

INDICE

Sezione I

Inquadramento del Fenomeno

<i>La sfida della rivoluzione digitale e dell'e-commerce. L'impatto sul sistema delle imprese italiane, di Lorenzo Zanni</i>	9
1. Premessa.	9
2. La trasformazione digitale: una modifica di scenario competitivo.	9
3. L'impatto di Internet sull'economia italiana e le possibili risposte aziendali.	12
4. La sfida della rivoluzione digitale per il sistema delle PMI italiane: rischi ed opportunità ...	16
5. Le implicazioni della rivoluzione digitale sul marketing	20
 <i>Web marketing ed e-commerce, di Quirino Picone</i>	23
1. Il web marketing: premessa.	23
2. Il piano di web marketing	24
3. Gli strumenti promozionali del web marketing	26
4. Touchpoint	26
5. Google AdWords.	27
6. E-commerce: premessa	28
7. Il negozio tradizionale ed il negozio on line	30
8. Make or Buy: piattaforme e software	33
9. <i>The long tail</i> : il modello coda lunga	33
10. Le regole della coda lunga	35
11. Long Tail e SEO	36
12. Monitoraggio dell'efficacia	36
 <i>L'e-commerce ed i profili di diritto dell'impresa: il quadro normativo, di Ciro G. Corvese</i>	39
1. Oggetto e limiti dell'intervento.	39
2. La ricerca dei caratteri tipologici specifici dell'impresa e-commerce: il profilo organizzativo	41
3. La disciplina applicabile all'impresa e-commerce: premessa	43
4. Il decreto Bersani: l'attività di e-commerce con particolare attenzione alla esclusione di imprenditori agricoli ed artigiani	44
5. I profili di diritto dell'impresa nel d.lgs. 9 aprile 2003, n. 70: i servizi della società dell'informazione e la responsabilità del <i>provider</i>	49
6. Brevi osservazioni riassuntive.	54

<i>E-commerce e imposizione tributaria: attualità e prospettive,</i> di Antonio Marinello	57
1. <i>E-commerce</i> e imposizione tributaria: considerazioni introduttive	57
2. La <i>digital economy</i> e la nuova dimensione della territorialità nell'imposizione diretta	59
3. La territorialità nell'imposizione diretta e la nozione di stabile organizzazione.	61
4. La stabile organizzazione nel commercio elettronico.	63
5. <i>Digital economy</i> e <i>aggressive tax planning</i> : l'azione dell'OCSE.	68
6. Le proposte dell'OCSE per la tassazione dei redditi prodotti attraverso l' <i>e-commerce</i> : la " <i>digital presence</i> ".	70
7. La recente evoluzione in materia di servizi elettronici nell'Iva	72
8. La via italiana alla tassazione dell' <i>e-commerce</i> : l'eterno ritorno della " <i>web tax</i> ".	74
9. La stabile organizzazione "virtuale": profili di criticità della nuova proposta di legge italiana e considerazioni conclusive	76

<i>Profili contrattuali del commercio elettronico,</i> di Massimo D'Auria.	79
1. Contratto telematico e disciplina generale del contratto	79
2. Profili di diritto comunitario	80
3. Profili civilistici.	82
4. Profili dogmatici	84

<i>Commercio elettronico e diritto dei servizi di pagamenti: uno sguardo ai pagamenti mobile nell'ordinamento italiano,</i> di Gabriella Gimigliano	87
1. Introduzione	87
2. I Pagamenti <i>Mobile</i> : Aspetti Funzionali	89
3. Servizio di Pagamento e <i>M-Payment</i>	92

Sezione II

Approfondimento delle Problematiche

<i>Responsabilità degli intermediari bancari e finanziari e sistemi di internet banking: aggressione informatica e protezione del cliente,</i> di Marilena Rispoli Farina	97
1. Premessa	97
2. Gli obblighi di comportamento del cliente	98
3. Responsabilità della banca e del cliente nelle operazioni <i>on line</i>	100
4. Distribuzione del rischio e onere della prova nelle operazioni contestate	102
5. Il cd. principio di inversione dell'onere della prova. Portata e fondamento.	104
6. Le decisioni dei Collegi ABF in tema di <i>phishing</i>	106
7. Il caso del <i>Man in the browser</i> e la decisione del Collegio di coordinamento	108

<i>La prestazione di servizi e strumenti di pagamento a distanza: l'impatto degli orientamenti dell'Arbitro Bancario Finanziario</i> , di Gennaro Rotondo	119
1. Premessa. Sistemi di <i>Alternative Dispute Resolution</i> e prestazione di servizi di pagamento. .	119
2. Gli orientamenti dell'ABF in materia di operazioni di pagamento <i>online</i> non autorizzate . .	121
3. Criteri di imputazione del rischio: responsabilità del prestatore e colpa grave dell'utilizzatore	123
4. Applicazione della franchigia ai rimborsi delle operazioni disconosciute dal cliente	126
5. La clonazione di strumenti di pagamento abilitati all'operatività <i>online</i>	128
6. La perizia sulle carte di debito per conto dei marchi "Bancomat" e "Pagobancomat"	130
7. Osservazioni conclusive	131
<i>Standardizzazione delle clausole contrattuali di somministrazione di servizi cloud e benessere del consumatore</i> , di Davide Mula	133
1. I servizi di <i>cloud computing</i> ed il benessere del consumatore	133
2. Il contratto di fornitura di servizi <i>cloud</i>	137
2.1. La natura del contratto di fornitura di servizi <i>cloud</i>	137
2.2. La prassi contrattuale in materia di <i>cloud computing</i>	143
3. La standardizzazione delle clausole dei contratti di fornitura di servizi <i>cloud</i>	146
4. Conclusioni	149
<i>Commercio elettronico e tutela dei dati personali</i> , di Elena Maggio	151
1. Il quadro normativo generale della tutela dei dati personali.	151
2. Il trattamento dei dati nell'ambito del commercio elettronico	152
2.1. La pubblicità commerciale <i>on line</i>	156
3. L'acquisizione dei dati per finalità promozionali nell'ambito del commercio elettronico	158
4. Conclusioni	163
<i>E-commerce: il punto di vista della Guardia di finanza</i> , di Luca Albertario e Roberta De Benedetto	165
1. Premessa	165
2. L' <i>e-commerce</i> : definizione e classificazione.	167
3. Regime fiscale dell'economia digitale	168
3.1. Imposte dirette	173
3.2. Imposte indirette	176
3.3. <i>Web tax</i> o tassa antielusione.	176
4. La contraffazione <i>on-line</i>	179
4.1. La normativa nazionale anticontraffazione: quadro di sintesi	180
5. La Guardia di Finanza.	182
5.1. Ruoli, compiti in materia e potenziamento	182
5.2. La Guardia di Finanza e il <i>cyber crime</i>	184
Elenco degli autori	186