

La contabilizzazione delle vendite ecommerce tramite carte di credito

di [Antonino & Attilio Romano](#)

Pubblicato il 13 Novembre 2023

Attraverso il commercio elettronico gli utenti hanno la possibilità di concludere contratti, anche senza la presenza simultanea delle parti in uno stesso luogo fisico, tramite l'utilizzo di strumenti telematici, utilizzando l'accesso alla rete Internet.

Nella pratica commerciale, tra i metodi di pagamento più utilizzati figurano le carte di credito che consentono di effettuare i pagamenti, ed in alcuni casi, anche di ricevere incassi.

Esaminiamo le modalità di contabilizzazione di tali transazioni.

Le vendite tramite carte di credito: ambito normativo

La nozione di "commercio elettronico" risulta dalla definizione data nella **Comunicazione della Commissione europea n. 157 del 1999**, titolata "Un'iniziativa europea in materia di commercio elettronico".

Per commercio elettronico deve intendersi:

"...lo svolgimento di attività commerciali e di transazioni per via elettronica e comprende attività diverse quali: la commercializzazione di beni e servizi per via elettronica; la distribuzione on-line di contenuti digitali; l'effettuazione per via elettronica di operazioni finanziarie e di borsa; gli appalti pubblici per via elettronica ed altre procedure di tipo transattivo delle Pubbliche Amministrazioni..."



La Comunicazione europea n. 157 del 1999, è stata attuata attraverso l'emanazione della Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio n. 31 dell'8 giugno 2000, che ha definito il concetto di servizi della società dell'informazione, individuati nelle attività prestate, dietro retribuzione, a distanza, per via

elettronica, mediante apparecchiature elettroniche di elaborazione (compresa la compressione digitale) e di memorizzazione di dati, e a richiesta individuale di un destinatario di servizi.

In Italia, il recepimento della **Direttiva comunitaria n. 2000/31/E**, è intervenuto attraverso:

- il **D.lgs. 9 aprile 2003, n. 70**, che ha disciplinato taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione ed in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno;
- il **D.lgs. 6 settembre 2005, 206, definito (Codice del Consumo)**.

Le due fonti normative prevedono una serie di disposizioni, dettate a tutela sia del venditore che del consumatore, che un sito di commercio elettronico deve rispettare per essere a norma di legge^[1].

Va tuttavia osservato che il Legislatore italiano, attraverso l'art. 4, comma 1, punto 3, lett. h) aveva del D.lgs. 31 marzo 1998, n. 114, aveva ricompreso tra le forme speciali di vendite al dettaglio, quella effettuata *"...per mezzo di apparecchi automatici..."*.

Il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato, Direzione generale del commercio, delle assicurazioni e dei servizi, con Circolare n. 3487/c del 1° giugno 2000, recante la disciplina della vendita di beni tramite mezzo elettronico, aveva già illustrato alla luce di quanto previsto dall'art. 18, D.lgs. n. 114/98, gli obblighi imposti a coloro che esercitavano il commercio elettronico, in gran parte riprodotti nel D.lgs. n. 70/2003.

Tipologie di e-commerce

In linea generale esistono due fattispecie di e-commerce può essere: **e-commerce indiretto ed e-commerce diretto**.

La **prima** modalità di vendita si realizza **qualora la transazione con il cliente avvenga on-line ma il bene materiale gli venga consegnato in modo tradizionale, ad esempio, tramite vettore**.

Invero, se i beni immateriali non devono essere fisicamente consegnati, si avrà **e-commerce diretto ove l'utente ottiene telematicamente i beni**; si pensi ad esempio all'**acquisto di beni dematerializzati tramite download**^[2].

Nell'ambito dell'attività di **commercio elettronico** possono essere ulteriormente distinte, **in merito alle parti contrattuali**, quattro tipologie:

- **B2B (business to business);**
- **B2C (business to consumer);**
- **C2C (consumer to consumer);**
- **C2B (consumer to business).**

Il **B2B** si riferisce agli scambi elettronici di prodotti, servizi o informazioni tra aziende. Ad esempio: directory o siti web di scambio di prodotti o forniture che consentono alle aziende di conoscersi a vicenda e di conoscere ciò che viene venduto.

Il **B2C** è ritenuta la parte *"commerci"*

Abbonati per poter continuare a leggere questo articolo

Progettato e realizzato da professionisti, per i professionisti, ogni piano di abbonamento comprende:

- contenuti autorevoli, puntuali, chiari per aiutarti nel tuo lavoro di tutti i giorni
- videoconferenza, per aggiornarti e ottenere crediti formativi
- una serie di prodotti gratuiti, sconti e offerte riservate agli abbonati
- due newsletter giornaliere

A partire da 15€ al mese

Scegli il tuo abbonamento