

Siti e-commerce - Linea guida per le recensioni dei consumatori sull'esperienza di acquisto online

E-commerce websites - Guideline for consumer reviews on online buying experience

La presente prassi di riferimento fornisce i criteri e il relativo esempio di valutazione per recensire le esperienze di acquisto online effettuate dai consumatori.

Publicata il 13 dicembre 2017

ICS 03.080.30



© UNI
Via Sannio 2 – 20137 Milano
Telefono 02 700241
www.uni.com – uni@uni.com

Tutti i diritti sono riservati.

I contenuti possono essere riprodotti o diffusi (anche integralmente) a condizione che ne venga data comunicazione all'editore e sia citata la fonte.

Documento distribuito gratuitamente da UNI.

PREMESSA

La presente prassi di riferimento UNI/PdR 34:2017 non è una norma nazionale, ma è un documento pubblicato da UNI, come previsto dal Regolamento UE n.1025/2012, che raccoglie prescrizioni relative a prassi condivise all'interno del seguente soggetto firmatario di un accordo di collaborazione con UNI:

Casa del Consumatore

Via Bobbio, 6
20144 Milano

La presente prassi di riferimento è stata elaborata dal Tavolo “Recensioni consumatori siti e-commerce” condotto da UNI, costituito dai seguenti esperti:

Susanna Bianchi – Project Leader (Studio legale avv. Bianchi)

Roberto Brunelli (Assoutenti)

Valentina Danza (Codacons Lombardia)

Giovanni Ferrari (Casa del Consumatore)

Elisabetta Procopio (Casa del Consumatore)

Davide Zanon (Codici Lombardia)

Monica Valente (Altroconsumo)

La presente prassi di riferimento è stata ratificata dal Presidente dell'UNI il 12 dicembre 2017.

Le prassi di riferimento, adottate esclusivamente in ambito nazionale, rientrano fra i “prodotti della normazione europea”, come previsti dal Regolamento UE n.1025/2012, e sono documenti che introducono prescrizioni tecniche, elaborati sulla base di un rapido processo ristretto ai soli autori, sotto la conduzione operativa di UNI.

Le prassi di riferimento sono disponibili per un periodo non superiore a 5 anni, tempo massimo dalla loro pubblicazione entro il quale possono essere trasformate in un documento normativo (UNI, UNI/TS, UNI/TR) oppure devono essere ritirate.

Chiunque ritenesse, a seguito dell'applicazione della presente prassi di riferimento, di poter fornire suggerimenti per un suo miglioramento è pregato di inviare i propri contributi all'UNI, Ente Nazionale Italiano di Unificazione, che li terrà in considerazione.

SOMMARIO

INTRODUZIONE	3
1 SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE	5
2 RIFERIMENTI NORMATIVI E LEGISLATIVI.....	5
3 TERMINI E DEFINIZIONI	5
4 PRINCIPIO	6
5 FASI DELL'ESPERIENZA DI ACQUISTO ONLINE.....	7
5.1 GENERALITÀ	7
5.2 FASE 1 - PRIMA DELL'ACQUISTO.....	7
5.3 FASE 2 - DURANTE L'ACQUISTO	9
5.4 FASE 3 - DOPO L' ACQUISTO	9
6 CRITERI PER RECENSIRE LE ESPERIENZE DI ACQUISTO ONLINE.....	10
6.1 ELEMENTI COSTITUENTI L'ESEMPIO DI VALUTAZIONE	10
6.1.1 ELEMENTI DELLA FASE 1 (PRIMA DELL'ACQUISTO)	10
6.1.2 ELEMENTI DELLA FASE 2 (DURANTE L'ACQUISTO)	12
6.1.3 ELEMENTI DELLA FASE 3 (DOPO L'ACQUISTO)	12
6.2 ESEMPIO DI TABELLA PER LA VALUTAZIONE DELL'ESPERIENZA DI ACQUISTO ONLINE.....	14
APPENDICE A - PROGETTO "CONSUMATORE.NET: OPPORTUNITÀ E RISCHI ONLINE"	16
A.1 GENERALITÀ	16
A.2 ANALISI STATICA.....	16
A.3 ANALISI DINAMICA	17
A.4 ESITI DEL PROGETTO	17

INTRODUZIONE

La presente prassi di riferimento nasce dall'esperienza derivante dal progetto "*Consumatore.net: opportunità e rischi online*", sviluppato nell'ambito del Programma Generale di intervento 2016 della Regione Lombardia, finanziato tramite i fondi del Ministero dello Sviluppo Economico.

La capofila del progetto è l'associazione di consumatori CASA DEL CONSUMATORE Lombardia, affiancata da CODICI Lombardia, CODACONS Lombardia, ASSOUTENTI Lombardia e ALTROCONSUMO Lombardia.

"*Consumatore.net: opportunità e rischi online*" intende favorire il dialogo e la fiducia dei consumatori nei confronti delle imprese operanti nel settore delle vendite *online* di beni e servizi.

Nell'ambito di tale progetto è stato previsto l'aggiornamento e lo sviluppo del portale dedicato ai consumatori www.shoppingverify.com che, oltre ad essere uno strumento di informazione a tutela dei consumatori, è un sito di recensioni attraverso il quale i consumatori condividono le proprie esperienze di acquisto online.

Sfruttando l'esperienza e le informazioni raccolte è stato possibile effettuare una più approfondita analisi dei criteri di riferimento per effettuare la valutazione delle esperienze di acquisto sui siti web di commercio elettronico, un fenomeno sempre più di successo.

Nello specifico è stato condotto in via sperimentale un processo di verifica, indipendente e documentato, nei confronti di un campione di siti web attivi nella vendita online per raccogliere evidenze da valutare con obiettività ai fini dell'elaborazione della presente prassi di riferimento.

È stata dunque fotografata la situazione di tali siti di e-commerce valutando gli elementi per la tutela dei diritti degli acquirenti-consumatori con l'obiettivo di individuare le criticità presenti e gli indicatori di buone prassi adottati.

Oggetto dell'indagine sono state imprese lombarde attive nel campo del commercio elettronico di vendita di beni e servizi dei seguenti settori: abbigliamento, calzature e accessori, cibo e bevande, casa e giardino, cibi e articoli per animali, giochi, hobby, idee regalo, salute e bellezza, tecnologia ed elettrodomestici.

Partendo dalla normativa vigente in materia di diritto del commercio elettronico e tutela dei diritti dei consumatori è stato verificato:

- il contenuto delle informazioni di carattere precontrattuale presenti sulle pagine web dei siti presi a campione;
- l'intero processo di acquisto sul web, mediante la conclusione in via sperimentale di contratti a distanza;
- l'istituto del diritto di recesso che riveste un ruolo preminente nel commercio elettronico b2c (business to consumer).

UNI/PdR 34:2017

A tale scopo, si è proceduto, nel corso del processo di verifica condotto dall'associazione CASA DEL CONSUMATORE, ad esercitare in via sperimentale una serie di recesso dai contratti di acquisto conclusi online.

La metodologia di indagine ed i risultati del progetto Consumatore.net, così come illustrati nell'Appendice A, sono stati la base dalla quale si è partiti per l'elaborazione della presente prassi di riferimento.

1 SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE

La presente prassi di riferimento fornisce i criteri e il relativo esempio di valutazione per recensire le esperienze di acquisto online effettuate dai consumatori.

NOTA I contratti di commercio elettronico considerati nella presente prassi rientrano nel campo di applicazione del Decreto Legislativo 6.09.2005, n. 206 “Codice del Consumo”, sezioni da I a IV del capo I.

2 RIFERIMENTI NORMATIVI E LEGISLATIVI

La presente prassi di riferimento rimanda, mediante riferimenti datati e non, a disposizioni contenute in altre pubblicazioni. Tali riferimenti normativi e legislativi sono citati nei punti appropriati del testo e sono di seguito elencati. Per quanto riguarda i riferimenti datati, successive modifiche o revisioni apportate a dette pubblicazioni valgono unicamente se introdotte nel presente documento come aggiornamento o revisione. Per i riferimenti non datati vale l'ultima edizione della pubblicazione alla quale si fa riferimento.

Decreto Legislativo 6.09.2005, n. 206 e successive modifiche, “*Codice del Consumo*”

Decreto Legislativo 9.04.2003, n. 70 di attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico e successive modifiche, “*Decreto sul commercio elettronico*”

ISO/DIS 20488:2017 Online consumer reviews - Principles and requirements for their collection, moderation and publication

3 TERMINI E DEFINIZIONI

Ai fini del presente documento valgono i termini e le definizioni seguenti:

3.1 consumatore o utente: Persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta.

NOTA Definizione tratta dall'art. 3, lettera a) e dall'art. 45, lettera a), DLT 6.09.2005, n. 206 “Codice del Consumo”.

3.2 venditore online: Persona fisica o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale, ovvero un suo intermediario.

NOTA Definizione tratta dall'art. 3, lettera c) e dall'art. 45, lettera b), DLT 6.09.2005, n. 206 “Codice del Consumo”, nel quale viene utilizzato il termine «professionista» che, per la presente prassi di riferimento risulta essere troppo generico.

3.3 contratto a distanza: Qualsiasi contratto concluso tra il venditore online e il consumatore nel quadro di un regime organizzato di vendita o di prestazione di servizi a distanza senza la presenza fisica e simultanea del venditore online e del consumatore, mediante l'uso esclusivo di uno o più mezzi di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso.

NOTA Definizione tratta dall'art. 45, lettera g), DLT 6.09.2005, n. 206 "Codice del Consumo".

3.4 contratto di vendita: Qualsiasi contratto in base al quale il venditore online trasferisce o si impegna a trasferire la proprietà di beni al consumatore e il consumatore ne paga o si impegna a pagarne il prezzo, inclusi i contratti che hanno come oggetto sia beni che servizi.

NOTA Definizione tratta dall'art. 45, lettera e), DLT 6.09.2005, n. 206 "Codice del Consumo".

3.5 contratto di servizi: Qualsiasi contratto diverso da un contratto di vendita in base al quale il venditore online fornisce o si impegna a fornire un servizio al consumatore e il consumatore paga o si impegna a pagarne il prezzo.

NOTA Definizione tratta dall'art. 45, lettera f), DLT 6.09.2005, n. 206 "Codice del Consumo".

3.6 bene: Qualsiasi bene mobile materiale ad esclusione dei beni oggetto di vendita forzata o comunque venduti secondo altre modalità dalle autorità giudiziarie; rientrano nella definizione di bene l'acqua, il gas e l'elettricità, quando sono messi in vendita in un volume delimitato o in quantità determinata.

NOTA Definizione tratta dall'art. 45, lettera c), DLT 6.09.2005, n. 206 "Codice del Consumo".

3.7 recensione: Insieme di informazioni rese pubblicamente disponibili da un consumatore circa uno specifico prodotto o servizio, offerto o venduto, da un fornitore.

NOTA Definizione tratta dal punto 3.4 dell'ISO/DIS 20488:2017 - Online consumer reviews - Principles and requirements for their collection, moderation and publication.

4 PRINCIPIO

Ai fini del presente documento, le fasi dell'esperienza di acquisto online sono state raggruppate secondo macro-aree temporali in base alla sequenza con la quale si pongono in essere: la fase che precede l'acquisto, la fase durante la quale si perfeziona l'acquisto, la fase successiva all'acquisto.

Per esperienza di acquisto online si intende l'insieme delle fasi indicate qui di seguito che caratterizzano il processo di acquisto nelle quali l'utente/consumatore è coinvolto:

Fase 1: prima dell'acquisto

Fase 2: durante l'acquisto

Fase 3: dopo l'acquisto

Individuate queste tre fasi, comuni a tutte le esperienze di acquisto online, la PdR fornisce i criteri per recensire le esperienze di acquisto online organizzati in modo tale che il consumatore sia chiamato, al momento della recensione, ad esprimere almeno uno specifico giudizio su ciascuna delle fasi. Questo sistema di valutazione, a differenza dei sistemi fondati su un unico giudizio complessivo, aumenta la consapevolezza ed attenzione del recensore sui diversi aspetti e regole dell'acquisto e fornisce elementi di valutazione utili e puntuali agli altri consumatori, con i quali viene condivisa l'esperienza.

Il fatto, inoltre, che il consumatore sia invitato ad esprimere giudizi non meramente soggettivi, ma fondati sulla valutazione del processo di acquisto, del suo risultato e del rispetto della normativa di settore da parte del venditore online, favorisce il raggiungimento dell'obiettivo di recensioni oggettive e maggiormente affidabili.

Sotto quest'ultimo profilo, si evidenzia che risultano più attendibili sistemi informatici di raccolta delle recensioni che consentano di individuare le recensioni che provengono da effettivi acquirenti, come raccomandato dall'ISO/DIS 20488 in corso di elaborazione. Del pari, è opportuno che il soggetto che si occupa della raccolta e moderazione delle recensioni garantisca ai consumatori il rispetto di principi di obiettività e terzietà, non traendo, ad esempio, maggior profitto in caso di recensioni positive.

Infine, il documento riporta nell'Appendice A la metodologia applicata nel corso del progetto "*Consumatore.net: opportunità e rischi on line*" che ha consentito di fornire un'istantanea sull'indagine svolta su un campione di aziende lombarde operanti nel settore dell'e-commerce, nell'ottica di tutelare i diritti degli utenti/consumatori e con l'obiettivo di individuare criticità e buone pratiche in essere.

5 FASI DELL'ESPERIENZA DI ACQUISTO ONLINE

5.1 GENERALITÀ

L'esperienza di acquisto online di un consumatore è caratterizzata da tre fasi temporali in base alle quali si sono sviluppati i criteri di valutazione indicati al punto 6.

Di seguito sono specificate sia le fasi temporali, (Fase 1 - Prima dell'acquisto; Fase 2 - Durante l'acquisto; Fase 3 - Dopo l'acquisto) sia gli obblighi, del venditore online nei confronti del consumatore, definiti dalla vigente normativa di settore.

5.2 FASE 1 - PRIMA DELL'ACQUISTO

La fase che precede l'acquisto è caratterizzata dalla messa a disposizione delle informazioni obbligatorie da parte del venditore online al potenziale consumatore/acquirente che si appropria al sito web con l'intenzione di acquistare un bene o un servizio.

Le informazioni che il venditore online deve fornire sono di tre tipologie:

- informazioni precontrattuali;
- informazioni generali;
- informazioni dirette alla conclusione del contratto.

Nella contrattazione a distanza in forma telematica è accentuata la posizione di debolezza del consumatore, il quale si trova nell'impossibilità di visionare il bene o il servizio offerto e di valutarne le caratteristiche e le qualità.

Tale analisi è possibile solo in un momento successivo all'acquisto e potrebbe non incontrare le aspettative del consumatore.

È quindi importante garantire che il consumatore sia in grado di leggere e comprendere nella loro interezza i principali elementi del contratto a distanza prima di inoltrare l'ordine di acquisto.

Per supplire a tale situazione il legislatore nazionale, recependo le regole formulate dal legislatore comunitario, ha predisposto un articolato sistema di tutele, basato sulla previsione di puntuali obblighi informativi che gravano sul venditore online.

Vi sono innanzitutto gli obblighi di informazione precontrattuale di cui alla [normativa vigente](#) che il venditore online deve fornire al consumatore, in modo chiaro e comprensibile, prima che quest'ultimo inoltri l'ordine di acquisto.

Tali obblighi riguardano in primo luogo le informazioni circa l'identità del venditore online, compreso l'indirizzo geografico ove questi è stabilito ed i suoi contatti, le caratteristiche principali dei beni o servizi offerti, l'indicazione esaustiva del prezzo totale dei beni e dei servizi, le modalità di pagamento, di consegna e di esecuzione, tutte le informazioni sul diritto di recesso (condizioni, termini, procedure), sulle garanzie legali (garanzia legale di conformità per i beni) e sulle garanzie commerciali eventualmente offerte.

A tali obblighi precontrattuali, si aggiungono inoltre le "[informazioni generali obbligatorie](#)" da intendersi come l'insieme di quelle informazioni di carattere generale che il venditore online deve rendere accessibili in modo diretto e permanente sul sito.

Vi sono infine le "[informazioni dirette alla conclusione del contratto](#)" come ad esempio, le informazioni sulle varie fasi tecniche da seguire per la conclusione del contratto, ovvero le informazioni sui mezzi tecnici messi a disposizione del destinatario per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati prima di inoltrare l'ordine al venditore online e l'indicazione delle lingue messe a disposizione per concludere il contratto.

A titolo esemplificativo, in considerazione del contenuto dei principali obblighi di informazione precontrattuale, il venditore online deve dare evidenza sul sito delle informazioni di seguito riepilogate:

- le caratteristiche principali dei beni o servizi;
- l'identità del venditore online (nome, denominazione o ragione sociale, numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche - REA - o al registro delle imprese, numero di partita iva o altro numero di identificazione considerato equivalente dallo stato membro come il codice fiscale) e la propria sede legale (indirizzo geografico dove è stabilito);
- gli estremi che permettono di contattare rapidamente il venditore online e comunicare con lo stesso, es. numero di telefono e indirizzo di posta elettronica;
- il prezzo totale dei beni o 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 con tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna ed ogni altro costo, e comunque l'indicazione che queste potranno essere addebitate al consumatore;
- le modalità di pagamento, consegna ed esecuzione; la data entro la quale il venditore online si impegna a consegnare i beni o a prestare i servizi e, se del caso, il trattamento dei reclami da parte del venditore online;

- in caso di sussistenza di un diritto di recesso, le condizioni, i termini e le procedure per esercitare tale diritto in conformità alle disposizioni di legge, nonché il modulo tipo europeo di recesso;
- qualora non sia previsto un diritto di recesso, l'informazione che il consumatore non ne beneficerà;
- un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformità per i beni;
- l'esistenza e le condizioni dell'assistenza post-vendita, dei servizi post-vendita e delle eventuali garanzie commerciali;
- l'indicazione di eventuali strumenti di composizione delle controversie cui il venditore online è soggetto.

5.3 FASE 2 - DURANTE L'ACQUISTO

Il perfezionamento dell'acquisto comprende due azioni: quella di invio dell'ordine di acquisto da parte del consumatore e quella di conferma da parte del venditore online.

La normativa sul commercio elettronico impone all'operatore del web di accusare, senza ingiustificato ritardo e per via telematica, la ricevuta dell'ordine di acquisto contenente gli elementi principali del contratto, tra cui, a titolo esemplificativo, il riepilogo delle condizioni generali e particolari applicabili al contratto, le informazioni relative alle caratteristiche essenziali del bene o del servizio e l'indicazione dettagliata del prezzo, del recesso, nonché dei costi di consegna e dei tributi applicabili.

Altro elemento importante durante la fase di acquisto è, infine, quello della sicurezza dei pagamenti. Da un lato si deve assicurare al consumatore un acquisto sicuro sul sito tramite, per esempio, l'adizione di protocolli di sicurezza a tutela delle transazioni finanziarie effettuate sul sito; dall'altro è indispensabile garantire la certezza delle tariffe applicate dal venditore online sulle transazioni finanziarie: ciò significa che il venditore online non può imporre al consumatore, in relazione all'uso di determinati strumenti di pagamento, spese per l'uso di detti strumenti, oppure nei casi espressamente stabiliti, tariffe che superino quelle da lui sostenute.

5.4 FASE 3 - DOPO L'ACQUISTO

La fase successiva all'acquisto vero e proprio si sviluppa su tre elementi principali:

- la consegna nei termini previsti dei beni o servizi acquistati (il venditore online è obbligato a consegnare i beni al consumatore senza ritardo ingiustificato e al più tardi entro 30 giorni dalla data di conclusione del contratto) e l'assistenza al consumatore, che deve poter agevolmente contattare il servizio clienti del venditore online;
- la conformità del prodotto acquistato e l'operatività della garanzia legale di conformità: il venditore online deve garantire al consumatore l'acquisto di prodotti privi di difetti, che funzionino correttamente e che rispondano all'uso dichiarato dal venditore. Qualora i prodotti presentino difetti di conformità, il consumatore potrà domandare la riparazione o sostituzione del prodotto o, in via residuale, una riduzione adeguata del prezzo corrisposto o la risoluzione del contratto. La garanzia legale dura 2 anni dalla consegna

del bene e deve essere fatta valere dal consumatore entro due mesi dalla scoperta della non conformità del prodotto;

- l'operatività del diritto di recesso: il venditore online salvo le eccezioni espressamente riconosciute dalla legge, deve riconoscere al consumatore il diritto di poter recedere dal contratto di acquisto online, entro 14 giorni dalla consegna del prodotto o dalla conclusione del contratto di servizi. Il consumatore non deve fornire alcuna motivazione e sostenere costi diversi da quelli per la restituzione dei beni.

6 CRITERI PER RECENSIRE LE ESPERIENZE DI ACQUISTO ONLINE

6.1 ELEMENTI COSTITUENTI L'ESEMPIO DI VALUTAZIONE

6.1.1 GENERALITÀ

I criteri individuati nel presente punto della prassi di riferimento forniscono gli elementi utili alla definizione di un esempio di valutazione dell'acquisto online nelle fasi descritte al punto 5.

Tale esempio può essere preso in esame per raccogliere le recensioni dei consumatori per rendere un'opinione secondo criteri comuni ed il più possibile informata sui servizi che il venditore online deve garantire alla luce della vigente normativa di settore.

Per informare il consumatore dei suoi diritti e favorire un giudizio obiettivo e consapevole sulle tre fasi dell'acquisto online, si ritiene utile ed opportuno che, in fase di raccolta delle recensioni, siano forniti al consumatore elementi puntuali sui quali fondare il proprio giudizio, qui di seguito espressi in via esemplificativa, anche attraverso una sintetica tabella riepilogativa.

Quanto al metodo di raccolta dei giudizi, si suggerisce l'adozione di sistemi semplici ed intuitivi, come i diffusi sistemi a "stelline", purché sia chiarito al consumatore il valore corrispondente a ciascun punteggio scelto (ad es. una stella: scarso, due stelle: sufficiente, ecc.).

Come ormai di prassi sul mercato, è opportuno infine consentire al consumatore di esprimere, oltre ad un sintetico punteggio, anche un libero giudizio in forma testuale o video, nel rispetto della libertà di opinione ma anche dei diritti altrui. Il giudizio espresso è quindi oggetto di moderazione, nel rispetto dei principi fissati dall'ISO/DIS 20488.

Le domande al termine di ciascun elemento illustrato nei seguenti punti, sono quelle che il consumatore dovrebbe considerare nella recensione dell'esperienza di acquisto online.

6.1.2 ELEMENTI DELLA FASE 1 (PRIMA DELL'ACQUISTO)

Tutti gli elementi contenuti nella fase prima dell'acquisto sono informazioni precontrattuali che il venditore online deve obbligatoriamente fornire prima che il consumatore proceda con l'ordine di acquisto.

6.1.2.1 DATI IDENTIFICATIVI DEL VENDITORE ONLINE

I dati identificativi del venditore online riguardano l'identità del soggetto che offre in vendita i prodotti sul sito, nonché l'indirizzo geografico dove il venditore è stabilito (sede legale).

DOMANDA: I dati identificativi del venditore sono indicati chiaramente sul sito?

6.1.2.2 CONTATTI DEL VENDITORE ONLINE

I contatti del venditore online sono i dati che consentono al consumatore di contattare rapidamente e comunicare efficacemente con il venditore online, come ad esempio, il numero di telefono o l'indirizzo di posta elettronica.

DOMANDA: I contatti del venditore online sono indicati chiaramente sul sito?

6.1.2.3 DESCRIZIONE DEI PRODOTTI

La descrizione dei prodotti è una descrizione chiara ed esaustiva delle principali caratteristiche dei beni o servizi offerti.

DOMANDA: I prodotti offerti in vendita sul sito sono descritti esaustivamente?

6.1.2.4 TRASPARENZA DEI PREZZI

La trasparenza dei prezzi equivale al costo totale del prodotto o servizio, inclusa qualunque voce supplementare che deve essere sempre espressamente indicata prima che il consumatore proceda all'inoltro dell'ordine di acquisto.

DOMANDA: L'indicazione del prezzo totale del prodotto, comprensivo delle imposte e di tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna ed ogni altro costo, è presente sul sito?

6.1.2.5 MODALITÀ DI PAGAMENTO

Le modalità di pagamento sono tutte quelle accettate sul sito e che devono essere indicate, al più tardi, all'inizio del processo di ordinazione.

DOMANDA: I mezzi di pagamento accettati sono indicati per tempo sul sito?

6.1.2.6 MODALITÀ DI CONSEGNA

Per modalità di consegna si intendono tutte quelle offerte sul sito, incluse le informazioni circa eventuali restrizioni alla consegna che devono essere indicate, al più tardi, all'inizio del processo di ordinazione.

DOMANDA: Le modalità di consegna sono indicate sul sito?

6.1.2.7 DIRITTO DI RECESSO

Per informazioni sul diritto di recesso (diritto di ripensamento) si intendono quelle informazioni che comprendono condizioni, termini e procedure per esercitare tale diritto.

DOMANDA: Le informazioni sul diritto di recesso sono indicate chiaramente sul sito?

6.1.2.8 CHIAREZZA CONTRATTUALE

Per chiarezza contrattuale si intende l'insieme delle clausole generali e particolari applicate al contratto. Devono essere indicate, di facile lettura e di chiaro significato.

DOMANDA: Le condizioni generali di vendita applicate al contratto sono leggibili e presentate in un linguaggio semplice e comprensibile?

6.1.3 ELEMENTI DELLA FASE 2 (DURANTE L'ACQUISTO)

6.1.3.1 FACILITÀ D'USO DEL SITO

Per facilità d'uso del sito web si intende l'esperienza di navigazione del sito, compreso il processo di ordinazione del prodotto, il riepilogo dell'ordine e, in generale, l'accesso alle informazioni.

DOMANDA: Il sito ed il processo di ordinazione risultano chiari e di semplice utilizzo?

6.1.3.2 CONFERMA DELL'ORDINE DI ACQUISTO

La conferma dell'ordine d'acquisto consiste nell'invio telematico da parte del venditore online al consumatore/utente della ricevuta dell'ordine di acquisto contenente le informazioni principali applicabili al contratto (ad es. il riepilogo delle condizioni generali e particolari applicabili al contratto, l'indicazione dettagliata del prezzo, le informazioni sul diritto di recesso, ecc.).

DOMANDA: Il venditore online ha inviato per email al consumatore la ricevuta di conferma dell'ordine di acquisto effettuato contenente le informazioni principali?

6.1.3.3 DISPONIBILITÀ DEL PRODOTTO

Per disponibilità del prodotto si intende l'effettiva disponibilità del prodotto al momento dell'acquisto e l'indicazione reale di tale disponibilità.

DOMANDA: Il prodotto ordinato era effettivamente disponibile?

6.1.3.4 PAGAMENTO

Per pagamento si intende che i costi da addebitare al consumatore devono essere solo quelli di cui il consumatore sia stato adeguatamente informato prima di effettuare l'ordine.

DOMANDA: Gli importi addebitati corrispondono a quelli indicati al momento dell'inoltro dell'ordine di acquisto?

6.1.3.5 SICUREZZA DEL PAGAMENTO

Per sicurezza nei pagamenti si intende la presenza di protocolli informatici utilizzati per assicurare e proteggere le transazioni finanziarie online.

DOMANDA: Il sito adotta sistemi di pagamento sicuri?

6.1.4 ELEMENTI DELLA FASE 3 (DOPO L'ACQUISTO)

6.1.4.1 CONSEGNA PRODOTTO O ESECUZIONE DEL SERVIZIO NEI TERMINI PREVISTI

Per consegna del prodotto o esecuzione del servizio nei termini previsti si intende la tempestività della consegna del prodotto o dell'esecuzione del servizio secondo quanto indicato dal venditore online sul sito.

DOMANDA: Il prodotto è stato consegnato/il servizio è stato erogato nei termini indicati?

6.1.4.2 CONFORMITÀ DEL PRODOTTO ACQUISTATO

Il prodotto deve essere idoneo all'uso a cui è destinato e conforme alla descrizione fatta dal venditore.

DOMANDA: Il prodotto ricevuto corrisponde alla descrizione fatta dal venditore?

6.1.4.3 OPERATIVITÀ DEL DIRITTO DI RECESSO

Il diritto di recesso previsto per legge è la concreta possibilità di esercitare il diritto medesimo senza ostacoli procedurali.

DOMANDA: L'esercizio del diritto di recesso è andato a buon fine?

NOTA La valutazione può essere espressa solo se l'utente/consumatore ha effettivamente esercitato il diritto di recesso.

6.1.4.4 OPERATIVITÀ DELLA GARANZIA LEGALE DI CONFORMITÀ

La garanzia legale di conformità è l'effettiva possibilità del ripristino del bene, che presenti un difetto di conformità, attraverso la riparazione o la sostituzione, ovvero la riduzione adeguata del prezzo o la risoluzione del contratto.

DOMANDA: In presenza di un difetto di conformità del bene acquistato/servizio erogato, è stato possibile riparare/sostituire ovvero è stato possibile avere una riduzione del prezzo/risoluzione del contratto?

NOTA La valutazione può essere espressa solo se l'utente/consumatore ha effettivamente proceduto ad esercitare i diritti previsti dalla garanzia legale di conformità.

6.1.4.5 OPERATIVITÀ DEL SERVIZIO CLIENTI

L'operatività del servizio clienti è la concreta funzionalità del servizio medesimo.

DOMANDA: È stato possibile contattare rapidamente il servizio clienti?

NOTA La valutazione può essere espressa solo se l'utente/consumatore ha effettivamente contattato il servizio clienti del sito web.

6.2 ESEMPIO DI TABELLA PER LA VALUTAZIONE DELL'ESPERIENZA DI ACQUISTO ONLINE

La tabella riportata qui di seguito fornisce un esempio per la raccolta delle recensioni dei consumatori in relazione all'esperienza di acquisto online.

ESEMPIO DI TABELLA PER LA RECENSIONE DELLE TRE FASI DI ACQUISTO ONLINE		
Fase	Descrizione sintetica dei criteri di valutazione	Domanda
1 – Prima dell'acquisto	Dati identificativi del venditore online	I dati identificativi del venditore online sono indicati chiaramente sul sito?
	Contatti del venditore online	I contatti del venditore online sono indicati chiaramente sul sito?
	Descrizione dei prodotti	I prodotti offerti in vendita sul sito sono descritti esaurientemente?
	Trasparenza dei prezzi	L'indicazione del prezzo totale del prodotto, comprensivo delle imposte e di tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna ed ogni altro costo, è presente sul sito?
	Modalità di pagamento	I mezzi di pagamento accettati sono indicati per tempo sul sito?
	Modalità di consegna	Le modalità di consegna sono indicate sul sito?
	Diritto di recesso	Le informazioni sul diritto di recesso sono indicate chiaramente sul sito?
	Chiarezza contrattuale	Le condizioni generali di vendita applicate al contratto sono leggibili e presentate in un linguaggio semplice e comprensibile?

ESEMPIO DI TABELLA PER LA RECENSIONE DELLE TRE FASI DI ACQUISTO ONLINE		
Fase	Descrizione sintetica dei criteri di valutazione	Domanda
2 – Durante l'acquisto	Facilità d'uso del sito	Il sito ed il processo di ordinazione risultano chiari e di semplice utilizzo?
	Conferma dell'ordine di acquisto	Il venditore online ha inviato per email al consumatore la ricevuta di conferma dell'ordine di acquisto effettuato contenente le informazioni principali?
	Disponibilità del prodotto	Il prodotto ordinato era effettivamente disponibile?
	Pagamento	Gli importi addebitati corrispondono a quelli indicati al momento dell'inoltro dell'ordine di acquisto?
	Sicurezza del pagamento	Il sito adotta sistemi di pagamento sicuri?
3 – Dopo l'acquisto	Consegna prodotto o esecuzione servizio nei termini previsti	Il prodotto è stato consegnato/Il servizio è stato erogato nei termini indicati?
	Conformità del prodotto acquistato	Il prodotto ricevuto corrisponde alla descrizione fatta dal venditore?
	Operatività del diritto di recesso ^{*)}	L'esercizio del diritto di recesso è andato a buon fine?
	Operatività della garanzia legale di conformità ^{*)}	In presenza di un difetto di conformità del bene acquistato/servizio erogato, è stato possibile riparare/sostituire ovvero è stato possibile avere una riduzione del prezzo/risoluzione del contratto?
	Operatività del servizio clienti ^{*)}	È stato possibile contattare rapidamente il servizio clienti?
*) La valutazione può essere espressa soltanto se il consumatore ha effettivamente usufruito del diritto/garanzia/servizio.		

APPENDICE A – PROGETTO “CONSUMATORE.NET: OPPORTUNITÀ E RISCHI ONLINE”

A.1 GENERALITÀ

La presente appendice fornisce una breve relazione relativa al progetto “*Consumatore.net: opportunità e rischi online*” che, nato con lo scopo di aumentare la fiducia del consumatore nei confronti delle aziende che offrono beni e servizi su una piattaforma e-commerce, ha permesso l’aggiornamento e lo sviluppo del portale www.shoppingverify.com che raccoglie le recensioni dei consumatori relativamente alle proprie esperienze di acquisto online.

Nell’ambito del progetto “Consumatore.net” sono state fatte due tipologie di analisi su 50 siti di aziende lombarde: una statica sulla totalità dei siti ed una dinamica su 20 di essi.

Oltre all’analisi statica e dinamica, il progetto ha indagato sull’utilizzo da parte del venditore online che esercita un’attività di e-commerce, di strumenti quali:

- la newsletter;
- i commenti di recensione dei beni/servizi acquistati.

I settori nei quali i siti analizzati operano sono relativi a dieci categorie di beni/servizi: abbigliamento, calzature e accessori, cibo e bevande, casa e giardino, cibi e articoli per animali, giochi, hobby, idee regalo, salute e bellezza, tecnologia ed elettrodomestici.

A.2 ANALISI STATICA

L’analisi statica dei 50 siti si è basata sull’esame della disponibilità sul sito dei dati relativi all’anagrafica aziendale (nome azienda o ragione sociale del venditore online; sede legale o domicilio; telefono, mail; numero di iscrizione al REA o al registro delle imprese e, infine, il numero di P.IVA o codice fiscale), e sulla disponibilità delle seguenti informazioni relative ai beni/servizi offerti in vendita:

- le varie fasi tecniche da seguire per la conclusione del contratto;
- le caratteristiche principali dei beni/servizi offerti;
- il prezzo totale dei beni/servizi comprensivo delle imposte e di ogni spesa aggiuntiva (spedizione, consegna, postali);
- l’indicazione degli strumenti di composizione delle controversie;
- informazioni sull’esistenza del diritto di recesso, se applicabile;
- un promemoria dell’esistenza della garanzia legale di conformità per i beni (2 anni per legge).

L’analisi statica, inoltre, ha indagato quali fossero i mezzi di pagamento accettati dai siti di e-commerce (ad es. carta di credito, Pay Pal, bonifico bancario) e sulla sicurezza dei medesimi (utilizzo del protocollo SSL - Secure Sockets Layer - che è un protocollo utilizzato per assicurare e proteggere le transazioni finanziarie on line). Infine, l’indagine si è concentrata sulla presenza sul sito di una sezione dedicata ad un eventuale servizio clienti del quale sono stati analizzati la rapidità e l’efficacia dell’eventuale contatto.

A.3 ANALISI DINAMICA

A.3.1 GENERALITÀ

L'analisi dinamica dei 20 siti esaminati è stata strutturata in due fasi: la prima è quella relativa all'acquisto e la seconda, conseguente alla prima, è relativa al recesso.

A.3.2 ACQUISTO

L'analisi della fase di acquisto si è focalizzata sulla verifica di alcune azioni principali tra le quali: l'invio al cliente della ricevuta di acquisto completa; la disponibilità del prodotto acquistato e il rispetto dei tempi di consegna stabiliti all'atto dell'acquisto; la possibilità di monitorare la consegna; l'adeguatezza dell'imballaggio e l'integrità del bene acquistato; la conformità del bene acquistato con quello ricevuto.

A.3.3 RECESSO

L'analisi della fase di recesso si è invece concentrata in primis sull'esercitabilità del diritto di recesso poiché i siti di e-commerce devono riconoscere al consumatore il diritto di poter recedere dal contratto di acquisto entro 14 giorni, senza che il consumatore fornisca una motivazione e sostenga costi diversi da quelli per la restituzione dei beni. Inoltre sono stati valutati: la presenza o meno di un modulo tipo di recesso che agevoli l'esercizio del diritto di recesso secondo il modello previsto dalla normativa europea; se la somma restituita al consumatore è comprensiva delle spese di consegna; se il consumatore è stato rimborsato entro i 30 giorni di legge.

A.4 ESITI DEL PROGETTO

Gli esiti del progetto hanno evidenziato risultati divergenti per quanto riguarda la presenza delle informazioni precontrattuali.

I 50 siti di commercio elettronico esaminati informavano adeguatamente il consumatore circa:

- l'identità del professionista;
- le caratteristiche principali dei beni/servizi offerti;
- il prezzo totale dei beni/servizi comprensivo delle imposte e di ogni spesa aggiuntiva (spedizione, consegna, postali);
- un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformità per i beni (2 anni per legge).

I 50 siti di commercio elettronico non informavano adeguatamente il consumatore circa:

- le informazioni sull'esistenza del diritto di recesso;
- i contatti per comunicare rapidamente con il venditore online.

Quanto ai risultati dell'analisi dinamica le maggiori criticità hanno riguardato l'esercizio del diritto di recesso, spesso limitato da eccessivi ostacoli procedurali.





Membro italiano ISO e CEN
www.uni.com
www.youtube.com/normeUNI
www.twitter.com/normeUNI
www.twitter.com/formazioneUNI

Sede di Milano

Via Sannio, 2 - 20137 Milano
tel +39 02700241, Fax +39 0270024375, uni@uni.com

Sede di Roma

Via del Collegio Capranica, 4 - 00186 Roma
tel +39 0669923074, Fax +39 066991604, uni.roma@uni.com