

E-COMMERCE: opportunità e strumento di internazionalizzazione

Camera di Commercio della Romagna, sede di Rimini, Via Sigismondo n. 28

28 novembre 2017

orario 9.30 – 13.30; 14.30 – 17.30

PRESENTAZIONE

Le vendite realizzate attraverso il canale e-commerce sono in costante e forte aumento, tanto è vero che il volume delle vendite on-line, a livello globale, registra ogni anno un incremento di oltre il 20%.

Conseguentemente, sempre più imprese si avvalgono di un portale e-commerce per commercializzare i propri prodotti o servizi.

Per un proficuo utilizzo dell'e-commerce, tuttavia, occorre gestire e presidiare una serie di aspetti legali, contrattuali, organizzativi, finanziari e fiscali, fra cui rientrano:

- a) la scelta tra la creazione di un proprio sito internet o l'utilizzo di un portale specializzato;
- b) la gestione delle formalità e degli adempimenti da porre in essere per avviare un portale e-commerce;
- c) la gestione delle attività di amministrazione, stoccaggio e consegna dei prodotti e/o fornitura dei servizi, incasso dei corrispettivi, gestione dei resi, ecc.;
- d) la corretta contrattualizzazione dei rapporti tra l'impresa e tutti i provider dell'e-commerce;
- e) la corretta contrattualizzazione delle operazioni di vendita dei prodotti e/o fornitura dei servizi tramite il portale;
- f) la corretta acquisizione e il corretto trattamento dei dati personali dei visitatori del portale e degli acquirenti dei prodotti/servizi;
- g) la tutela dei propri marchi e segni distintivi.

PROGRAMMA

- 1. Il fenomeno e-commerce ed i principali players mondiali**
- 2. Diversi modi di vendere su internet**
 - 2.1 Vendita tramite proprio portale e-commerce gestito direttamente
 - 2.2 Vendita tramite proprio portale e-commerce affidato in gestione a terzi
 - 2.3 Vendita tramite intermediari operanti su internet (es.: Amazon, Farfetch, Tmall, ecc.)
 - 2.4 Vendita a portali e-commerce e/o shopping club specializzati che rivendono su internet (es.: Zalando, Yoox, JD, Privalia, Dalani, LoveTheSign, ecc.)
- 3. Coordinare le vendite su internet con l'attività della propria rete di agenti e distributori – La strategia omnichannel**
 - 3.1 L'impatto delle vendite online sull'attività dei propri agenti e distributori
 - 3.2 Le tutele contrattuali da adottare nei confronti di agenti e distributori
 - 3.3 Il diritto di libera vendita online dei distributori in base alla normativa antitrust (cenni)
 - 3.4 La strategia omnichannel
- 4. Vendere tramite e-commerce in Cina**
 - 4.1 Il mercato cinese e i principali players dell'e-commerce
 - 4.2 Le criticità del mercato
 - 4.3 Strategie, strumenti e soluzioni per il mercato cinese

5. Le soluzioni tecnologiche in ambito e-commerce

- 5.1 Digital branding e reputation
- 5.2 E-commerce e mobile: App vs Responsive
- 5.3 E-commerce e mobile: confini e sinergie tra esperienza online e offline
- 5.4 Piattaforme e-commerce: Opensource, software proprietari, Cloud online shopping cart
- 5.5 User-Experience e Design
- 5.6 Pricing e gestione del catalogo prodotti - strategie di prodotto
- 5.7 SEO e SEM per e-commerce
- 5.8 Inbound marketing e conversione
- 5.9 Metriche, statistiche e KPI per un e-commerce di successo

6. I soggetti dell'e-commerce e i rapporti contrattuali fra gli stessi

- 6.1 I soggetti dell'e-commerce e la responsabilità del provider
- 6.2 I rapporti contrattuali fra i soggetti dell'e-commerce
- 6.3 Il rapporto fra venditore e acquirente: le condizioni generali di contratto per l'e-commerce, le clausole vessatorie e le criticità connesse alla loro approvazione (il "point and click")

7. La disciplina comunitaria e nazionale sull'e-commerce

- 7.1 La direttiva 2000/31/CE sul commercio elettronico e la normativa nazionale di recepimento
- 7.2 La direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori e la normativa nazionale di recepimento
- 7.3 Gli obblighi informativi pre-contrattuali
- 7.4 Il contratto di vendita telematico: caratteristiche e modalità di perfezionamento
- 7.5 Il diritto di recesso del consumatore
- 7.6 Le clausole abusive nei contratti con i consumatori e i loro effetti sul contratto di vendita
- 7.7 Gli strumenti di pagamento
- 7.8 La garanzia sul prodotto spettante al consumatore
- 7.9 La legge applicabile e il foro competente nelle vendite tramite e-commerce

8. Cenni sugli aspetti fiscali del commercio elettronico

9. Cenni sul trattamento dei dati personali nel commercio elettronico

- 9.1 Il trattamento dei dati personali a seguito dell'introduzione del Regolamento UE n. 679 del 2016 (General Data Protection Regulation)
- 9.2 Profilazione degli utenti e utilizzo dei cookies

RELATORI

- **Avv. Enzo Bacciardi**, senior partner dello Studio Legale Bacciardi and Partners, specializzato in diritto del commercio internazionale;
- **Avv. Tommaso Mancini**, partner dello Studio Legale Bacciardi and Partners, specializzato in diritto del commercio internazionale e pagamenti internazionali;
- **Avv. Filomena Zonno, LL.M.**, membro dello Studio Legale Bacciardi and Partners, specializzato in contrattualistica internazionale;
- **Ing. Abramo Franceschini**, Project Manager di ADRIALAB SRL, web agency del gruppo METISOFT;
- **Avv. Federico Ghini, LL.M., PhD**, dello Studio Legale Corona-Catelli di Bologna, specializzato in diritto della proprietà intellettuale e industriale.

PER INFORMAZIONI

Camera di Commercio della Romagna Forlì-Cesena e Rimini

Ufficio Promozione Estera

Silvia Bartali

e-mail: esterorn@romagna.camcom.it

Tel: 0541 363 733