

CHECKLIST PER UN NUOVO BUSINESS ONLINE

Il passaggio dalla dimensione “analogica” e quella “digitale” porta con sé nuove opportunità. Internet è una vetrina eccezionale che offre grande visibilità. Una attività commerciale che prima poteva essere accessibile solo fisicamente, ad esempio nel proprio quartiere o nella propria città, ora diventa virtualmente accessibile a un pubblico molto più ampio. Il mercato di potenziali acquirenti si espande ed aumenta il raggio di azione dell’impresa che, tramite il servizio di consegna a domicilio, è ora in grado di raggiungere una platea di clienti sempre più vasta.

Così anche da un punto di vista legale il passaggio alla dimensione online comporta la necessità di approcciare tematiche nuove, o per lo meno suggerisce un cambio di prospettiva riguardo a temi legali tradizionali.

Ecco per punti una “checklist” dei temi che occorre a nostro avviso considerare o riconsiderare nell’ambito di questa transizione.

Tutela del brand

- ✓ Valutare l’eventualità di registrare il marchio o verificare l’adeguatezza del proprio portafoglio marchi rispetto al nuovo ambito territoriale di riferimento;
- ✓ Prima di procedere alla registrazione di nuovi marchi, verificare se si tratta di segni registrabili o comunque non interferenti con diritti anteriori di terzi;
- ✓ Valutare se procedere alla registrazione di layout o elementi grafici come design.

Informazioni e contenuti del sito

- ✓ Verificare che il nome di dominio selezionato non sia in conflitto con un marchio anteriore o altri segni distintivi altrui;
- ✓ Verificare che il vostro sito presenti i contenuti informativi minimi richiesti per legge;
- ✓ Porre attenzione nell’uso o creazione di contenuti (immagini, testi, etc.) per non incorrere in violazioni o plagi involontari di contenuti, opere o testi altrui (violazione di diritti d’autore, di diritti connessi, etc.);
- ✓ Verificare il proprio sistema di “link” verso siti di terzi per controllare che esso sia in linea con i principi di leale concorrenza.

Condizioni contrattuali e sito

- ✓ Individuare il proprio target: a seconda si tratti di consumatori o professionisti, potrebbero infatti essere necessari adattamenti;
- ✓ Nel caso di vendita ai consumatori, prestare particolare attenzione alla conformità rispetto alla normativa posta dal Codice del Consumo: capire, ad

esempio, se il vostro acquirente avrà diritto a recedere dal contratto entro 14 giorni o meno (diritto di recesso);

- ✓ Predisporre condizioni d'uso del proprio sito, a maggior ragione qualora sia consentito agli utenti di caricarvi contenuti in modo autonomo.

Privacy e sito

- ✓ Stabilire quali dati degli utenti verranno raccolti e per quali finalità vorrete trattarli;
- ✓ Costruire un sistema privacy coerente con tali presupposti, di agevole fruizione e in linea con la vigente normativa (informativa privacy, cookie policy, moduli di consenso).

Campagne di comunicazione

- ✓ Verificare eventuali promozioni e “claim” pubblicitari utilizzati, affinché essi non confliggano con la normativa applicabile;
- ✓ Verificare le proprie campagne su social media e le eventuali collaborazioni influencer e micro-influencer affinché la natura commerciale di tali iniziative sia trasparente e riconoscibile.

Contratti con i fornitori

- ✓ Se vengono coinvolti fornitori nella realizzazione del progetto online, valutare se vincolarli a confidenzialità;
- ✓ Esaminare con attenzione la contrattualistica proposta ed eventualmente negoziare, onde evitare incomprensioni o spiacevoli sorprese in un momento successivo (cessione diritti di proprietà intellettuale, caratteristiche nascoste del servizio, facoltà di modifica unilaterale delle condizioni contrattuali, e così via).

Per ulteriori informazioni:

Avv. Simone Pallavicini

simone.pallavicini@pallavicinilegal.com

+39 349 10 54 373

