

Seminario di formazione specialistica

E-COMMERCE: opportunità e strumento di internazionalizzazione

20 OTTOBRE 2017

9,30 - 13,30 | 14,30 - 17,30

SAN BENEDETTO DEL TRONTO (AP), Hotel International, Viale Rinascimento n. 47

PROGRAMMA

- 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
 - 4.8
- 5. Le soluzioni tecnologiche in ambito e-commerce**
 - 5.1 Digital branding e reputation
 - 5.2 E-commerce e mobile: App vs Responsive
 - 5.3 E-commerce e mobile: confini e sinergie tra esperienza online e offline

- 5.4 Piattaforme e-commerce: Opensouce, software proprietari, Cloud online shopping cart
- 5.5 User-Experience e Design
- 5.6 Pricing e gestione del catalogo prodotti - strategie di prodotto
- 5.7 SEO e SEM per e-commerce
- 5.8 Inbound marketing e conversione
- 5.9 Metriche, statistiche e KPI per un e-commerce di successo

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 sul trattamento dei dati personali nel commercio elettronico

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

10. Cenni sugli aspetti fiscali del commercio elettronico

RELATORI

- **Avv. Enzo Bacciardi**, senior partner dello Studio Legale Bacciardi and Partners, specializzato in diritto del commercio internazionale;
- **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;
- **Dott. Abramo Franceschini**, Project Manager di ADRIALAB SRL, web agency del gruppo METISOFT;
- **Avv. Federico Ghini, LL.M., PhD**, dello Studio Legale Corona-Catelli di Bologna, specializzato in diritto della proprietà intellettuale ed industriale.