



E-COMMERCE
opportunità e strumento di internazionalizzazione
12 maggio 2016

ore 9.30: inizio lavori

- 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)
 - 2.4 Vendita a portali e-commerce e/o shopping club specializzati che rivendono su internet (es.: Zalando, Yoox, Privalia, Dalani, LoveTheSign, ecc.)
- 3. Coordinare la vendita su internet con l'attività della propria rete di agenti e distributori**
 - 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 Cenni sul diritto di libera vendita online dei distributori in base alla normativa antitrust
- 4. I soggetti dell'e-commerce**
 - 4.1 L'impresa venditrice di prodotti e/o servizi
 - 4.2 L'acquirente (professionista o consumatore) dei prodotti e/o servizi
 - 4.3 Il fornitore e/o gestore dell'infrastruttura informatica
 - 4.4 Il fornitore dei sistemi di pagamento
 - 4.5 Il fornitore dei servizi di amministrazione e gestione degli incassi
 - 4.6 Il fornitore dei servizi di logistica, trasporto e consegna
 - 4.7 Il fornitore dei servizi di assistenza post-vendita e customer care
- 5. Architettura informatica e Web Marketing di un portale e-commerce**
 - 5.1 Le soluzioni proprietarie e Open Source: Magento, PrestaShop e altri
 - 5.2 La gestione dei contenuti dell'e-commerce, dai prezzi alle offerte personalizzate
 - 5.3 Motori di Ricerca: Google e gli e-commerce. Introduzione alla SEO
 - 5.4 Dal Keyword Advertising alle campagne di Branding
 - 5.5 Google Shopping
 - 5.6 Il ruolo dei Social Network, Facebook e le campagne di prodotto
 - 5.7 Direct Marketing, la fidelizzazione e le Newsletter
- 6. La regolamentazione contrattuale dei rapporti fra i soggetti dell'e-commerce**
 - 6.1 Le condizioni generali di contratto per l'e-commerce
 - 6.2 Il contratto con il fornitore della infrastruttura informatica
 - 6.3 Il contratto con il gestore della infrastruttura informatica
 - 6.4 Il contratto con gli istituti bancari fornitori dei sistemi di pagamento
 - 6.5 Il contratto con il fornitore dei servizi di logistica, trasporto e consegna
 - 6.6 Il contratto con il fornitore dei servizi di assistenza post-vendita e customer care
- 7. Il commercio elettronico nella disciplina comunitaria e nazionale: la direttiva 2000/31/CE, la direttiva 2011/83/UE e le normative nazionali di recepimento**
 - 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 diritto di recesso del consumatore
 - 7.5 Il contratto di vendita telematico: caratteristiche e modalità di perfezionamento
 - 7.6 Le condizioni generali di vendita, le clausole vessatorie e le criticità connesse alla loro approvazione: il "point and click"



- 7.7 Le clausole abusive nei contratti con i consumatori e i loro effetti sul contratto di vendita
- 7.8 Gli strumenti di pagamento
- 7.9 La garanzia sul prodotto spettante al consumatore
- 7.10 La legge applicabile e il foro competente nelle vendite tramite e-commerce

8. La protezione dei marchi e dei segni distintivi nell'e-commerce

- 8.1 L'utilizzo dei segni distintivi on-line
- 8.2 I nomi a dominio: natura e regime di protezione, procedure di riassegnazione
- 8.3 La protezione dei marchi e il loro utilizzo nel web: criticità e rimedi
- 8.4 Motori di ricerca e responsabilità nell'utilizzo di marchi altrui
- 8.5 Atti di concorrenza sleale on-line: cybersquatting o domain grabbing, typosquatting, uso di meta-tags, pratiche di linking e di traffic diversion

9. Cenni sugli aspetti fiscali del commercio elettronico

10. Cenni sul trattamento dei dati personali nel commercio elettronico

- 10.1 La definizione di dato personale nel contesto telematico
- 10.2 Individuazione e responsabilità dei soggetti che intervengono nel trattamento
- 10.3 Adempimenti specifici e in materia di trattamento di dati con strumenti elettronici
- 10.4 Profilazione degli utenti e utilizzo dei cookies: adempimenti e sanzioni

ore 17.30: chiusura lavori

RELATORI

- Avv. Tommaso Mancini, partner dello Studio Legale Bacciardi and Partners di Pesaro, specializzato in diritto del commercio internazionale
- Avv. Filomena Zonno, LL.M., membro dello Studio Legale Bacciardi and Partners di Pesaro, specializzato in contrattualistica internazionale
- Avv. Federico Ghini dello Studio Legale Corona-Catelli di Bologna, specializzato in diritto della proprietà intellettuale ed industriale
- Dott. Fabio Rocchi, Direttore Creativo, SEO Specialist di Procliv Webmarketing Albania sh.p.k., Servizi di Comunicazione Online

Si informano inoltre i partecipanti che il materiale proiettato sarà pubblicato al seguente link <http://www.slideshare.net/cciaapisa>.

Per ulteriori informazioni potete contattare Giusi Caltagirone, Ufficio Promozione e Internazionalizzazione, ai seguenti recapiti: tel. 050-512.255; e-mail: giuseppina.caltagirone@pi.camcom.it