

Educazione al consumo digitale consapevole.

Come vivere il digitale ed evitare le trappole?

Informazione, relazioni e rischi.

Rischi e insidie degli acquisti on-line: diritto di recesso, phishing e tutela dei dati personali



LABORATORIO CHIMICO
Camera di Commercio Torino

MOVIMENTO CONSUMATORI
Torino APS

RELATRICE
Avv. Sara Alice Sassone

2. Perché parlarne?

- Acquistare on-line è diventato quotidiano
- Convenienza e ampia scelta
- Ma aumentano anche:
 - frodi
 - siti contraffatti
 - costi nascosti
 - furto di dati
 - phishing

***Il consumatore
digitale deve
conoscere i propri
diritti e i propri rischi***

3. Agenda

- 1 I rischi degli acquisti on-line
- 2 Il diritto di recesso
- 3 Il Phishing e le nuove tecniche di frode
- 4 La tutela dei dati personali attraverso il GDPR

4. Prima di acquistare: chi c'è dall'altra parte?

Verificare sempre il venditore

- Denominazione e identità
- Indirizzo e contatti
- Partita IVA, quando prevista
- Condizioni generali di vendita
- Modalità di pagamento
- Tempi e costi di consegna
- Politiche di reso e recesso

Ultima occasione!

Solo tre pezzi disponibili!

 ***Prezzo troppo bello per essere vero?***
Fermarsi e verificare prima di pagare!

5. Le principali insidie dell'e-commerce

- Siti web falsi o contraffatti
- Venditori poco trasparenti
- Prodotti diversi da quelli pubblicizzati
- Recensioni manipolate
- Costi aggiuntivi o abbonamenti nascosti
- Mancata consegna
- Difficoltà nel rimborso
- Raccolta eccessiva di dati personali

6. I diritti fondamentali del consumatore

Il Legislatore ha previsto alcuni **strumenti di tutela** in materia di acquisti on line. Nello specifico il Codice del Consumo (D.LGS 206/2005) riconosce al consumatore delle tutele fondamentali quali:

- **Diritto a risolvere il contratto** in caso di mancata consegna del bene (art. 61);
- **Diritto di recesso** (artt. 52-59 Codice del Consumo): atto unilaterale che a determinate condizioni consente al consumatore di liberarsi unilateralmente dal vincolo contrattuale;
- **Garanzia legale di conformità** (artt. 128-135 Codice del Consumo): la garanzia per i vizi del bene che consente al consumatore di ottenere la riparazione o la sostituzione del prodotto difforme o, in ultima istanza, la restituzione del prezzo.
- **Risoluzione del contratto** (quando possibile - art. 1453 c.c.): rimedio giudiziale

Tali strumenti non possono tuttavia sempre garantire il consumatore dai rischi presenti nel web

7. Il diritto di recesso: posso cambiare idea?

Per gli acquisti a distanza, il consumatore ha **normalmente 14 giorni** per esercitare il diritto di recesso.

Non è necessario dimostrare un difetto del prodotto.

Il termine decorre, per i beni, normalmente dalla consegna.

Fonte: Codice del Consumo artt. 52-59 / AGCM

***È il cosiddetto:
DIRITTO DI
RIPENSAMENTO***

8. Attenzione alla "nuova" normativa: 14 o 30 giorni?

14 GIORNI

→ regola ordinaria per i contratti a distanza, compresi i normali acquisti on-line.

30 GIORNI

→ riguarda specifiche situazioni di contratti conclusi durante visite domiciliari non richieste o escursioni organizzate (*art. 52 Codice del Consumo*).

Quindi:

Non esiste una regola generale che abbia portato il recesso degli acquisti on-line a 30 giorni.

9. Art. 54-bis Codice del Consumo

Una **grande novità** è stata introdotta dal decreto legislativo 31 dicembre 2025, n. 209 nella regolamentazione della **contrattazione on line e riguarda i contratti conclusi successivamente al 19 giugno 2026.**

Per i contratti conclusi a distanza mediante una interfaccia on-line
Riguarda i contratti di **vendita mobiliare**, i contratti per la **prestazione di servizi non finanziari, materiali o intellettuali** (ad es. servizi di comunicazione elettronica), i contratti di **somministrazione di gas, acqua, energia elettrica e teleriscaldamento** e i contratti per la prestazione di **servizi digitali**.

10. Recesso: attenzione alle eccezioni

Il diritto di recesso **non si applica indistintamente a qualsiasi acquisto.**

Tra le principali fattispecie escluse o soggette a condizioni particolari:

- beni personalizzati
- beni rapidamente deperibili
- determinati prodotti sigillati aperti dal consumatore
- alcuni contenuti digitali
- altre ipotesi previste dal Codice del Consumo

***Prima di acquistare:
leggere le condizioni di
recesso***

11. Recesso ≠ garanzia

RECESSO

"Ho cambiato idea."



Diritto di ripensamento
nei casi previsti dalla
legge.

GARANZIA LEGALE

*"Il prodotto presenta un difetto
di conformità."*



Tutela relativa alla non
conformità del bene.

NON CONFONDIAMOLI

12. Phishing e Smishing e nuove tecniche di frode

MESSAGGIO / E-MAIL: "Il tuo pacco è bloccato"

"La consegna non può essere completata. Paga € 2,99. Clicca qui."

Il consumatore:

- 1.clicca sul link;
- 2.entra in un sito falso;
- 3.inserisce i dati;
- 4.fornisce quelli della carta;
- 5.riceve una richiesta di autenticazione;
- 6.autorizza inconsapevolmente l'operazione.

I € 2,99 erano soltanto l'esca

13. Come funziona il phishing?

Il criminale sfrutta le nostre emozioni

URGENZA

"Devi agire subito!"

PAURA

"Il tuo conto verrà bloccato!"

CURIOSITÀ

"Abbiamo rilevato un accesso sospetto."

FIDUCIA

"Messaggio della tua banca/corriere."

***Obiettivo:
farci agire prima
di farci pensare***

14. Come difendersi dal phishing?

Se arriva un messaggio dalla banca:

→ aprire autonomamente l'app ufficiale.

Se arriva un messaggio dal corriere:

→ verificare autonomamente la spedizione.

Se arriva una richiesta di pagamento:

→ controllare l'ordine attraverso il canale ufficiale.

Mai comunicare tramite messaggi inattesi:

- password
- PIN
- OTP
- codici di sicurezza
- dati completi della carta

***NON CLICCARE SUL
LINK RICEVUTO***

15. I nostri dati sono parte dell'acquisto - GDPR (Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati)

Durante un acquisto on-line possiamo fornire:

- nome e cognome
- indirizzo
- telefono
- e-mail
- dati dell'ordine
- informazioni di pagamento
- indirizzo IP
- dati di navigazione

***Sono dati personali?
Sì, quando consentono
di identificare o rendere
identificabile una
persona.***

Il riferimento principale è il Regolamento UE 2016/679 – GDPR.

16. Cosa protegge il GDPR?

Principi fondamentali

- Liceità e trasparenza
- Limitazione delle finalità
- Minimizzazione dei dati
- Esattezza
- Limitazione della conservazione
- Integrità e riservatezza

***Una domanda
fondamentale:
“Il sito sta
raccolgendo soltanto
i dati che gli
servono?”***

17. I diritti dei consumatori sui propri dati

Principi fondamentali

- Il diritto di accesso
- Il diritto di rettifica
- Il diritto alla cancellazione
- Il diritto di limitazione del trattamento
- Il diritto alla portabilità
- Il diritto di opposizione

I diritti previsti agli artt. 15-22 del GDPR possono essere esercitati dall'interessato (consumatore) nei confronti del titolare del trattamento

***Il consumatore non è soltanto un "cliente".
È il titolare dei propri dati personali***

18. I Cookie e il tracciamento on-line

- **Cookie tecnici:** necessari al funzionamento del sito; in genere non richiedono consenso, ma solo informativa
- **Cookie di profilazione:** analizzano il comportamento dell'utente consentono di creare profili e pubblicità personalizzata; richiedono il consenso
- Il tracciamento non avviene solo tramite cookie: esistono anche altre forme di tracking
- Il consenso deve essere **libero, specifico, informato ed inequivocabile**
- Non valgono come consenso: **silenzio, inerzia, caselle preselezionate o semplice scrolling**

Il consenso non può essere presunto: deve essere una scelta reale e consapevole dell'utente

19. Banner e controllo dell'utente

Il banner di cookie deve consentire di:

- accettare o rifiutare i cookie non necessari con pari facilità
- scegliere le singole categorie di cookie
- accedere all'informativa completa
- modificare o revocare il consenso in modo semplice
- evitare di riproporre continuamente una scelta già rifiutata

La privacy non è un ostacolo all'e-commerce: è una condizione di trasparenza e fiducia nel rapporto tra impresa e consumatore

20. Il valore dei dati personali

Nel commercio elettronico il consumatore non paga soltanto con il denaro: può “***pagare***” anche attraverso i propri dati e la propria attenzione.

Cookie e altre tecnologie possono consentire all’impresa di costruire un vero e proprio “**profilo digitale**” del consumatore.

I dati personali non sono “gratis”

21. Consenso al marketing e double OPT-IN

Chi decide il marketing deve poter dimostrare da dove proviene il consenso.

Garante della Privacy

Provvedimento n. 330/2025

Sanzione €45.000,00

1. MARKETING TRAMITE TERZI

- Il committente della campagna **rimane titolare** del trattamento.
- Non bastano clausole contrattuali o dichiarazioni di conformità dei partner.
- Obblighi di **selezione, controllo e vigilanza** sui fornitori (*accountability*).
- La responsabilità non si trasferisce semplicemente affidando il marketing a soggetti esterni.

2. CONSENSO: NON BASTA L'IP

Opt-in → azione positiva, libera e consapevole dell'utente.

Double opt-in → seconda conferma tramite e-mail/link.

Non è un obbligo espresso del GDPR, ma il Garante lo considera una misura minima di protezione e una best practice per documentare il consenso.

IP + data + ora, se privi di collegamento con il form e con la specifica finalità del consenso, **non sono sufficienti** a dimostrare la volontà dell'interessato.

Il titolare deve essere in grado di dimostrare la liceità del consenso, non limitarsi ad affermarne l'esistenza

22. Dati di pagamento, Data Breach e Sicurezza

DATI DELLA CARTA

- La memorizzazione dei dati per acquisti futuri è un **trattamento ulteriore** rispetto alla singola transazione.
- Il consumatore deve mantenere il **controllo sui propri dati di pagamento**.
- Prima di salvare una carta: **servizio affidabile + sistemi sicuri + reale necessità**.

DATA BREACH

- Violazione della sicurezza: perdita, distruzione, modifica, divulgazione o **accesso non autorizzato** ai dati personali.
- Il titolare deve gestire la violazione e, quando previsto, **notificare il Garante entro 72 ore** dalla conoscenza del breach.
- Nei casi previsti, deve essere informato anche l'**interessato**.
- **La sicurezza dei dati è un obbligo giuridico, non solo tecnico.**

SICUREZZA = RESPONSABILITÀ CONDIVISA

Impresa: misure tecniche e organizzative adeguate

Consumatore: password uniche · MFA · aggiornamenti · attenzione al phishing · alert bancari · mai condividere OTP/PIN

Privacy + Cybersecurity + Consumer Protection = un'unica esigenza di tutela

23. Le 10 regole del consumatore digitale

Prima di cliccare: FERMIAMOCI!

1. Verifichiamo il venditore
2. Controlliamo il prezzo finale
3. Conosciamo le condizioni di consegna e restituzione
4. Ricordiamo il diritto di recesso
5. Distinguiamo recesso e garanzia
6. Diffidiamo dei messaggi urgenti
7. Non clicchiamo automaticamente sui link
8. Non comunichiamo password, PIN e OTP
9. Proteggiamo e controlliamo i nostri dati
10. **In caso di dubbio: fermiamoci e verifichiamo**



24. Conclusioni: la sicurezza comincia prima del clic

Il consumatore digitale deve conoscere:

I PROPRI DIRITTI

I PROPRI DATI

I PROPRI RISCHI

CONSUMATORE CONSAPEVOLE

**Prima di consegnare denaro o dati:
fermarsi, controllare, pensare.**

Fonti:

- Regolamento (UE) 2016/679 – GDPR
- Codice del Consumo – D.Lgs. 206/2005
- Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato – AGCM
- Garante per la protezione dei dati personali – Garante Privacy

Per la parte sul recesso, la fonte AGCM conferma il termine ordinario di 14 giorni e le principali eccezioni.

Per phishing e smishing, il Garante Privacy mette a disposizione materiali specifici di prevenzione.

Per il GDPR, il riferimento è il Regolamento (UE) 2016/679 e la relativa documentazione del Garante Privacy.

GRAZIE