

COVID-19 E E-COMMERCE

IL SETTORE MODA

DE BERTI JACCHIA FRANCHINI FORLANI
STUDIO LEGALE

La diffusione pandemica del Covid-19 e il (doveroso) susseguirsi di indicazioni da parte del Governo riconducibili al noto hashtag *#ioRestoaCasa* hanno comportato una diffusione sempre maggiore dell'e-commerce.

Le persone che, giustamente, seguono le prescrizioni e stanno effettivamente a casa, hanno trovato nelle vendite via internet un metodo per soddisfare le esigenze più svariate. Da quelle primarie a quelle meno primarie (ma in un momento di crisi nel quale ci si confronta con la propria capacità di resistenza all'isolamento, anche definire cosa sia primario e cosa non lo sia è compito non agevole).

Due tra i più recenti Decreti del Presidente del Consiglio, tuttavia, rispettivamente il DPCM 11 marzo 2020 e il DPCM 22 marzo 2020 hanno destato non pochi interrogativi circa la legittimità del commercio via internet a seguito della "stretta" del Governo su di un ampio numero di attività produttive e commerciali che sono state sospese per motivi di tutela della salute pubblica (evitare assembramenti *in primis* e favorire la rarefazione sociale).

Non pochi commentatori si sono chiesti se il commercio via internet fosse ancora possibile e se, soprattutto, potesse essere svolto regolarmente da imprese il cui codice Ateco non rientrava tra quelli autorizzati ad operare ai sensi dell'Allegato 1 del DPCM 22 marzo 2020. Uno dei settori più colpiti dall'incertezza è quello della moda. Certamente vitale per la nostra economia ma altrettanto certamente non incluso in nessuno dei codici Ateco non sospesi.

In effetti il tema non è di immediata soluzione e stiamo tutti, per così dire, "*scrivendo sull'acqua*". I provvedimenti governativi (e non) si susseguono con difficoltà di interpretazione dei contenuti, delle fonti (anche con riguardo alla gerarchia) e degli interessi tutelati.

Ovviamente a chiudere tutto non si sbaglia mai. Il punto però è se questa soluzione, con le ricadute in termini economici e sociali oltre che con gli effetti in termini di concorrenza e perdita di quote di mercato che comporta, sia l'unica consentita dalle norme e, anche, la più giusta dato il contesto. Nutriamo dei dubbi al riguardo.

Partiamo dall'inizio. Le fonti normative di riferimento sono molteplici (ovviamente si potrebbe dire che sono importanti tutti i provvedimenti susseguiti dalla dichiarazione dello stato di emergenza con delibera del Consiglio dei Ministri del 31 gennaio 2020), ma le più rilevanti in questo momento paiono le seguenti:

- DPCM 22 Marzo 2020 emanato dal Presidente del Consiglio dei Ministri e relativi allegati;
- DPCM 11 Marzo 2020 emanato dal Presidente del Consiglio dei Ministri e relativi allegati;
- Ordinanza 514 del 21 marzo 2020 emanata dalla Regione Lombardia come modificata dall'Ordinanza n. 515 del 22 marzo 2020 (di seguito "*Ordinanza n. 514/515*") e relativi allegati.

È sulla base di queste fonti che proveremo a svolgere un ragionamento che, a nostro avviso, porta a ritenere legittima la prosecuzione del servizio di vendita via internet per tutti i settori del commercio, ivi inclusa *in primis* la moda (ovviamente nel rigoroso rispetto di tutte le prescrizioni per la tutela dei dipendenti e della salute collettiva).

Il DPCM 22 marzo 2020 certamente ha imposto una stretta alle attività consentite in Italia, sospendendo molte attività produttive quanto commerciali. Su questo non vi può essere dubbio.

Tuttavia, con riguardo alle attività commerciali, per una individuazione di quelle consentite in via eccezionale, il DPCM 22 marzo 2020 effettua un duplice rinvio. Da un lato identifica come consentite le attività commerciali di cui all'Allegato 1 (identificate per codice Ateco, si tratta, nella quasi totalità, attività di commercio all'ingrosso) e dall'altro **rimanda**, per le ulteriori attività commerciali permesse, **al precedente DPCM 11 marzo** ("*Resta fermo, per le attività commerciali, quanto disposto dal decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 11 marzo 2020 e dall'ordinanza del Ministro della salute del 20 marzo 2020*" Art. 1, co. 1, lett a)).

Il DPCM 11 marzo 2020, regolando le attività commerciali, recita così: "*1) Sono sospese le attività commerciali al dettaglio, fatta eccezione per le attività di vendita di generi alimentari e di prima necessità individuate nell'allegato 1. (...) Deve essere in ogni caso garantita la distanza di sicurezza interpersonale di un metro.*"

Analizzando l'allegato 1 del DPCM 11 marzo 2020, che individua quelle che sono "*le attività di vendita di generi alimentari e di prima necessità individuate*" troviamo incluso espressamente il "**Commercio al dettaglio di qualsiasi tipo di prodotto effettuato via internet**".

La dicitura "*di qualsiasi tipo di prodotto*" non può che voler dire "*di qualsiasi tipo di prodotto*". Si perdoni lo slancio lapalissiano, ma qualunque regola basilare di tecnica redazionale normativa avrebbe imposto, se si fosse voluto limitare la tipologia di prodotti commerciabili via internet, di scrivere l'articolo in modo diverso. Mi pare, in altre parole, difficile sostenere che quello che è scritto in modo così semplice non significhi quello che significa.

Il DPCM 22 marzo 2020 non ha in alcun modo abrogato o inciso su questa previsione che è anzi espressamente richiamata.

Qualche osservatore critico, che giunge a conclusioni diametralmente opposte rispetto a quelle qui suggerite, fa appello alla *ratio* della norma che voleva sospendere quante più attività possibili, non mantenerle aperte¹.

¹ Una lettura più rigida della norma emanata domenica 22 marzo u.s. e come tale maggiormente restrittiva è stata anche svolta sulla scorta del ragionamento che non essendo il codice Ateco di molti dei soggetti che svolgono attività di e-commerce (soprattutto, appunto, nella moda) compreso dell'Allegato 1 del DPCM 22 marzo 2020, tali soggetti non dovrebbero operare *tout court*, così rendendo irrilevante il dibattito circa la legittimità dell'attività online. C'è poi chi ha introdotto distinzioni tra quelle imprese che gestiscono la logistica e l'e-commerce internamente (nel qual caso l'attività

Ma anche questa argomentazione non convince. Premesso che una interpretazione teleologica e soggettiva della norma si scontra – come visto - con un dettato letterale assai difficilmente superabile, v'è anche l'osservazione, se di *ratio* si vuole parlare, che anche la ragione che porta all'apertura del commercio via internet è meritevole di tutela. In un momento nel quale l'imperativo categorico per la tutela della salute pubblica è il "restate a casa", con la chiusura di tutti gli esercizi commerciali al dettaglio su strada, il mantenimento della vendita a distanza (sono mantenuti anche i servizi di vendita per corrispondenza o per televisione) con consegna al domicilio risponde ad una esigenza pubblica di tutela primaria della salute. Sono i beni a raggiungere le persone, non viceversa.

E difficile è anche distinguere quali beni possano essere legittimamente venduti via internet sulla base della loro essenzialità. Si entrerebbe in un ginepraio di difficile soluzione univoca, quanto meno in una democrazia.

Risulta ragionevole ritenere, in sostanza, **che il Governo abbia voluto espressamente mantenere in vita il commercio a distanza**, l'unico – si passi il gioco di parole - che favorisce il distanziamento sociale

Che l'interpretazione suggerita possa essere l'interpretazione legittima ce lo pare confermare l'Ordinanza n. 514/515 (pur nei limiti gerarchici del suo valore come fonte) che – emanata (nella versione numerata con 515) successivamente al DPCM 22 marzo 2020 e modificata con l'intervento del Prefetto in rappresentanza dello Stato - consente espressamente nel suo allegato 1 il "*Commercio al dettaglio di qualsiasi tipo di prodotto effettuato via internet*", ancora una volta con formula ampia e senza distinzioni di sorta.

Quanto sopra descritto si applica quanto meno alle imprese con sede nella Regione Lombardia. Discorso diverso e soggetto a valutazioni caso per caso sarà da fare alla luce di norme eventualmente più restrittive previste dalle altre Regioni italiane.

Un'osservazione conclusiva. Il 23 marzo 2020 il Governo sembra essersi "autointerpretato", così dando un conforto anche a coloro che privilegiano l'interpretazione soggettiva. Nelle FAQ sul sito www.governo.it viene espressamente riportato "*Domanda: Ho un sito per la vendita di prodotti online. Posso continuare l'attività di vendita? Risposta: Sì, l'attività di commercio di qualsiasi prodotto effettuato online ovvero mediante altri canali telematici è sempre consentita alla luce della disciplina per gli esercizi commerciali prevista dall'allegato 1 del DPCM 11 marzo 2020, ancora vigente*". Pare una dichiarazione piuttosto netta e difficilmente suscettibile di interpretazione opposta. Analoga posizione sembra aver preso oggi Confcommercio (<https://www.confcommercio.it/-/faq-coronavirus-dpcm-marzo>) dando analoga indicazione ai propri associati, coerente con quanto sopra esposto.

26 marzo 2020

sarebbe vietata) e chi invece si affida interamente a soggetti terzi con codice Ateco (verosimilmente il 52) inclusi nel DPCM 22 marzo 2020. Il comune denominatore di queste interpretazioni è il peso dato al codice Ateco, ossia all'indicatore che il Governo ha usato per catalogare le attività essenziali. Si torna, nuovamente, ad una interpretazione sulle finalità ultima della norma.

I nostri contributi di informazione e aggiornamento sulla crisi del Covid-19 e sulle sue implicazioni sono uno sforzo collettivo dello Studio ed una iniziativa di servizio. Per sottolinearlo, gli autori hanno rinunciato ad indicare il proprio nome in calce ai singoli lavori. Il presente articolo ha esclusivamente finalità informative e non costituisce parere legale.

*Our contributions of information and update on the Covid-19 crisis and its implications constitute a collective effort of the Firm and an initiative of service. For such reason, the authors decided not to sign individually their works and articles.
This article is exclusively for information purposes, and should not be considered as legal advice.*

MILANO

Via San Paolo, 7 · 20121 Milano, Italia
T. +39 02 72554.1 · F. +39 02 72554.400
milan@dejalex.com

ROMA

Via Vincenzo Bellini, 24 · 00198 Roma, Italia
T. +39 06 809154.1 · F. +39 06 809154.44
rome@dejalex.com

BRUXELLES

Chaussée de La Hulpe 187 · 1170 Bruxelles, Belgique
T. +32 (0)26455670 · F. +32 (0)27420138
brussels@dejalex.com

MOSCOW

Ulitsa Bolshaya Ordynka 37/4 · 119017, Moscow, Russia
T. +7 495 792 54 92 · F. +7 495 792 54 93
moscow@dejalex.com