

L'AZIENDA AGRICOLA NEL MERCATO GLOBALE

Dopo la splendida esperienza vissuta dallo Studio Partes lo scorso 29 novembre, a Villa Serena (Montebelluna), in occasione del convegno avente per tema "Il passaggio generazionale e la protezione del patrimonio", ecco presentarsi una seconda preziosa occasione il 5 dicembre, presso la sede di Confagricoltura a Treviso.

L'argomento trattato, assai interessante perché di grande attualità, è stato presentato con riferimento alla parte operativa e fiscale dell'argomento dalla Dott.ssa Nicoletta Gallina, con riferimento invece alla disciplina giuridica che regola l'e-commerce dall'Avv. Frida Del Din.

Secondo il Ministero dello Sviluppo Economico, la definizione di commercio elettronico è la seguente:

"lo svolgimento di attività commerciali e di transazioni per via elettronica che comprende diverse attività quali: la commercializzazione di beni e servizi, la distribuzione on line di contenuti digitali, l'effettuazione di operazioni finanziarie e di borsa, gli appalti pubblici e altre procedure di tipo transattivo della pubblica amministrazione".

Si è condotta durante l'incontro una riflessione su cosa rappresenti il commercio elettronico nel panorama attuale. Si tratta di un'opportunità oppure di una necessità?

A prescindere dalla risposta a tale quesito, anche in questo

caso, così come per il tema del passaggio generazionale, risulta fondamentale avere una consapevolezza di base su alcune nozioni e alcune regole che vanno a caratterizzare una modalità di commercializzazione sempre più diffusa, anche tra le aziende agricole. Innanzitutto sussistono alcune distinzioni sulle tipologie di commercio elettronico, che si suddividerebbe in:

- diretto, ossia casi di compravendita di beni immateriali digitali che non necessitano di supporti fisici per essere movimentati, perché scomponibili in "bit"

- indiretto, ossia i casi di compravendita di beni materiali in cui la transazione avviene per via telematica, mentre la consegna avviene necessariamente attraverso i canali tradizionali

Tale distinzione, spiegata nel dettaglio dalla Dott.ssa Gallina, rileva per la differente regolamentazione fiscale che ne deriva e per la quale il consulente che verrà interpellato dovrà fornire tutte le spiegazioni del caso.

Per avviare una qualsiasi forma di commercio elettronico esistono naturalmente alcune istruzioni operative da seguire che prevedono alcuni passaggi come la presentazione al Comune di residenza della Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA), la Comunicazione Unica al Registro delle Imprese e all'Agenzia delle Entrate, la comunicazio-

ne dell'indirizzo del sito web all'internet service provider e l'eventuale iscrizione al Vies. Doverosa parentesi è stata dedicata al settore vinicolo; da un sondaggio condotto da wine2wine (osservatorio di Vinitaly), il 40% delle aziende operanti in tale settore si sarebbe dichiarato soddisfatto del commercio elettronico e prevede un incremento dello stesso in futuro.

Il 51% delle cantine intervistate, operanti nell'e-commerce, utilizzerebbe per le vendite on line il proprio sito, mentre il 28% utilizzerebbe sia il proprio sito sia siti specializzati nella vendita di vino.

Si tratta di cifre che sottolineerebbero una forte operatività e un'importante crescita di tale modalità di vendita e commercializzazione.

La relazione presentata dall'Avv Frida Del Din parte da alcune interessanti osservazioni in merito al posizionamento del nostro paese nella classifica europea dei volumi prodotti dall'e-commerce.

L'Italia si trova al venticinquesimo posto, su un totale di ventotto paesi, precedendo solamente Bulgaria e Romania.

Le cause di tale diffidenza risiederebbero in una spiccata diffidenza da parte del consumatore italiano, nel timore di subire truffe o pratiche commerciali scorrette, di fornire i propri dati personali e difficoltà nel contattare il venditore in caso di problemi.

Anche sotto questo profilo una maggiore conoscenza



Studio Partes
DOTTORI COMMERCIALISTI
& AVVOCATI
studio@partes.it
Via Bassanese, 61/2
Montebelluna (TV)
Tel. +39 0423.614094
Fax. +39 0423.349911

della materia risulta essere fondamentale, perché, come illustrato dall'Avv Del Din nel corso dell'incontro, porta a scoprire che in realtà esiste una disciplina a tutela del consumatore a 360 gradi. Incrementare la diffusione della conoscenza di tali regole produrrebbe l'importante effetto di evitare da un lato di incorrere in sanzioni, dall'altro di tranquillizzare e fidelizzare il consumatore.

In estrema sintesi, le quattro regole di base che risulta fondamentale conoscere riguardano i seguenti ambiti:

- 1 Protezione dei dati personali, che non devono essere diffusi in maniera illegale
- 2 Cookies policy e le regole di navigazione all'interno dei siti
- 3 Dati aziendali e contrattuali, ossia gli obblighi informativi per specifici beni o servizi, le informazioni dirette alla conclusione del contratto, ecc.
- 4 Condizioni generali di vendita

La conoscenza del quadro normativo entro cui potersi muovere ed essere tutelati, sia dalla parte del venditore che dalla parte del consumatore, è quanto il nostro paese allo stato attuale necessita di implementare.

"Cambia prima di essere costretto a farlo" (Jack Welch, ex CEO General Motors)