



Make your product easier to buy than your competition, or you will find your customers buying from them, not you.

Rendi il tuo prodotto più facile da acquistare rispetto alla tua concorrenza, o troverai i tuoi clienti che acquistano da loro, non da te.



Mark Cuban

Dallas Mavericks, imprenditore statunitense

CHE COS'È LO SHOP ONLINE?

Il commercio online ha rivoluzionato il modo di acquistare e vendere, offrendo accesso immediato a prodotti e servizi ovunque e in qualsiasi momento.

Gli shop online uniscono innovazione digitale e nuove abitudini di consumo, garantendo sicurezza, trasparenza e correttezza nelle transazioni digitali, grazie a normative che regolano il commercio elettronico.



FOCUS PUNTI FORTI

Tipologie di compravendita online e normative di riferimento:

- › **e-commerce B2B: Business to Business**
nella compravendita tra imprese, si applicano il D.lgs. 70/2003 sul commercio elettronico e le norme generali sui contratti del Codice Civile, senza le tutele previste dal Codice del Consumo
- › **e-commerce B2C: Business to Consumer**
nella compravendita tra impresa e consumatore finale, si applicano il D.lgs. 70/2003, il Codice del Consumo (diritto di recesso, obblighi informativi, tempi di consegna, trasparenza sugli sconti), il GDPR per la protezione dei dati personali e il Regolamento UE 2023/988 sulla sicurezza dei prodotti
- › **e-commerce C2C: Consumer to Consumer**
la compravendita tra privati è regolata dal Codice Civile, mentre le piattaforme intermediarie (come marketplace e app di rivendita) sono soggette agli obblighi del D.lgs. 70/2003 in materia di servizi online e responsabilità

LINK UTILI CONTENUTI ONLINE



APPROFONDIMENTI

- › [Normativa ecommerce 2025: la guida aggiornata per vendere online](#)
- › [Che differenza c'è tra sito web e sito e-commerce?](#)
- › [Come gestire un ecommerce: la guida completa](#)
- › [Creare un sito ecommerce](#)



VIDEO

- › [E-commerce e rischi legali: come evitare sanzioni | Avv. Valerio Pandolfi](#)



STRUMENTI UTILI

- › [7 cose da sapere prima di aprire un e-commerce](#)
- › [E-commerce: serve la Partita IVA?](#)
- › [Email Marketing per e-commerce: 4 mail transazionali che devi avere!](#)
- › [SEO per eCommerce: strategie di posizionamento per un negozio online](#)



5 PASSAGGI DA COMPIERE PRIMA DI AVVIARE UNO SHOP ONLINE

01

APERTURA DELLA PARTITA IVA:

i primo passo è richiedere una Partita IVA, che identifica fiscalmente l'attività. Va indicato il codice ATECO 47.91.10, relativo alla "vendita al dettaglio di qualsiasi tipo di prodotto tramite Internet", e scelto il regime fiscale più adatto (forfettario o ordinario)

02

ISCRIZIONE ALLA CAMERA DI COMMERCIO:

completata l'apertura della partita IVA, è obbligatoria l'iscrizione al Registro delle Imprese presso la Camera di Commercio competente per territorio. Questa iscrizione formalizza l'avvio dell'attività commerciale

03

PRESENTAZIONE DELLA S.C.I.A. (SEGNALAZIONE CERTIFICATA DI INIZIO ATTIVITÀ):

la S.C.I.A. deve essere presentata allo Sportello Unico per le Attività Produttive (S.U.A.P.) del Comune di riferimento, per comunicare formalmente l'inizio dell'attività di e-commerce

04

ISCRIZIONE ALL'INPS:

se l'attività è svolta in forma individuale, è necessaria l'iscrizione alla Gestione Artigiani e Commercianti dell'INPS per il versamento dei contributi previdenziali obbligatori

05

APERTURA DI UNA POSIZIONE ASSICURATIVA PRESSO L'INAIL:

se l'attività prevede l'impiego di personale o rischi connessi al lavoro (come la gestione di magazzini o spedizioni), è necessario aprire una posizione assicurativa INAIL, per garantire la copertura contro infortuni e malattie professionali

SUGGERIMENTI NON DIMENTICARTI DI ...

Elementi obbligatori che devono essere presenti all'interno del tuo shop online:

Privacy Policy (in conformità al GDPR)	Termini e condizioni generali di vendita (modalità di pagamento, consegna, garanzie, diritto di recesso e assistenza post-vendita)	Conferma ordine via email (inviata automaticamente al cliente dopo l'acquisto, con riepilogo di prezzo, prodotti e condizioni)
Cookie Policy e banner di consenso	Informazioni chiare su prezzi e spedizioni (prezzi totali comprensivi di tasse, eventuali costi aggiuntivi e tempi di consegna devono essere specificati prima dell'acquisto)	Diritto di recesso entro 14 giorni (modulo e istruzioni chiare per l'esercizio del diritto)
Identità e contatti del venditore (denominazione, sede legale, partita IVA, e recapiti)	Pulsante d'acquisto inequivocabile (deve indicare chiaramente l'obbligo di pagamento, ad esempio: "Acquista ora")	Pagamenti sicuri o gestiti da piattaforme certificate (SSL, gateway sicuri come PayPal, Stripe, ecc.)

CASE STUDY UNA CAMPAGNA DI SUCCESSO

2019 - Il Mannarino

Il Mannarino nasce come macelleria-ristorante di quartiere, fondata da tre giovani imprenditori con l'obiettivo di valorizzare la carne italiana di qualità e la tradizione delle botteghe.

La svolta digitale: nel 2020, durante la pandemia, Il Mannarino lancia il proprio shop online per vendere carne e prodotti selezionati con consegna a domicilio. In poche settimane il canale online genera un fatturato superiore ai punti vendita fisici.

Oggi Il Mannarino è un brand multicanale con punti vendita, ristorazione e un e-commerce consolidato. Un esempio di come la digitalizzazione possa innovare un mestiere tradizionale senza snaturarne l'identità.



[Guarda lo spot](#)

01
Cos'è l'IA

02
Creare testi con l'IA

03
Privacy Policy

04
Cookies Policy

05
Sicurezza informatica

06

