

E.Commerce e contratti turistici



Mobile commerce

- attraverso smartphone e tab
- obbligo – per il fornitore- di adeguare i percorsi informativi e le modalità di conclusione del contratto (dir.2011/83/UE)
- Entro il 2015 il 50% delle transazioni sarà on line



Point and click

- Pressione *del tasto negoziale virtuale*
- Accettazione delle clausole con apposita sottoscrizione (“cliccata”)
- Accettazione delle policies di trattamento dati personali
- Percorso informativo attraverso link o frame



....ma in ogni caso,

informazione fornita in tempo utile su
supporto durevole

Corte Giustizia, sez. III, 19.07.2012

il sito internet non può qualificarsi supporto durevole, dal momento che si tratta di una web form in progress, disponibile (*modificabile*) dal professionista



Firma Digitale

- «Firma» quanto agli effetti
- «Sigillo» quanto all'uso

- «Firma non autografa»
 - tecnologia/grafia*
 - spersonalizzazione*
 - imputazione per titolarità dello strumento*

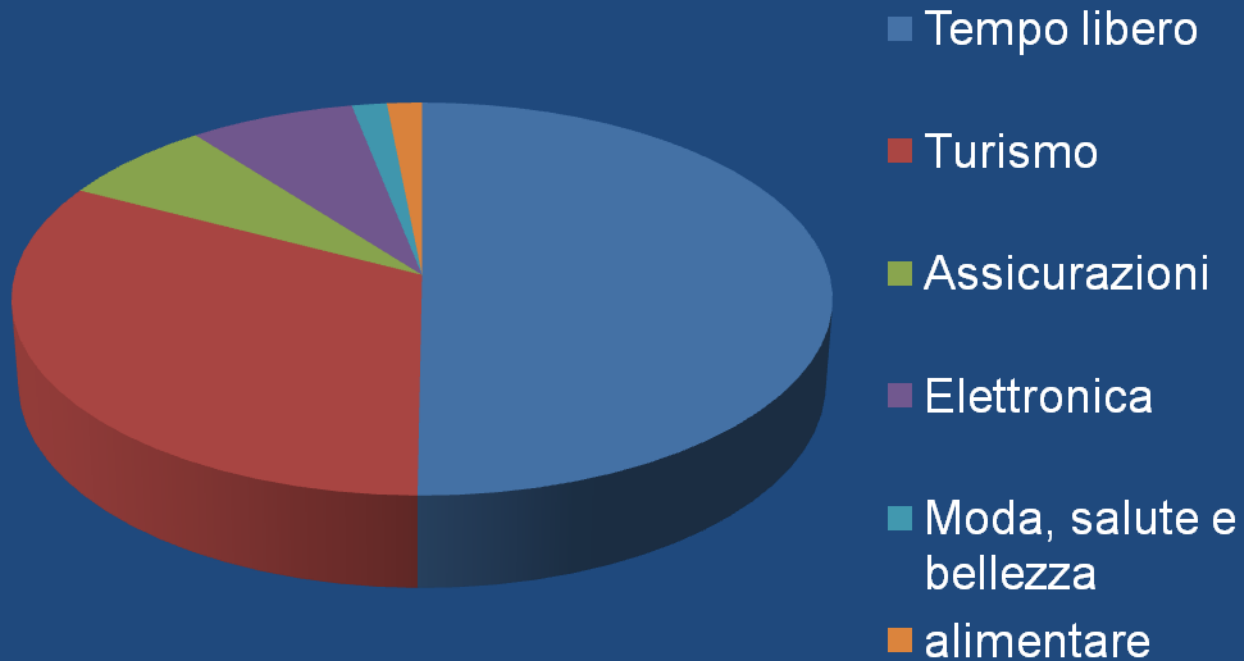
Dalla «paternità» alla «responsabilità» (Cons.Stato, 2005)



Evoluzione normativa

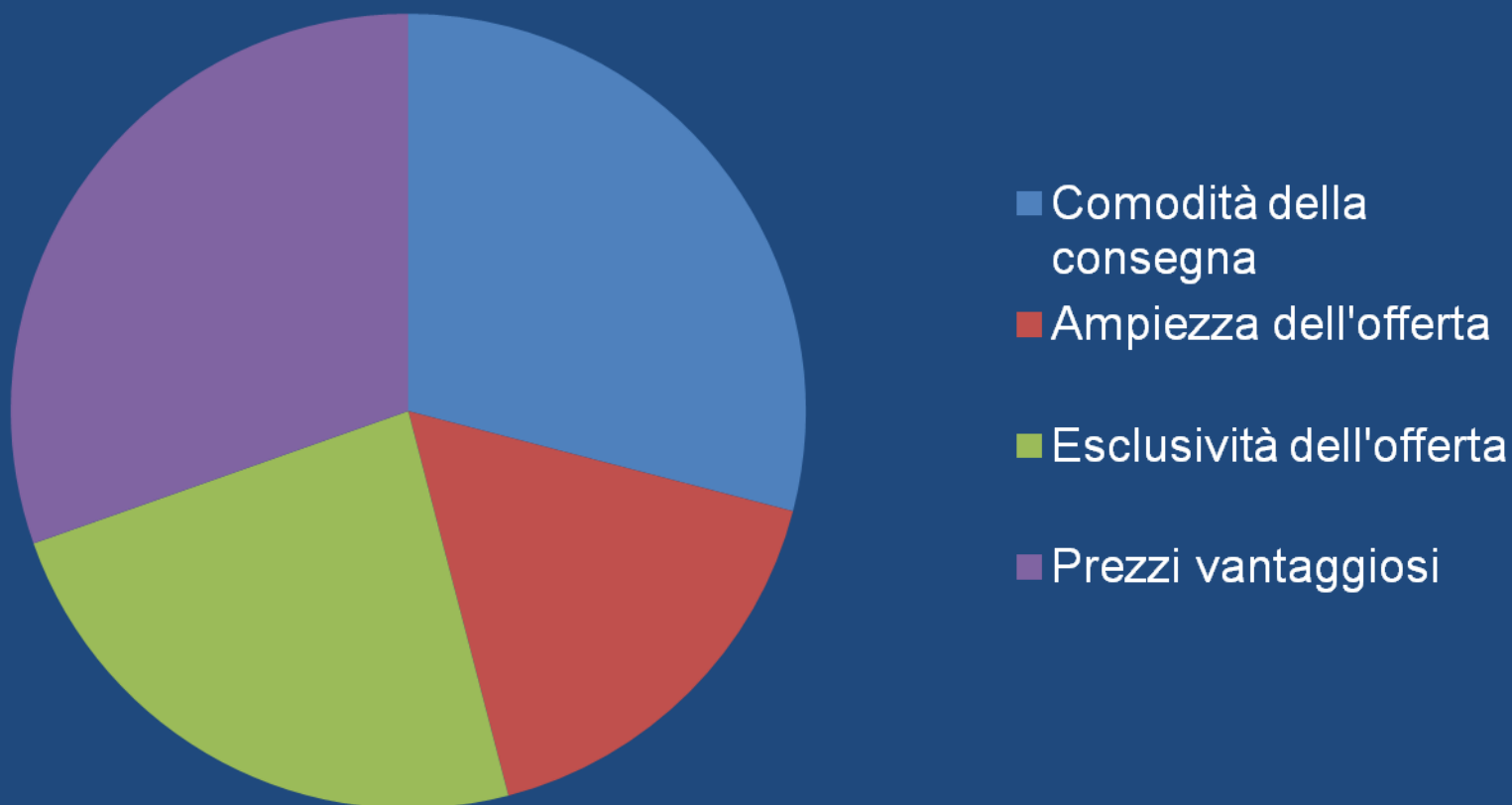
- D.P.R. 513/1997
- D.P.R. 445/2000 «vecchio» TUDA
- D.Lgs.10/2002 «nuovo» TUDA
- D.P.R. 137/2003
- D.Lgs.82/2005 CAD
- D.Lgs.110/2010 e D.Lgs.235/2010

E.Commerce Distribuzione del fatturato



La scelta dell'acquisto on line

Serie 1





I servizi web per il turismo

- Vendita diretta
- E.marketplace
- Portali turistici
- Sito vetrina
- Motori di ricerca
- Blog di viaggio
- Community
- Mailing list e newsletter



Prenotazione on line

- ☐ Offerta
- ☐ Richiesta disponibilità
- ☐ Conferma disponibilità
- ☐ Trasmissione dati
- ☐ Verifica dati e fattibilità
- ☐ Pagamento / Fatturazione
- ☐ Conferma pagamento
- ☐ Gestione scorte
- ☐ Sistema di pagamento
- ☐ consegna

Internet Vs Agenzie?

Verso la fine dell'intermediazione turistica?



L'agenzia di viaggio "on line"





I contratti di vendita di “pacchetti turistici on line”

- Artt.32-51 Codice del Turismo
- “anche tramite un sistema di comunicazione a distanza” (art.33);
anche in via telematica (art.35)
- Opuscoli informativi e materiali illustrativi divulgati per via telematica (art.38)



Le clausole relative ai “servizi accessori”

- Specifica approvazione
- Opzioni *opt-in*



La risoluzione delle controversie: le adr nel settore turistico

- Rapidità di tempi/ economicità dei costi
- Mediation // Customer care



Alcuni punti critici dei merchant italiani

- ❑ Sito in lingua straniera : 30%
- ❑ Operano solo in Italia: 45%
- ❑ Operano tramite “sito-vetrina”
- ❑ Scarsa presenza sui social
- ❑ Scarsa utilizzazione m.commerce
- ❑ Mancata utilizzazione adr

Le opzioni per un potenziamento

della presenza

- ❑ Social // Portali
- ❑ Siti istituzionali / Partnership
- ❑ Campagne mediatiche correlate ai gradi eventi

dell'efficienza

- ❑ Utilizzo delle lingue straniere
- ❑ Differenziazione delle offerte
- ❑ Servizi “opzionali” (collegati ad eventi, turismo culturale..)
- ❑ Disintermediazione