



CONFINDUSTRIA

Proposte di Direttiva UE sulla vendita online di contenuti digitali e beni materiali

Lente sull'UE n. 41

Dicembre 2015

Premessa

Il 9 dicembre 2015, la Commissione europea ha pubblicato le prime due proposte legislative nell'ambito della Strategia UE per il Mercato Unico Digitale:

- Una proposta di Direttiva sulla fornitura *online* di contenuti digitali (ad esempio la musica in streaming);
- Una proposta di Direttiva sulla vendita *online* o a distanza di beni materiali (ad esempio l'acquisto di abbigliamento online).

Le due proposte legislative seguono una fitta agenda di consultazioni che la Commissione ha lanciato già durante l'estate scorsa e il cd *fitness check* delle precedenti proposte legislative (*l'European Common Sales Law*, già ritirata, e la Direttiva sulla vendita online del 1999 che sarà abrogata dalle nuove proposte).

Obiettivo delle Proposte

Secondo la Commissione europea, l'obiettivo delle due proposte è cercare di fornire una risposta ai principali ostacoli al commercio elettronico transfrontaliero nell'UE: la frammentazione giuridica nel settore del diritto contrattuale dei consumatori, che genera alti costi per le imprese – soprattutto per le PMI – e la scarsa fiducia dei consumatori nell'utilizzo dell'e-commerce transfrontaliero.

La Commissione intende definire un set normativo unico e armonizzato nei contratti *business-to-consumer*, vero pilastro della Strategia per il Mercato Unico Digitale.

Come detto, le due proposte legislative si propongono anche di aumentare la certezza giuridica per i consumatori e le imprese, riducendo, per quest'ultime, i costi derivanti dalla frammentazione normativo-contrattuale presente in Europa. Almeno il 39% delle imprese che vendono online ha infatti dichiarato di ritenere il problema della frammentazione normativa uno dei veri ostacoli alla vendita online, e che ciò vale soprattutto per i rimedi in caso di prodotto difettoso. Le normative contrattuali nazionali hanno del resto creato importanti costi per tutti quei soggetti che vendono online (si stimano 4 miliardi di €), e si comprende bene come questi costi gravino di più sulle piccole e medie imprese che si affacciano al mondo dell'e-commerce.

Secondo la Commissione, le proposte mirano anche a creare un ambiente favorevole alle imprese e rendere più facile, soprattutto per le PMI, la vendita online dei loro prodotti o servizi. La vera sfida di queste proposte legislative è proprio raggiungere un adeguato grado di certezza del diritto, evitando costi superflui dovuti ai differenti sistemi normativi nazionali.

Contenuto delle proposte

Proposta di Direttiva su alcuni aspetti contrattuali per la vendita di contenuti digitali

La proposta di Direttiva in esame prevede norme in materia di conformità del contenuto digitale, i rimedi a disposizione dei consumatori in caso di difetto di conformità dei contenuti digitali, così come alcuni aspetti del diritto di rescissione dei contratti di lungo periodo e la modifica dei contenuti digitali (art. 1).

Dopo aver stabilito le definizioni giuridiche rilevanti ai fini della Direttiva (art. 2), il testo esamina l'ambito di applicazione della Direttiva stabilendo che lo scopo è limitato solo alle transizioni *business-to-consumer* (art.3). Le relazioni B2B, soprattutto per le necessità specifiche delle PMI, verranno esaminate, sempre nell'ambito della Strategia per il mercato unico digitale, nelle prossime proposte legislative della Commissione europea. L'art. 3 chiarisce inoltre che le disposizioni della Direttiva non pregiudicano le norme sulla protezione dei dati personali. Infine, viene anche chiarito che la Direttiva non incide sulle legislazioni nazionali quali quelle che prevedono obblighi per i consumatori rispetto ai fornitori di contenuti digitali o che disciplinano la formazione o la validità dei contratti.

Mentre l'art. 4 stabilisce la relazione normativo-giuridica tra le disposizioni dell'Unione e le norme nazionali, chiarendo che il testo ha una funzione di armonizzazione del diritto, la disposizione successiva (art. 5) chiarisce le modalità e tempi di fornitura di contenuto digitale: il contenuto digitale deve essere fornito immediatamente, a meno che le parti non decidano diversamente.

Le seconda parte della Direttiva esamina invece i criteri per verificare la conformità del prodotto e l'eventuale difetto di conformità del prodotto (art. 6 e 7).

Una disposizione molto importante riguarda l'onere della prova per i difetti di conformità, che in questa proposta viene ribaltato a favore del consumatore. Il fornitore del servizio dovrà infatti dimostrare che eventuali difetti di integrazione del servizio digitale dipendono dall'hardware o dall'ambiente *software* del consumatore. Tale onere non è limitato nel tempo ma pone sul consumatore l'obbligo di cooperare con il fornitore. Tali obblighi rimangono vincolanti anche nel caso di servizi forniti durante un arco di tempo, all'interno del quale il fornitore rimane responsabile (art. 10).

Il congiunto degli articoli 11, 12, 13 e 14 regola invece i rimedi e i diritti di risarcimento a favore del consumatore rispetto ai difetti di conformità del servizio digitale. In particolare, si prevede il diritto di recesso dal contratto (art. 11), la lista dei rimedi disponibili al consumatore (art. 12) e il risarcimento del danno (art. 13 e 14). Infine l'art. 16 stabilisce le condizioni di recesso dai contratti a tempo indeterminato.

Proposta di Direttiva relativa alla vendita di beni online

Le seconda proposta di Direttiva pubblicata nell'ambito della Strategia per il Mercato Unico Digitale prende in considerazione la vendita di beni online. La maggior parte delle nuove norme prende spunto dalla Direttiva 1999/44/EC o dalla proposta di Regolamento su una normativa comune in tema di vendite (proposta ritirata in fase di fitness-check).

La proposta di Direttiva si apre con la definizione e il campo di applicazione (art. 1) da cui rimane escluso l'area B2B. la norma chiarisce che il campo di applicazione della Direttiva è ristretto a beni come elettrodomestici o giocattoli in cui è incorporato il contenuto digitale, le cui funzioni operano come parte integrante dei beni.

Il testo della Direttiva prosegue con l'esame dei profili di conformità del prodotto (art. 4), dei criteri oggettivi per valutarla (art. 5), della fattispecie in cui la non conformità del prodotto derivi da un'errata installazione, stabilendo, in quest'ultimo caso, la responsabilità del produttore (art. 6). Gli art. 7, 8, 9 e 10 stabiliscono invece i rimedi cui il consumatore può adire in caso di non conformità del prodotto. In particolare, l'art. 9 stabilisce un meccanismo basato su due livelli: in primo luogo il consumatore ha diritto a chiedere la riparazione del prodotto, ove ciò non fosse possibile il consumatore potrà chiedere una riduzione del prezzo (le linee guida per la riduzione del prezzo sono stabilite nell'art. 12) o la risoluzione del contratto (i dettagli su tale possibilità sono regolati dall'art. 13)

In conclusione, le norme stabilite dalla presente Direttiva sono largamente ispirate al precedente provvedimento (Direttiva 1999/44/EC), soprattutto per quello che riguarda i difetti di conformità del prodotto.

Valutazione preliminare di BusinessEurope su alcuni aspetti specifici delle proposte:

BusinessEurope accoglie con favore le due proposte legislative. In particolare sottolinea che:

- Entrambe le proposte legislative soddisfano la richiesta del settore industriale di creare un unico (e completamente armonizzato) sistema normativo per i rapporti tra imprese e consumatori nell'UE. Si tratta della strada più corretta per realizzare un vero mercato unico digitale.
- I contratti *Business-to-business* restano fuori dallo scopo delle due proposte legislative.

- La proposta legislativa sui contenuti digitali potrà affrontare per tempo la crescente tendenza da parte degli Stati membri a legiferare su base nazionale in materia di contratti su contenuti digitali.
- La proposta sui beni materiali, infine, prevede un livello accettabile di tutela (ad esempio il termine di due anni per il periodo legale di garanzia, mantenendo la facoltà per il venditore di trovare il rimedio più appropriato).

Ciononostante, continuano a persistere alcuni profili di criticità:

- L'estensione del campo di applicazione della proposta sui contenuti digitali fino a ricomprendere quelli "liberi", rischia di portare una legislazione eccessivamente restrittiva della creatività digitale. Il Regno Unito, ad esempio, è uno dei pochi sistemi giuridici nazionali che regolando la vendita dei contenuti digitali, ha scelto di lasciare quelli gratuiti fuori dallo scopo della sua legislazione nazionale.
- Potrebbe essere problematico limitare le nuove norme in materia di beni materiali (solo) alle vendite online, in quanto potrebbe portare alla costituzione di diversi standard contrattuali ingiustificati a seconda del canale di vendita scelto.
- L'estensione dell'inversione dell'onere della prova dei prodotti difettosi sul commerciante (oltre i 2 anni) costruisce un sistema eccessivamente squilibrato a sfavore del venditore stesso. Fino ad oggi, il sistema prevedeva che dopo i primi sei mesi fosse il consumatore a dovere provare la non conformità del prodotto.

Per maggiori informazioni:

Matteo Borsani: m.borsani@confindustria.eu
Cinzia Guido: c.guido@confindustria.eu