

Informazioni per gli acquirenti di alimenti per animali tramite un mezzo di comunicazione a distanza (e-commerce)

Versione 01 / luglio 2023

Indice

Introduzione	1
Leggi e ordinanze relative al mezzo di comunicazione a distanza per l'acquisto di alimenti per animali.....	2
Foro competente e diritto applicabile	5

Autori

Morgane Jacobs
Céline Clément

Introduzione

Nel caso di una vendita tramite un mezzo di comunicazione a distanza (e-commerce), le regole valide per i contratti di vendita tradizionali sono applicate senza un adattamento specifico della legge.

In Svizzera i contratti di vendita sono disciplinati essenzialmente dalla legge federale contro la concorrenza sleale ([LCSI; RS 241](#)), dall'ordinanza sull'indicazione dei prezzi ([OIP; RS 942.211](#)) e dalla legge federale sulla protezione dei dati ([LPD; RS 235.1](#)). Il Codice svizzero delle obbligazioni (Legge federale di complemento del Codice civile svizzero – Libro quinto: Diritto delle obbligazioni, [CO, RS 220](#)) stabilisce le disposizioni per i contratti di vendita tradizionali.

L'ufficio della Segreteria di Stato dell'economia (SECO) mette a disposizione una guida per gli acquisti online.

<https://www.e-commerce-guide.admin.ch/ecommerce/it/home.html>

Nell'Unione europea, le regole per i contratti di vendita sono stabilite dalla Direttiva sui diritti dei consumatori ([Direttiva 2011/83/UE](#)) e dalla Direttiva sul commercio elettronico ([Direttiva 2000/31/CE](#)).



Leggi e ordinanze relative al mezzo di comunicazione a distanza per l'acquisto di alimenti per animali

Legge federale di complemento del Codice civile svizzero (Libro quinto: Diritto delle obbligazioni) ([CO](#); [RS 220](#))

→ Una vendita si considera conclusa se le due parti (venditore e acquirente) si sono messe d'accordo su tutti i punti essenziali del contratto di vendita: l'**oggetto della vendita**, il **prezzo di acquisto** e la **conclusione del contratto di vendita** ([art. 1-2 CO](#) e [art.184 cpv. 1 CO](#))

→ Il compratore è tenuto a **pagare il prezzo in conformità alle clausole del contratto** ed a ricevere la cosa quando gli venga offerta dal venditore nei modi e termini pattuiti ([art. 211 cpv. 1 CO](#)).

Condizioni generali di vendita (CG)

Le CG non sono obbligatorie in un contratto di vendita, ma se integrate al contratto di vendita si considerano accettate dal cliente. Di conseguenza, occorre sempre verificare se:

- il cliente (acquirente) è informato che le CG sono parte integrante del contratto;
- il cliente (acquirente) può prenderne conoscenza in modo accettabile;
- il cliente (acquirente) **dichiara di accettare le CG** al momento della conclusione di un contratto ([art. 2 CO](#)).

NB: Le condizioni possono essere regolarmente modificate → Bisogna **sempre conservare una copia elettronica o stampata dell'ordine** e dei punti principali alla data del contratto.

Nell'Unione europea, le CG devono essere chiaramente accessibili al consumatore ([Direttiva 2000/31/UE, art. 10, § 3](#)) con le informazioni necessarie ([Direttiva 2011/83/UE, art. 6, § 1, pt. g](#)).

Garanzia

Ogni azione in garanzia è regolata dal CO ([art. 197-210](#)) in aggiunta ai termini del contratto! Tuttavia, qualsiasi clausola che elimini o limiti la garanzia è nulla se il venditore ha occultato all'acquirente in modo fraudolento i difetti della cosa ([art. 199 CO](#)).

→ Lo stato della **cosa ricevuta deve essere verificato il prima possibile** per avvisare il venditore senza indugio, il quale rischierebbe altrimenti di perdere i suoi diritti in caso di difetti ([art. 201 CO](#)).

→ La legge prevede l'**annullamento del contratto**, il **rimborso della perdita di valore** ([art. 205 CO](#)) o la **sostituzione** della cosa venduta ([art. 206, CO](#)).

→ Nel caso di difetti, il termine di prescrizione è di **due anni dalla data di consegna** all'acquirente ([art. 210 cpv. 1 CO](#)).

Nell'Unione europea, esiste una garanzia legale di conformità di una durata minima di due anni. Se un prodotto si rivela difettoso o non conforme alla descrizione, il venditore è tenuto a ripararlo o sostituirlo gratuitamente. Se il prodotto non può essere riparato o sostituito entro un tempo ragionevole o senza inconvenienti, è possibile richiedere un rimborso o una riduzione del prezzo ([Direttiva 2011/83/UE, art. 2, pt. 14](#)).

Trasferimento dei rischi

→ I rischi passano **all'acquirente a partire dalla conclusione del contratto** ([art. 185 CO](#)).

Nell'Unione europea, il rischio di perdita o di danni dei prodotti è trasferito all'acquirente non appena quest'ultimo prende fisicamente possesso dei beni ([Direttiva 2011/83/UE, art. 20](#)).

Diritto di recesso

→ Non esiste il **diritto di recesso**, tranne per motivi impellenti: la nullità ([art. 20 CO](#)), la sproporzione evidente tra le prestazioni, chiamata lesione ([art. 21 CO](#)), i vizi di consenso ([art. 23 e seguenti CO](#)). Il venditore può tuttavia prevedere volontariamente un diritto di revoca nelle condizioni generali.

Nell'Unione europea, è previsto un diritto di recesso di 14 giorni dalla legge ((Direttiva 2011/83/UE, art. 9) senza dover fornire alcuna motivazione e senza dover sostenere altri costi, a partire dal giorno in cui il consumatore entra fisicamente in possesso dei beni. Se il consumatore non è informato del suo diritto di recesso (Direttiva 2011/83/UE art. 6, §. 1, pt. H), il periodo di recesso scade al termine di un periodo di dodici mesi a contare dalla fine del periodo iniziale.

L'esercizio del diritto di recesso deve essere esercitato prima della scadenza del periodo di recesso legale di 14 giorni. Il consumatore deve informare il mezzo di comunicazione a distanza tramite un modulo (nessun requisito formale). Il professionista deve quindi rimborsare interamente il consumatore entro 14 giorni dalla notifica del recesso (Direttiva 2011/83/UE art. 13). Il rimborso sotto forma di buoni d'acquisto non è più autorizzato.

Tempi di consegna

→ La legge **non prevede un tempo massimo di consegna**.

Nell'Unione Europea, è previsto un tempo di consegna di 30 giorni (Direttiva 2011/83/UE art. 18), salvo diverso accordo tra le parti. In caso di mancato adempimento, al consumatore verrà concesso un periodo supplementare adeguato alle circostanze. Se, dopo questo termine finale, la consegna non è avvenuta, il consumatore ha il diritto di risolvere immediatamente il contratto.

Informazioni obbligatorie che devono figurare su un mezzo di comunicazione a distanza

Le informazioni obbligatorie che un sito Internet deve fornire sono contenute in diverse ordinanze: legge federale contro la concorrenza sleale ([LCSI; RS 241](#)), ordinanza sull'indicazione dei prezzi ([OIP; RS 942.211](#)), ordinanza sugli alimenti per animali ([OsAIA; RS 916.307](#)) e ordinanza sul libro dei prodotti destinati all'alimentazione animale ([OLALA; RS 916.307.1](#)).

Metodo di vendita sleale

Informazioni obbligatorie che devono figurare su un sito e-commerce:

→ **identità, indirizzo di contatto** e indirizzo di **posta elettronica** ([art. 3 cpv. 1 lett. s LCSI](#))

→ **nome o ragione sociale e indirizzo dello stabilimento responsabile dell'etichettatura** per tutti gli alimenti per animali ([art. 15 cpv. 1 lett. b OsAIA](#))

→ **numero di telefono gratuito** o un **altro mezzo di comunicazione idoneo se si tratta di alimenti per animali da compagnia** ([art. 11 OLALA](#)).

NB: Le aziende online che vendono alimenti per animali* devono essere registrate od omologate da Agroscope. L'elenco delle aziende registrate od omologate può essere consultato sul sito ufficiale del controllo ufficiale degli alimenti per animali (Agroscope): <https://www.agroscope.admin.ch/agroscope/fr/home/themes/animaux-rente/aliments-animaux/controle-des-aliments-pour-animaux/formulaire1.html>.

*non per la vendita al dettaglio degli alimenti per gli animali da compagnia

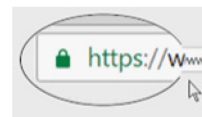
Il cliente di un mezzo di comunicazione a distanza deve poter ([art. 3 cpv. 1 let. s LCSl](#)).

- Visualizzare le **diverse fasi tecniche** che portano alla conclusione di un contratto
- Disporre di **strumenti tecnici appropriati che permettano di individuare e correggere gli errori di inserimento** prima dell'invio di un ordine.
- Ricevere una **conferma immediata dell'ordine tramite posta elettronica**.

NB 1: Una connessione è sicura se ha un URL «https» e un lucchetto.

NB 2: Consultare le recensioni può essere una garanzia di sicurezza o per lo meno permette di farsi un'opinione.

Tuttavia, bisogna fare attenzione al fatto che queste valutazioni possono essere falsificate.



Un mezzo di comunicazione a distanza a destinazione del cliente svizzero deve dare accesso alle seguenti condizioni ([art. 3a cpv. 1 LCSl](#)).

→ Ottenere un **accesso illimitato all'interfaccia online o non essere reindirizzati senza il consenso del cliente** a una versione diversa dell'interfaccia online a cui il cliente desiderava accedere inizialmente.

NB: Un nome di dominio che termina con «ch» non significa che il sito sia svizzero (l'indicazione del foro competente o l'indirizzo della sede legale (vedi impressum) rivelano dove ha sede il sito in questione).

Nell'Unione europea, qualsiasi mezzo di comunicazione a distanza è tenuto a fornire informazioni dettagliate ai sensi della [Direttiva 2011/83/UE art. 6, § 1](#) e della [Direttiva 2000/31/UE art. 5, § 1](#) (dettagli di contatto, caratteristiche principali del prodotto e prezzo totale, comprese le tasse e le spese di consegna, ecc.).

Le varie fasi tecniche necessarie per la conclusione del contratto e i mezzi per correggere l'ordine devono essere chiaramente visibili e messi a disposizione del consumatore ([Direttiva 2000/31/UE, art. 10, § 1, punto a-d](#) e [art. 11, § 2](#)). Il consumatore nell'ambito di una comunicazione a distanza deve essere informato in modo chiaro e visibile dell'obbligo di pagamento prima di effettuare l'ordine ([Direttiva 2011/83/UE, art. 8, § 2](#)). Al professionista è inoltre vietato pre-selezionare le caselle per accettare beni o servizi aggiuntivi a pagamento. Il consumatore deve essere informato immediatamente tramite posta elettronica della conferma del suo ordine ([Direttiva 2000/31/UE, art. 11, § 1](#)).

È inoltre vietato sovrattassare le linee telefoniche quando il consumatore vuole contattare il venditore; deve essere pagata solo la tariffa di base ([Direttiva 2011/83/UE art. 21](#)).

Indicazione dei prezzi

→ Il **prezzo da pagare effettivamente deve essere sempre indicato in franchi svizzeri** (prezzo al dettaglio) e in qualsiasi momento ([art. 3 cpv. 1 OIP](#)). Le relative informazioni pertinenti devono essere **visibili e facilmente leggibili nelle immediate vicinanze** dei prodotti illustrati/descritti ([art. 7, 8 e 9 OIP](#)).

→ Per gli articoli misurabili ([definizione, art. 6 OIP](#)), deve essere indicato il **prezzo unitario** ([art. 5 cpv. 1 OIP](#)). Nel caso di merci confezionate, devono essere indicati il **prezzo al dettaglio** e il prezzo unitario ([art. 5 cpv. 2 OIP](#), più precisamente [art. 5 cpv. 3 OIP](#)).

Nell'Unione europea, quando un sito di e-commerce menziona i prezzi, questi devono essere indicati in modo chiaro e non ambiguo e specificare in particolare se le tasse e i costi di consegna sono inclusi ([Direttiva 2000/31/UE, art. 5, § 2](#)). Se il prezzo o i costi aggiuntivi di trasporto, consegna o affrancatura non possono essere ragionevolmente calcolati in anticipo, deve comparire l'indicazione che tali costi possono essere pagati ([Direttiva 2011/83/UE art. 5, § 1, punto c](#)).

Costi supplementari

→ Le tasse pubbliche, i contributi per lo smaltimento anticipato e i **supplementi non facoltativi di qualsiasi tipo devono essere inclusi nel prezzo al dettaglio** ([art. 4 cpv. 1 OIP](#)).

→ I **costi di spedizione** possono essere indicati **separatamente** ([art. 4 cpv. 1 OIP](#)).

NB: Quando il sito menziona: «potrebbero essere applicate spese aggiuntive a seconda del paese di residenza», questo indica che potrebbero esserci spese di sdoganamento da pagare.

Nell'Unione europea è vietato addebitare costi superiori a quelli sostenuti per l'utilizzo dei mezzi di pagamento ([Direttiva 2011/83/UE art. 19](#)). Se il venditore non rispetta l'obbligo di fornire informazioni sui prezzi e sui costi aggiuntivi, sta al professionista sostenere tali costi ([Direttiva 2011/83/UE, art. 6, § 6](#)).

Legge sulla protezione dei dati (LPD; RS 235.1)

Tutte le disposizioni generali in materia di protezione dei dati sono contenute nelle sezioni 2 e 3 della LPD ([art. 4-15 LPD](#)).

→ **Dovere di informare in maniera appropriata il consumatore al momento della raccolta di informazioni personali.**

NB. In generale, si consiglia di fare attenzione e di comunicare solo i dati personali necessari.

Nell'Unione europea, la [Direttiva 2002/58/UE](#) (Direttiva sulla tutela dei dati personali e le comunicazioni elettroniche) regola le comunicazioni indesiderate e garantisce un elevato livello di protezione dei consumatori.

Foro competente e diritto applicabile ([link](#))

In caso di controversie relative a contratti stipulati con i consumatori, il foro competente (giurisdizione applicabile) è il seguente ([art. 32, Codice di protezione civile CPC RS 272](#)):

- per le azioni intentate dal consumatore, il foro del domicilio o della sede di una delle parti;
- per le azioni intentate dal fornitore, il foro del domicilio del difensore.

In aggiunta [art. 15.17 della convenzione di Lugano CL RS 0.275.12](#); Competenza in materia di contratti conclusi da consumatori.

[Art. 114](#) e [art.120 legge federale sul diritto internazionale privato \(LDIP\) RS 291](#): competenza in materia di diritto internazionale delle obbligazioni per quanto concerne i contratti dei consumatori.

Colophon

Editore	Agroscope Rte de la Tioleyre 4, Postfach 64 1725 Posieux www.agroscope.ch
Informazioni	morgane.jacobs@agroscope.admin.ch
Redazione	Morgane Jacobs
Copyright	© Agroscope 2023

Esclusione di responsabilità

Agroscope declina qualsiasi responsabilità in merito all'attuazione delle informazioni riportate. Si applica la giurisprudenza svizzera attuale.