

Luglio 2020

Il Sole
24 ORE

E-COMMERCE

**Risvolti e implicazioni giuridiche e fiscali
Come avviare un'attività o trasformarne una esistente**

a cura di Antonio Iorio e Laura Ambrosi

- Privacy policy di un sito
- Il fisco nell'e-commerce diretto e indiretto
- I controlli del Fisco
- Pagamenti e restituzioni di denaro
- La gestione del personale impiegato, dei fornitori e dei resi
- Le vendite fuori dall'Italia



Sommario

Il nuovo quadro normativo per il commercio elettronico

Laura Ambrosi

» PAG 5

Le regole generali dell'e-commerce

Nel dettaglio: le condizioni generali che regolano la vendita online al consumatore e ne tutelano i diritti e quelle che invece disciplinano la vendita tra imprenditori

Silvia Frigo

e Alessandro Poletti

» PAG 8

La disciplina generale in materia di privacy

Il quadro di riferimento europeo sul trattamento dei dati personali e il principio di minimizzazione dei dati da seguire nella progettazione di un e-commerce

Maddalena Valli

» PAG 25

La privacy policy e gli adempimenti connessi

La tipologia di informativa sul trattamento dei dati personali prevede l'indicazione del titolare e degli altri soggetti responsabili dei dati nonché la spiegazione delle finalità del trattamento

Valentina Bordignon

e Maddalena Valli

» PAG 28

La gestione del dato personale

Le regole che le aziende devono seguire per effettuare la profilazione online degli utenti e per fornire l'informativa corretta ai fini del tracciamento dei dati raccolti con i Cookie

Maddalena Valli

» PAG 45

I rapporti con i fornitori

Come redigere il contratto con la web agency incaricata di sviluppare il sito e la digital strategy dell'azienda; come tutelarsi nelle relazioni con le società di logistica e di trasporto

Alessandro Poletti

e Silvia Frigo

» PAG 50

I rapporti con le piattaforme online nel B2B

Le nuove disposizioni europee che regolano le condizioni contrattuali tra gli utenti commerciali, le piattaforme online e i motori di ricerca, per garantire maggiore trasparenza ed equità

Alessandro Poletti

» PAG 56

Le potenzialità del Digital marketing

Per potenziare l'e-commerce interagendo con i social network, a partire da Facebook e Instagram, è necessario impostare una corretta e oculata Media social policy

Alessandro Poletti

e Silvia Frigo

» PAG 58

Il "trattamento" delle immagini

Le regole e il consenso per l'uso delle immagini che ritraggono persone note e non sui Siti per scopi promozionali, rispettandone il decoro, la reputazione e la privacy

Maddalena Valli

» PAG 61

La regolamentazione per i rapporti di lavoro

Le tipologie di contratti utilizzabili nell'ambito di attività digitali e nell'e-commerce, la loro regolamentazione e i diritti previsti. Le concrete modalità con le quali la prestazione lavorativa deve essere eseguita

Luciano Racchi

» PAG 64

La particolare disciplina riguardante i "Rider"

Secondo la Corte, proprio il fatto che le modalità luogo temporali della prestazione fossero decise dal committente, implicava una vera e propria "etero organizzazione" da parte del committente con gli effetti dell'art. 2 del Dlgs 81/2015

Luciano Racchi

» PAG 72

La gestione degli "esuberanti": licenziamenti individuali

Il licenziamento individuale di operai, impiegati e quadri, per essere legittimo, deve essere assistito da "giustificato motivo oggettivo", la cui definizione è data dall' art. 3 della legge 15 luglio 1966 n. 604

Luciano Racchi

» PAG 74

Sicurezza dei dati, lo sviluppo applicativo sicuro

Tutti i passaggi fondamentali per integrare la sicurezza in ogni fase ciclo di vita dello sviluppo di un software o di un sistema, a partire dal design sino alle modalità di monitoraggio del suo funzionamento

Roberto Chiodi

» PAG 77

Il glossario fiscale per l'e-commerce

Per individuare la territorialità di una transazione commerciale avente a oggetto servizi elettronici occorre accertare preliminarmente se il fruitore sia un soggetto passivo Iva o un privato consumatore

Leonardo Ferri de Lazara e Andrea Rigoni

» PAG 88

Il fisco nell'e-commerce indiretto

Il trattamento fiscale delle operazioni di commercio elettronico indiretto, in cui la rete funge solo da vetrina per la raccolta di ordini di beni materiali

Leonardo Ferri de Lazara e Andrea Rigoni

» PAG 89

Il fisco nell'e-commerce diretto

Il trattamento fiscale delle operazioni di commercio elettronico diretto, ovvero quando non solo l'ordine e il pagamento ma anche la consegna del "bene" avvengono online

Leonardo Ferri de Lazara e Andrea Rigoni

» PAG 103

I soggetti passivi d'imposta non Ue e regime speciale Iva

Se un soggetto passivo comunica allo Stato membro di identificazione che ha intenzione di usufruire del regime speciale, quest'ultimo si applica a decorrere dal primo giorno del trimestre successivo

Leonardo Ferri de Lazara e Andrea Rigoni

» PAG 109

I controlli fiscali nell'e-commerce

Le linee guida operative messe a punto dalla Guardia di Finanza e dall'agenzia delle Entrate per contrastare forme di evasione fiscale da parte degli imprenditori digitali

Laura Ambrosi e Antonio Iorio

» PAG 112

Proprietario ed editore
Il Sole 24 ORE S.p.A.

Presidente
EDOARDO GARRONE

Vice Presidente
CARLO ROBIGLIO

Amministratore Delegato
GIUSEPPE CERBONE

GRUPPO **ORE**

Responsabile di redazione
Irene Chiappalone

Coordinamento editoriale
Claudio Pagliara

Redazione
Alda Palma e Maria Cristina Origlia

Sede legale e direzione
Via Monte Rosa 91 - 20149 Milano
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta con mezzi grafici

e meccanici quali la fotocopiazione e la registrazione. L'Editore e gli Autori non potranno in alcun caso essere ritenuti responsabili, a qualsiasi titolo, nei confronti di qualsiasi terzo, per danni diretti o indiretti causati da/connesi alle informazioni contenute nella Guida e/o all'eventuale utilizzo delle stesse per qualsiasi finalità.

Servizio clienti
Tel. 02.30300600

servizioclienti.periodici@ilssole24ore.com

Questa pubblicazione è stata chiusa in redazione in data 30 giugno 2020.