services/arbitration/costs-and-payments/cost-calculator/>

Risoluzione alternativa della controversie: ADR e ODR

In alternativa rispetto alla causa tradizionale, il consumatore può scegliere di accedere ad un'ADR (Alternative Dispute Resolution) o a un'ODR (Online Dispute Resolution), quest'ultima specificatamente dedicata all'e-commerce. La controversia sarà gestita da un apposito organismo, con un procedimento veloce (90 giorni), gratuito o a costo minimo e senza necessità di farsi obbligatoriamente assistere da un legale. Nell'ambito di tali procedure, le parti possono decidere di ritirarsi in qualsiasi momento, possono sempre e comunque decidere di rivolgersi al giudice per la tutela dei propri diritti e non sono obbligate ad accettare o seguire la soluzione proposta dall'organismo di risoluzione. Tuttavia, la velocità e il basso costo della procedura, possono essere una buona alternativa alla lunga e più dispendiosa causa, comunque possibile nel caso in cui la procedura ADR o ODR non vada a buon fine.

L'ODR consente la risoluzione della controversia mediante l'utilizzo di una piattaforma online gestita dalla Commissione Europea, specificatamente dedicata all'e-commerce. Il consumatore può presentare il reclamo direttamente sul sito <https://webgate.ec.europa.eu/odr/main/?event=main.home.show>, che provvederà a trasmetterlo al professionista.

Successivamente, le parti dovranno scegliere di comune accordo quale tra gli organismi di risoluzione delle controversie a disposizione tratterà il loro caso e la piattaforma provvederà all'inoltro delle informazioni all'organismo prescelto. Questi, assunte le necessarie informazioni ed eventualmente a seguito di ulteriori richieste alle parti, deciderà il caso entro 90 giorni e ne informerà le parti.

L'ADR, analogamente, pur non utilizzando una piattaforma unica, consente di rivolgersi ad appositi organismi per procedere alla risoluzione della controversia.

Il professionista che s'impegna a ricorrere ad uno o più organismi ADR per risolvere le controversie sorte con i consumatori, è obbligato ad informarlo in merito all'organismo o agli organismi competenti, con indicazione del relativo sito web.

Tutela dei consumatori

Il commercio elettronico è soggetto anche alle norme dirette alla specifica tutela dei consumatori, oggi contenute nel D.Lgs. n. 206/2005, denominato Codice del Consumo. Nell'ambito del commercio elettronico, qualunque utente che accede ad attività commerciali online per scopi personali è un consumatore.

La tutela del consumatore si esplica attraverso l'insieme delle disposizioni dell'ordinamento italiano e comunitario, volte a difendere i diritti e gli interessi del cittadino inteso come fruitore di beni materiali e di servizi di uso privato.

Diritto di recesso

Il consumatore che acquista un bene a distanza (online, mediante telefono, fax o mail) non ha la possibilità di verificarne le caratteristiche e la corrispondenza alle proprie esigenze ed aspettative. Per tutelarla la normativa prevede il diritto di recesso che può essere esercitato senza alcuna penalità e senza doverne specificare il motivo.

Il consumatore deve essere informato dal venditore delle modalità di esercizio del recesso, in particolare con l'indicazione dei tempi di restituzione o ritiro del bene, dell'indirizzo geografico della sede del venditore a cui presentare reclami, e deve avere informazioni

sull'assistenza e sulla garanzie commerciali esistenti.

Il recesso può essere esercitato nel termine di **14 giorni** (termine modificato dal D. L.vo 21/2014) dal ricevimento della merce, ma in assenza delle informazioni suindicate, oppure in caso di informazioni inadeguate, il termine per l'esercizio del recesso sale a 1 anno e 14 giorni. Le informazioni devono comunque essere rilasciate non oltre il momento della consegna della merce, e il consumatore può sempre richiedere il rilascio di tali informazioni nella propria lingua, anche se il venditore è di altro paese.

Garanzia di conformità

Qualora il bene ricevuto sia difforme da quello richiesto, cioè presenti difetti o malfunzionamenti o comunque non sia idoneo all'uso al quale sono destinati beni dello stesso tipo, non sia rispondente alla descrizione del venditore oppure non presenti la qualità di un bene dello stesso tipo, il consumatore gode delle stesse garanzie previste per le compravendite tradizionali, in particolare la garanzia di conformità prestata dal venditore (detta anche legale perché obbligatoria per legge), e la garanzia di buon funzionamento prestata dal produttore.

La garanzia legale in tutti i paesi della comunità europea vale per due anni dalla consegna del bene (può essere ridotta ad un anno per i prodotti di seconda mano o comunque usati) e può essere fatta valere entro due mesi dalla scoperta del problema. Per i primi sei mesi dall'acquisto, se il prodotto è difettoso, si presume che lo fosse al momento dell'acquisto, quindi non sarà il consumatore a dover dimostrare di non averlo danneggiato. È importante ribadire che è il venditore che deve sostituire i prodotti difettosi non idonei all'uso, non il produttore.

Il consumatore ha innanzitutto la scelta tra la riparazione del bene o la sua sostituzione, che deve avvenire in un congruo termine. In caso di ripa-

razione o sostituzione spetta al venditore pagare le spese per la spedizione, i materiali e la manodopera. Nel caso non siano possibili nessuna delle due, oppure siano eccessivamente onerose per il venditore, od anche il venditore non vi abbia provveduto in un congruo termine, il consumatore può optare tra la riduzione del prezzo o la risoluzione del contratto, con restituzione del denaro al cliente e del bene al venditore. La scelta sul rimedio da attuare spetta sempre al consumatore, e il venditore resta obbligato alla sua scelta.

Conclusione del contratto

La conclusione del contratto telematico può avvenire mediante tre modalità:

- l'accettazione dell'utente ("point and click") sul sito internet del proponente: che è la modalità più diffusa;
- l'accettazione del merchant (venditore): essa si verifica quando sul sito del venditore vi sono le indicazioni "senza impegno" o "salvo conferma". Il contratto si considererà pertanto concluso quando il venditore, dopo un'eventuale trattativa con il potenziale acquirente, accetti la proposta ricevuta. Tale tecnica è solitamente impiegata per consentire alle aziende di gestire le domande ed ovviare alle problematiche di approvvigionamento dei magazzini;
- l'accettazione tramite scambio di e-mail: il proponente invia un'e-mail contenente una proposta alla quale il destinatario risponde mediante l'invio con un'e-mail di accettazione.

Ai sensi dell'art. 13 del D. Lgs. 70/2003, una volta concluso il contratto, l'impresa deve, senza ingiustificato ritardo e per via telematica, inviare ricevuta dell'ordine del destinatario contenente le seguenti informazioni:

- un riepilogo delle condizioni generali e particolari applicabili al contratto;
- le informazioni relative alle caratteristiche essenziali del bene o del servizio;
- l'indicazione dettagliata del prezzo e dei mezzi di pagamento;
- l'indicazione dettagliata del recesso, dei costi di consegna e dei tributi applicabili.

Obblighi informativi

Il venditore deve fornire in modo chiaro, comprensibile ed inequivocabile, prima dell'inoltro dell'ordine da parte del destinatario del servizio, le seguenti informazioni:

- le varie fasi tecniche da seguire per la conclusione del contratto;
- il modo in cui il contratto concluso sarà archiviato e le relative modalità di accesso;
- i mezzi tecnici messi a disposizione del destinatario per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati prima di inoltrare l'ordine al prestatore;
- gli eventuali codici di condotta cui aderisce e come accedervi per via telematica;
- le lingue a disposizione per concludere il contratto oltre all'italiano;
- l'indicazione degli strumenti di composizione delle controversie.

Con il D. Lgs n. 21/2014, sono state apportate delle modifiche al Codice del Consumo (art. 45 e ss.) introducendo ulteriori obblighi informativi che il venditore è tenuto a fornire, al consumatore, sia in fase precontrattuale sia contrattuale:

- in primo luogo, l'obbligo del professionista di fornire o comunque mettere a disposizione del consumatore, in modo appropriato al mezzo di comunicazione a distanza impiegato, in un linguaggio semplice e comprensibile, gli obblighi informativi stabiliti dalla legge per i contratti a distanza e per quelli negoziati fuori dai locali commerciali di cui all'art. 49, comma 1, lettere da a) a v) del Codice del Consumo;
- in secondo luogo, detta norma stabilisce che, se si tratta di un contratto a distanza concluso con mezzi elettronici contenente un obbligo di pagare in capo al consumatore, il professionista dovrà comunicargli in modo chiaro ed evidente, prima che il consumatore inoltri l'ordine le lettere a), e), q) e r) dell'art. 49, comma 1, del Codice del Consumo:
 - le caratteristiche principali dei beni o servizi, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi;
 - il prezzo totale dei beni o dei servizi comprensivo delle imposte o, se la natura dei beni o servizi comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo e, se del caso, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali e ogni altro costo oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore;
 - la durata del contratto, se applicabile, o, se il contratto è a tempo indeterminato o è un contratto a rinnovo automatico, le condizioni per recedere dal contratto;

- se applicabile, la durata minima degli obblighi del consumatore a norma del contratto.

Aspetti doganali e fiscali, IVA e accise soglia

Transazioni intra-UE

Cessioni di importo superiore alla soglia

Nel caso in cui l'ammontare complessivo delle vendite a distanza effettuate in ciascun Stato membro abbia superato nell'anno precedente o superi nell'anno in corso il limite di 100.000 euro (o l'eventuale minor importo stabilito nello Stato membro di destinazione), l'impresa italiana deve aprire una posizione Iva in tale ultimo Stato membro (con identificazione diretta o a mezzo di rappresentante fiscale) e, tramite tale posizione, sulle cessioni deve addebitare l'Iva locale.

Ai fini della posizione Iva italiana, l'impresa cedente potrebbe operare come segue:

- adottare una numerazione distinta delle fatture attive per singolo paese di destinazione dei beni emettere un unico documento (fattura attiva) valido sia ai fini italiani che ai fini del paese di destinazione dei beni; su tale documento, in base a quanto previsto dall'art. 46, c. 3 del DL 331/1993, non deve essere indicato il numero identificativo Iva del cliente (il che è logico trattandosi, nel caso considerato, di consumatore finale) strutturare l'addebito del corrispettivo distinguendo le singole componenti dell'addebito (corrispettivo non imponibile art. 41, c. 1, lett. b, del DL 331/1993; ammontare dell'Iva del paese estero, fuori campo Iva italiana) la fattura deve essere emessa entro il giorno 15 del mese successivo a quello della consegna o della spedizione dei prodotti e deve

essere registrata entro tale data ma con riferimento al mese di effettuazione dell'operazione; in genere, la fattura viene emessa all'atto del pagamento da parte del cliente (in seguito al caricamento dei dati nel sistema informatico del venditore);

- presentare il modello Intra-1 bis, sia agli effetti fiscali che a quelli statistici, in relazione al periodo nel corso del quale le operazioni risultano registrate o soggette a registrazione ai sensi dell'art. 23 del Dpr 633/1972, senza compilare la colonna 3 (codice Iva acquirente).

Ai fini della posizione Iva del singolo paese estero di destinazione dei beni, in base a quanto sopra indicato, l'impresa italiana deve trasmettere (anche con mezzi informatici) al gestore della posizione Iva locale copia delle fatture emesse nei confronti degli acquirenti finali, incaricandolo di espletare gli adempimenti Iva nel paese di sua residenza:

- annotare tali fatture sul registro delle fatture emesse;
- presentare l'eventuale comunicazione prevista ai fini Intrastat;
- liquidare e versare l'Iva;
- presentare le dichiarazioni Iva (periodiche, ove previste, e annuali);
- espletare eventuali ulteriori adempimenti previsti ai fini Iva nel paese considerato.

Cessioni di importo non superiore alla soglia

Nel caso in cui l'ammontare delle cessioni effettuate risulti inferiore al limite annuale stabilito nel paese UE di destinazione, il cedente è tenuto ad applicare l'Iva italiana, salvo specifica opzione per l'applicazione dell'Iva del paese di destinazione. Nel caso in cui sia applicata l'Iva italiana, l'impresa, in linea teorica,

potrebbe limitarsi ad annotare il corrispettivo nel registro dei corrispettivi (art. 24 del Dpr 633/1972). Tenuto tuttavia conto dell'esigenza di tenere sotto controllo le vendite nei singoli Paesi UE, al fine di dimostrare il superamento o meno della soglia all'Amministrazione finanziaria italiana (ed eventualmente a quella estera, in caso di eventuale richiesta, in seguito all'applicazione delle procedure di mutua assistenza tra Paesi UE in tema Iva), sarebbe opportuno procedere all'emissione della fattura anche per le operazioni in oggetto.

Nel caso di superamento della soglia in corso d'anno, l'operazione che ha comportato il superamento e quelle successive devono essere gestite con la posizione Iva da aprire nel paese del consumatore finale (si veda in merito l'art. 14 del Regolamento UE 282/2011 e l'art. 33 della Direttiva 2006/112/CE). L'impresa italiana, come sopra affermato, è abilitata a optare per l'applicazione dell'Iva del singolo paese di destinazione; tale opzione ha effetto fino a quando non viene revocata e, in ogni caso, vale per almeno 3 anni. La stessa opera dal 1 gennaio dell'anno precedente, se esercitata in sede di dichiarazione IVA annuale oppure dal momento in cui viene esercitata nel caso di inizio dell'attività.

La revoca va comunicata all'Ufficio Iva nell'ambito della dichiarazione annuale e ha effetto dall'anno precedente.

Ammontare annuo delle vendite a distanza nello Stato membro	Opzione per la tassazione nello Stato di destinazione	Luogo di tassazione
> 100.000 (o diversa soglia)	NO	Stato membro del cessionario
≤100.000 (o diversa soglia)	Sì	Stato membro del cessionario
≤ 100.000 (o diversa soglia)	NO	Italia

Riassumendo

Nei primi due casi, il cedente italiano è tenuto a **identificarsi ai fini IVA** nello Stato membro del cessionario, applicando l'imposta secondo le regole e con le aliquote vigenti in tale Stato. Tuttavia, l'art. 41 co. 1 lett. b) del DL n 331/93 qualifica tali operazioni come **cessioni intracomunitarie non imponibili** in Italia, con la conseguenza che il cedente italiano che abbia effettuato vendite a distanza oltre la soglia stabilita sarebbe tenuto a presentare il **modello INTRA-1 bis** (C.M. 23.2.94 n. 13).

Il trattamento IVA riservato alle operazioni **"in uscita"**, dunque, non risulta allineato a quello previsto per le operazioni **"in entrata"** (Ris. 25.9.2012 n. 90) e risulta in contrasto con la normativa comunitaria (art. 33 della direttiva 2006/112/CE), secondo la quale tali operazioni dovrebbero essere considerate **"cessioni interne"** nello Stato di destinazione e cessioni fuori campo IVA nello Stato di origine.

Transazioni extra-UE

Per quanto riguarda le transazioni extra UE per singola spedizione ogni paese indica una soglia sopra la quale si calcola una percentuale da pagare all'arrivo della merce in dogana straniera. Ecco qui sotto le soglie indicate con valuta straniera di valore della singola merce:

- **Australia:** 1000 AUD;
- **Canada:** 20 CAD;
- **Europa:** 22 EUR;
- **Giappone:** 130 USD;
- **Nuova Zelanda:** 308 USD (incl. trasporto);
- **Russia:** 10 000 RUB;
- **Singapore:** 307 USD;
- **Sud America:** 50 USD;
- **UK:** 15 GBP;
- **USA:** 800 USD.

La procedura di esportazione non si differenzia a seconda della natura del cliente (consumatore finale o operatore economico).

Al fine di individuare il trattamento daziario e fiscale dei prodotti nei Paesi extra-UE di destino, nonché la documentazione necessaria per la spedizione e lo sdoganamento all'arrivo a destinazione e le relative procedure, è possibile accedere al sito Market Access Database: <http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.html>.

Per il reperimento delle informazioni occorre operare come segue:

1. cliccare su *Tariffs*;
2. inserire il paese e la voce doganale dei prodotti (prime 4-6 cifre); si ricorda che le prime 6 cifre della sottovoce doganale sono comuni a tutti i paesi che hanno adottato il sistema armonizzato di classificazione e di denominazione delle merci (HS – *Harmonized System*); le ulteriori cifre, costituiscono aggiunte attuate dai singoli paesi (le quali, di conseguenza, normalmente non coincidono con la codifica UE);

3. per individuare la documentazione necessaria, cliccare su *Procedures and Formalities*;

4. cliccare sulle singole voci indicate nelle tabelle.

Accise

L'accisa è un'imposta gravante sul consumo di determinati prodotti. Le accise sono imposte specifiche, ossia sono espresse in virtù di un determinato importo calcolato su una certa quantità di prodotto. I beni sottoposti ad accisa sono soggetti a tale imposta all'atto della loro fabbricazione (o se del caso, della loro estrazione), nel territorio della comunità oppure all'atto della loro importazione nel territorio comunitario. Le accise colpiscono prodotti di largo consumo elencati nella tabella sotto. Tutti gli stati membri applicano l'accisa a tutte le 4 categorie di prodotti il cui gettito (a differenza dei dazi e dell'iva) affluisce direttamente alle loro casse.

Ecco i prodotti sottoposti all'accisa:

Prodotti energetici :

- oli greggi di petrolio e oli minerali;
- prodotti energetici diversi;
- gas naturale;

Alcole e bevande alcoliche :

- alcole etilico;
- birra;
- vino;
- bevande fermentate diverse da vino e birra;
- prodotti alcolici intermedi;

Tabacchi lavorati ;

Energia elettrica .

Per quanto riguarda, invece, le cessioni di beni sottoposti ad accisa (quali, a mero titolo esemplificativo, vino, alcolici, ecc.), si può affermare che, ai fini Iva, tali cessioni, seppur effettuate mediante l'ausilio

di strumenti online (siti vetrina), non sono riconducibili alle vendite a distanza effettuate nei confronti di soggetti non dotati di partita Iva.

La seconda considerazione doverosa in tale ultima ipotesi di vendita è che la cessione online a privati consumatori della UE dei beni soggetti ad accisa non è compito facile in Italia, in considerazione del fatto che tali operazioni sono soggette a particolari procedure, nonché adempimenti amministrativi sia ai fini Iva che per quanto riguarda l'assolvimento delle accise.

Sotto il profilo normativo Iva, per vendite di prodotti soggetti ad accisa, il luogo impositivo si desume dalle disposizioni della Direttiva 2006/112/CE (articoli 32, 33 e 34) che definiscono il presupposto territoriale delle cessioni di beni. In aderenza ai principi espressi nella citata direttiva, l'Agenzia delle Entrate, con la nota n. 20462 del 15.2.2013, ha stabilito che la territorialità di tali operazioni è subordinata al "soggetto" che esegue il trasporto dei beni in questione.

In particolare, come stabilito dall'articolo 41, comma 1, lett. b) D.L. 331/1993, per i beni soggetti ad accisa, il luogo di tassazione ai fini Iva deve sempre essere individuato nel paese di destinazione, nell'ipotesi in cui il trasporto del bene in questione sia effettuato dal fornitore ovvero per suo conto (normalmente così avviene nella vendita di beni online). Nel caso in cui, invece, il trasporto sia effettuato dal soggetto acquirente comunitario, nonché consumatore finale, tornano applicabili le regole "ordinarie" per stabilire la rilevanza territoriale dell'operazione di cessione, cui all'articolo 7-bis D.P.R. 633/1972, in base al quale l'assoggettamento ad Iva si realizza nel paese ove si trova il bene al momento della cessione (paese di origine).

Di contro:

- se la vendita dei prodotti soggetti ad accisa avviene nei confronti di un consumatore finale comunitario;
- il bene al momento della cessione si trova in territorio italiano;
- se, tuttavia, il trasporto di tale bene avviene da parte del cessionario comunitario nel proprio paese comunitario, l'operazione sarà soggetta ad Iva in Italia.

Trasporto effettuato dal cedente

La cessione è territorialmente rilevante nel paese di destinazione anche se la soglia monetaria non risulta superata (articoli 33 e 34, par. 1, lett. a, Direttiva⁴).

Trasporto effettuato dal cessionario

La cessione è territorialmente rilevante nel paese di destinazione anche se la soglia monetaria non risulta superata (articoli 33 e 34, par. 1, lett. a, Direttiva). La cessione è territorialmente rilevante nel paese di origine, vale a dire nel luogo in cui i beni si trovano nel momento di partenza del trasporto o/spedizione (articolo 32 Direttiva⁵).

Per quanto riguarda, infine, l'applicazione delle accise alle vendite online, in linea generale si fa presente che i soggetti passivi d'imposta, in qualità di cedenti di prodotti sottoposti ad accisa a clienti privati nel proprio paese, sono tenuti ad applicare i diritti di accisa secondo le aliquote valide in tale paese di origine.

Conseguentemente nel caso in cui il cedente soggetto passivo Iva italiano venda online dei prodotti soggetti ad accisa a privati di altri Paesi della UE, diversi dall'Italia, dovrà immettere in consumo tali beni, ai

⁴Si veda <https://bit.ly/2SO8rAw>.

⁵Si veda <https://bit.ly/3dj5st0>.

fini delle accise, nel singolo paese UE di consumo. In altri termini e sotto il profilo pratico, la vendita online dei prodotti soggetti ad accisa a consumatori finali (soggetti privati) di altro paese della UE, con trasferimento dei prodotti all'estero in regime sospensivo, deve essere effettuata con le seguenti modalità:

- i beni devono essere spediti ad un soggetto di altro paese della UE dotato di codice d'accisa (operante per conto terzi) e, per meglio dire, a un depositario autorizzato ovvero a un destinatario registrato UTF con codice d'accisa;
- tale soggetto provvede a ricevere i prodotti e ad immetterli in consumo (ai fini delle accise) nel paese di destinazione;
- fini Iva l'impresa italiana infine, ai deve identificarsi (mediante rappresentante fiscale ovvero identificazione diretta Iva ovvero apertura stabile organizzazione) nel paese di destinazione per assoggettare la cessione ad Iva del paese UE dove avviene la cessione.

Commercio elettronico di beni fisici diversi da quelli sottoposti ad accisa

Vendita di beni nei confronti di consumatori finali italiani Le vendite relative al commercio elettronico indiretto sono esonerate dall'obbligo di emissione della fattura, salvo che la stessa sia richiesta dal cliente non oltre il momento di effettuazione dell'operazione (art. 22, c. 1 del Dpr 633/1972), e dall'obbligo di emissione dello scontrino o della ricevuta fiscale (art. 2, c.1, lettera oo, Dpr 696/1996). In pratica, sono escluse dall'obbligo di certificazione dei corrispettivi. Sul punto la Risoluzione n. 274/E del 5 novembre 2009 afferma che "Ai fini Iva, la vendita on line di beni materiali con spedizione della merce tramite vettore o spedizioniere (c.d. commercio elettronico indiretto) è assimilabile alla vendita per corrispondenza

con conseguente esonero dall'obbligo di certificazione fiscale, fermo restando l'obbligo di registrazione dei corrispettivi ai sensi dell'art. 24 d.P.R. n. 633 del 1972".

Vendita di beni nei confronti di operatori economici di altri Paesi UE

Poiché il trattamento Iva delle operazioni dipende dallo status del soggetto acquirente (consumatore finale o operatore economico), l'impresa italiana dovrebbe prevedere nelle condizioni generali di vendita l'obbligo di correttezza da parte dell'acquirente riguardo alla comunicazione del suo status e all'indicazione del suo numero identificativo Iva, nel caso il medesimo sia un operatore economico, riservandosi la possibilità di assumere tutte le necessarie misure in caso di comportamenti dolosi o colposi (ivi compresa la possibilità di addebitare l'Iva e le eventuali sanzioni). L'ambito del rischio dovrebbe soprattutto riguardare il caso di acquirenti che comunicano, falsamente, di essere operatori economici, indicando il numero identificativo Iva di un altro soggetto realmente esistente.

Al fine di evitare tali situazioni, l'impresa italiana dovrebbe attuare un controllo dei numeri identificativi Iva comunicati dai clienti mediante l'archivio VIES stampando l'esito dell'avvenuto controllo e tenendolo agli atti. Ci si rende conto che le peculiarità del commercio elettronico rendono oltremodo difficile tale modalità di controllo, tuttavia si tratta di un aspetto che non può essere trascurato.

In base alle regole in tema di cessioni intracomunitarie di beni, l'operazione comporta i seguenti adempimenti:

- richiedere il numero di identificazione Iva al cessionario di altro paese UE, comunicandogli il proprio IT (nell'ambito del commercio elettronico tale scambio di informazioni inter-

viene all'atto della compilazione dell'ordine di acquisto);

- verificare la validità del numero comunicato dal soggetto estero mediante interrogazione a mezzo internet, accedendo all'archivio VIES tramite il sito dell'Agenzia delle Entrate: <http://www.agenziaentrate.it> [Selezionare Servizi online, Partite Iva comunitarie] stampando l'esito del controllo e tenendolo agli atti (ad esempio in allegato alla fattura emessa); poiché il controllo a mezzo internet, riguardo ad alcuni Paesi, consente di verificare solamente l'esistenza del numero identificativo Iva comunicato dal cliente estero e non la titolarità dello stesso, in tale evenienza occorre rivolgersi direttamente all'Ufficio delle Entrate che provvederà a confermare la corrispondenza tra il numero identificativo e il titolare dello stesso (articolo 50, commi 1 e 2, del DL n. 331/1993); in alternativa occorre richiedere al cliente un'attestazione rilasciata da una Pubblica Amministrazione del suo paese (ad esempio, certificato camerale);
- emettere la fattura di vendita nei confronti del cliente estero, senza applicazione dell'Iva italiana, indicando in fattura il proprio numero identificativo Iva e quello del cliente estero; in fattura viene indicata la dicitura "Operazione non imponibile articolo 41, comma 1, lettera a), del DL 331/1993"; tale fattura deve essere emessa entro il 15 del mese successivo a quello della consegna o spedizione dei prodotti;
- annotare la fattura di vendita in contabilità generale e sul registro delle fatture emesse entro la data di emissione e con riferimento al mese di consegna o spedizione dei beni;
- inviare i beni all'estero;

- reperire e tenere agli atti la documentazione atta a provare che i beni sono usciti dal territorio italiano e sono giunti al destinatario finale (cfr. Risoluzione 345/E del 28 novembre 2007, Risoluzione 477/E del 15 dicembre 2008, Risoluzione 19/E del 25 marzo 2013, Risoluzione n. 71/E del 24 luglio 2014);
- trasmettere all'Agenzia delle Dogane, in via telematica, secondo la periodicità prevista dalla legge, l'elenco delle cessioni intracomunitarie di beni (Modelli Intra-1 e Intra -1 bis).
- **Invio all'estero tramite corriere espresso:**
 - tenere agli atti la presa in carico del corriere;
 - accedere al sito del corriere e verificare, con il "tracking number", l'avvenuta consegna al cliente finale;
 - stampare l'esito dell'avvenuto controllo.
- **Trasporto diretto (con proprio mezzo) da parte del cedente o del cessionario:**
 - DDT timbrato e firmato dal cliente a destino (soluzione consigliabile).

In linea generale le prove relative all'arrivo dei beni nel paese UE di destinazione, dipendono dalle modalità di trasporto. E' possibile delineare il seguente schema di sintesi:

- **Invio all'estero tramite trasportatore ordinario:**
 - procurarsi copia dell'esemplare n. 4 del CMR firmata e timbrata dal destinatario e allegarla alla fattura di vendita (soluzione più sicura).
 - oppure, in mancanza della copia del CMR firmata e timbrata, procurarsi altra documentazione idonea a dimostrare che

le merci sono state inviate in altro paese membro (ad esempio: DDT timbrato e firmato dal cliente, dichiarazione di ricevimento merce timbrata e firmata dal cliente, trasmessi successivamente all'arrivo della merce a destino).

Vendita nei confronti di consumatori finali di Paesi extra UE

La vendita di prodotti sottoposti ad accisa non è sostanzialmente diversa rispetto a quella degli altri prodotti. In pratica, nel caso di vendita a consumatore finale di paese extra UE, con trasporto a cura o a spese del venditore italiano, valgono le seguenti regole:

1. adempimenti in partenza: procedura cessione all'esportazione:

- **ai fini Iva:** cessione all'esportazione articolo 8/1/a
- **ai fini accise** (prodotti sottoposti ad accisa): la procedura da adottare dipende dal fatto che il prodotto esca dal territorio UE da dogana italiana o da dogana di altro paese UE:
 - nel primo caso, valgono i documenti previsti per la circolazione nazionale;
 - nel secondo è necessaria l'emissione dell'e-AD o del modello MVV;

2. adempimenti in arrivo (nel paese del cliente): dipendono dalla condizione di resa della merce: normalmente DDP o DAP; nel caso di merce resa DDP, l'impresa italiana deve formulare un prezzo che tenga conto anche dello sdoganamento in arrivo e dei correlati oneri doganali e fiscali; nel caso, invece, di resa DAP, l'onere dello sdoganamento in arrivo grava sul cliente estero.

Deposito/Magazzino

Possedere un e-commerce significa anche gestire al meglio il magazzino: ci sono due modalità di gestione del magazzino: gestione diretta o indiretta.

Gestione diretta: un magazzino fisico ha dei costi non indifferenti, perchè è necessario acquistare o prendere in affitto un immobile e far fronte alle spese legate alle utenze fisse.

Dropshipping: gestione indiretta del magazzino senza uno spazio fisico di stoccaggio. In pratica i prodotti sono stoccati nello spazio di chi li produce o li commercia all'ingrosso a livello internazionale. In questo modo non ci sono i costi di gestione del magazzino, ma si incassa per gli acquisti fatti dagli utenti, pagando il fornitore che invia la merce al cliente finale.

Quindi, se da una parte il magazzino ha costi alti di gestione, dall'altra il dropshipping non dà controllo sulla disponibilità della merce.

Deposito nella UE

Parlando di e-commerce, l'impresa italiana deve stipulare un contratto di deposito con un operatore logistico del paese estero ed aprire una posizione Iva nel paese estero al fine di gestire l'acquisto intracomunitario della merce e le cessioni interne a tale paese.

La merce viene inviata dall'impresa italiana al deposito estero con emissione di fattura, al costo, per operazione di trasferimento di stock, non imponibile articolo 41/2/c), del DI n. 331/1993.

Al riguardo, si ricorda che l'articolo 76 della Direttiva 2006/112/CE afferma che per le cessioni di beni consistenti in trasferimenti a destinazione di un altro Stato membro, la base imponibile è costituita dal prezzo di acquisto dei beni o di beni simili, o, in mancanza del prezzo di acquisto, dal prezzo di co-

sto, determinati nel momento in cui si effettuano tali operazioni.

Deposito Extra-UE

Nei rapporti con paesi extra UE, la disponibilità di un deposito di merce in loco, per l'impresa italiana può consentire notevoli economie di spesa in tema di operazioni doganali: anziché dichiarare in dogana ogni singola cessione, è possibile limitare le dichiarazioni doganali in ragione dei rifornimenti del deposito.

Occorre ricordare che nei Paesi che adottano il modello ONU di convenzione contro la doppia imposizione (in genere, Paesi in via di sviluppo) un deposito di pura consegna della merce può costituire stabile organizzazione.

Nei Paesi dove esiste un'imposta del tipo Iva la soluzione in argomento comporta normalmente la registrazione, ai fini fiscali, dell'impresa italiana in loco. L'invio della merce dall'Italia al deposito estero comporta l'espletamento di formalità doganali (di esportazione definitiva dall'Italia e di importazione definitiva nel paese estero), in base a fattura proforma o lista valorizzata. La successiva vendita della merce (a mezzo del internet dell'impresa italiana) costituisce, sotto il profilo dell'Iva italiana, un'operazione non soggetta ai sensi dell'articolo 7-bis del Dpr n. 633/1972, con obbligo di fatturazione ai sensi dell'articolo 21, comma 6-bis, del Dpr n. 633/1972.

Sotto il profilo dell'Iva del paese estero, invece, costituisce un'operazione interna a tale paese. Occorre coniugare in modo idoneo le due normative. Nel caso di operazioni di importo superiore a 77.47 euro riguardo alla fattura è dovuta l'imposta di bollo da 2 euro.

Barriere e restrizioni

Anche per i prodotti che circolano nel territorio europeo ed extra UE è necessario poter ricavare informazioni di accessibilità accurate e aggiornate per singolo prodotto e per singolo paese. Ogni paese può indicare delle restrizioni particolari in termini di quantità, documenti e certificati vari per poter permettere la circolazione di un particolare prodotto sul territorio. In base al tipo di prodotto si può incorrere al pagamento di barriere tariffarie alla dogana del paese estero di destinazione. Per facilitare la circolazione dei beni è opportuno venire a conoscenza di tali informazioni anticipatamente.

Il servizio **IMA-Help Desk** di ExportPlanning (<https://www.exportplanning.com/pages/ima-report/#/it>) offre questo tipo di servizio in modo da poter disporre di tutte le informazioni necessarie in chiave accessibilità paese per ciascuna tipologia di prodotto.