



Portale PMI

"La nuova "legge del bottone" in Germania concerne anche degli e-commerce svizzeri"

La Germania ha appena introdotto una legge sulla presentazione dei siti di e-commerce. Quali sono le conseguenze per i negozi online svizzeri che puntano al mercato tedesco? Spiegazioni di Lukas Bühlmann, avvocato specializzato nel commercio elettronico.

Si tratta di una tappa fondamentale per il commercio elettronico in Germania: una nuova legge regola in maniera esplicita la presentazione del processo di comanda sui siti internet di vendite. In particolare fornisce indicazioni chiare rispetto alla denominazione del tasto sul quale i clienti devono cliccare per concludere l'acquisto. Entrata in vigore il 1° agosto 2012, questa "legge del bottone" concerne anche i siti di vendita svizzeri che puntano sul mercato germanico, spiega Lukas Bühlmann, fondatore di Bühlmann Rechtsanwälte a Zurigo. Questo avvocato specializzato nel commercio elettronico consiglia alcune tra le più importanti imprese di vendita online in Svizzera e all'estero su questioni giuridiche inerenti la protezione dei dati, la pubblicità, la distribuzione ed anche il rispetto delle diverse obbligazioni legali nel settore della vendita online.

I tedeschi hanno messo in vigore la "legge del bottone" il 1° agosto 2012. Perché hanno cambiato la loro legislazione?

Lukas Bühlmann: Tra i tanti motivi vi è anche il famoso problema degli abbonamenti che ha spinto il legislatore tedesco a prendere delle misure supplementari per proteggere i consumatori su internet. Certi siti incitano infatti ad abbonarsi ad un servizio, dissimulando il fatto che si tratta di un abbonamento e non di una prestazione puntuale. Una volta concluso il contratto, gli internauti si rendono conto delle modalità d'abbonamento e credono di dover far fronte alle spese mensili su lunga durata. Spesso non sanno che questi contratti non sono, nella maggior parte dei casi, conclusi in maniera vera e propria. Caduti in trappola, essi continuano a pagare. Questo problema coinvolge soprattutto i giovani in Germania ed altrove, ad esempio su siti che propongono suonerie per telefoni cellulari.

In cosa consiste esattamente la nuova legge?

Bühlmann: Il punto più controverso concerne la denominazione del bottone sul quale il consumatore clicca per trasmettere la domanda. La nuova legge fornisce l'esempio "ordinare con obbligo di pagamento" come espressione valida. I termini "continuare", "ordinare" o "inviare l'ordine", pur se ancora molto frequenti sul web, sono ormai vietati sui siti di vendita in Germania. Inoltre, la nuova regolamentazione indica tutta una serie d'informazioni che devono apparire sulla pagina dove si trova il bottone di ordinazione, come il prezzo totale e quello degli articoli individuali, ma anche le principali caratteristiche di questi prodotti. Quest'ultimo punto in particolare potrebbe porre dei problemi nel contesto del commercio mobile, dove è più difficile mostrare tutte le informazioni su un'unica pagina. Lo scopo della nuova legge è di informare il consumatore in modo che si renda conto di tutti i prodotti ed i servizi ordinati e del suo obbligo di pagamento.

Perché un negozio online svizzero dovrebbe rispettare la legislazione tedesca?

Bühlmann: Ogni impresa di e-commerce che punta al mercato tedesco deve rispettarla. Si tratta di un principio di diritto internazionale privato valido ovunque in Europa: le imprese che puntano ad un determinato mercato devono sempre conformarsi al diritto locale se si rivolgono a dei consumatori. Ciononostante, il termine "puntare" va interpretato. Non si può dire che un sito che realizza una piccola parte della propria cifra d'affari in Germania e che non fa nulla per incrementarla "punti" a questo mercato da un punto di vista giuridico. Sembra però evidente che un sito disponibile in lingua tedesca, che fa pubblicità in Germania, con prezzi indicati in euro, punti a questo mercato.

I siti svizzeri seri non rispettano già quanto previsto dalla legge tedesca?

Bühlmann: Molti siti svizzeri non rispettano probabilmente uno e l'altro dei nuovi criteri.

Ciononostante, la maggior parte dei negozi online svizzeri seri ha già configurato i processi d'ordinazione in modo da fornire tutte le informazioni necessarie al cliente. A mio avviso, la regolamentazione tedesca, molto dettagliata, è troppo rigida. Ma tutte le imprese che puntano al mercato tedesco devono ormai passare in rassegna la loro piattaforma per verificare che tutto sia in regola.

Quali rischi corre un e-commerce attivo in Germania irrispettoso delle leggi locali?

Bühlmann: Questo potrebbe avere conseguenze molto importanti. Nel caso in cui la denominazione del bottone non rispetti la legge, il legislatore tedesco ha previsto l'annullamento del contratto di vendita. In altri termini, si considera che il contratto non sia mai stato concluso in maniera valida. Così, i clienti potrebbero ad esempio rispedire il prodotto ordinato molto tempo dopo l'acquisto e richiederne il rimborso. Un altro rischio è che un'impresa tedesca faccia causa ad un sito svizzero per concorrenza sleale in quanto la regolamentazione locale non viene rispettata. Il caso sarebbe in seguito giudicato da un tribunale tedesco ed applicato in Svizzera. Questo rischio è inaccettabile per un'impresa che realizza una parte cospicua della propria cifra d'affari in Germania.

La forza del franco probabilmente non incoraggia i tedeschi a fare i loro acquisti sui siti svizzeri. Il commercio via internet tra la Germania e la Svizzera è importante?

Bühlmann: La forza del franco complica in effetti il commercio con la Germania. Ma il mercato tedesco, anche solo per la sua grandezza, rappresenta un enorme potenziale per i negozi online elvetici, in particolare quelli con sede nella Svizzera tedesca che sono già in lingua tedesca. Molte imprese svizzere di e-commerce cercano di lanciarsi dopo aver avuto un certo successo in Svizzera. Si tratta di una tappa fondamentale per loro in quanto non è sempre facile far transitare dei prodotti attraverso le frontiere da un punto di vista legale e logistico. Al contrario, si osservano attualmente molti siti tedeschi che si lanciano sul mercato svizzero, approfittando dei tassi di cambio favorevoli.

[Ritorna alla rubrica 2012](#)

Ultimo aggiornamento: 15.08.2012

Portale PMI

[Contatto](#) | [Basi legali](#)

<http://www.kmu.admin.ch/aktuell/00524/02440/02785/index.html?lang=it>