



*Avvocati per  
l'imprenditore*

**Condizioni generali  
e informativa  
privacy:  
bando al  
"copia-incolla"**

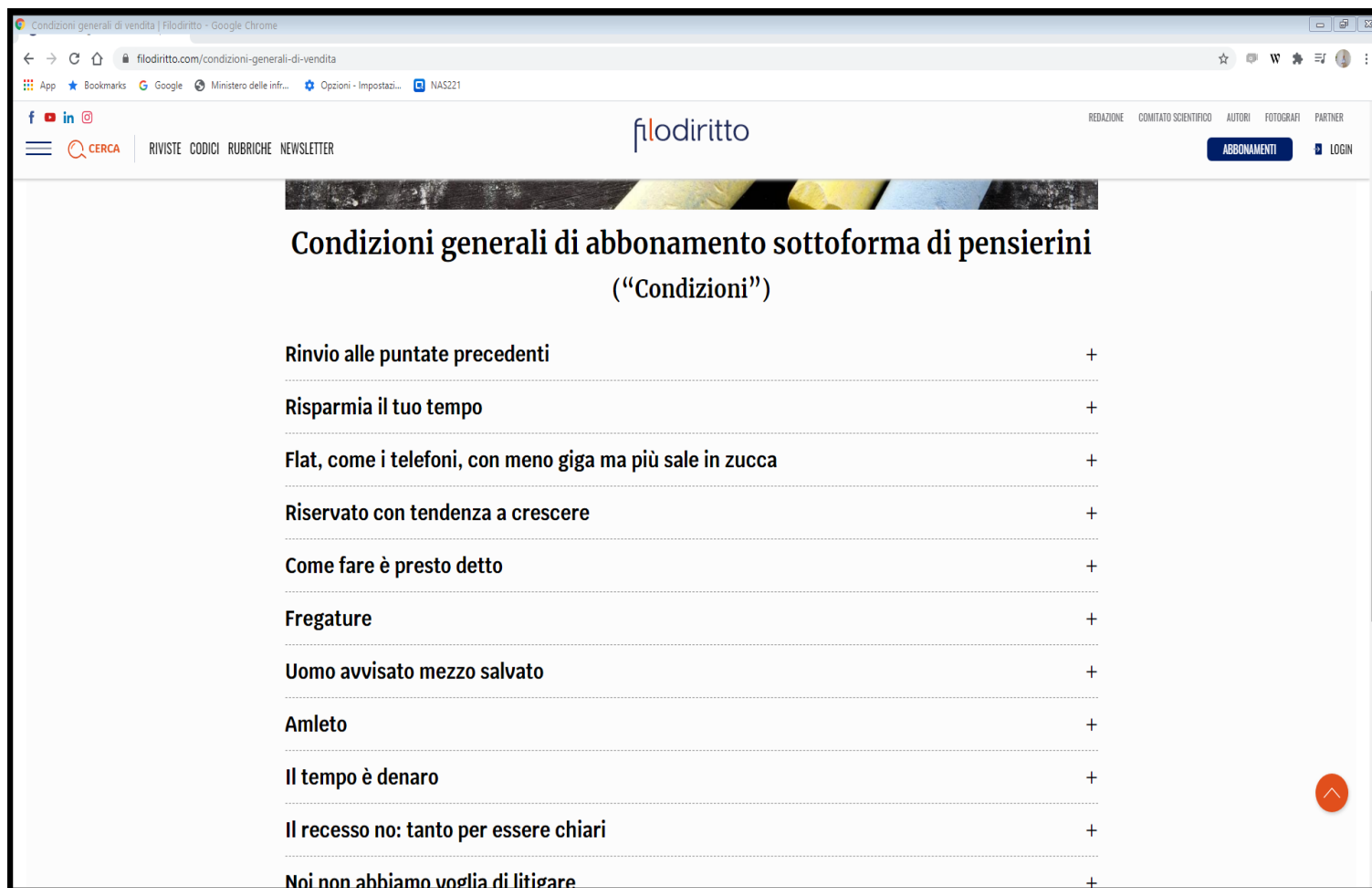


# Nebbia

1

Questa è l'immagine che normalmente fanno percepire di noi le condizioni generali per incapacità di comunicare

# Le condizioni **sono** un **messaggio**



Proviamo a rompere gli schemi e a vedere le condizioni da una prospettiva diversa, anzi **due**

# Noi **siamo** le **nostre** condizioni

**Come** scrivere =  
quale messaggio  
vogliamo dare e a chi  
**Cosa** scrivere =  
fare la strategia prima  
di tutto





# Come devono essere?

4

1. Versatili
2. Sistematiche
3. Organiche
4. Creative
5. Brevi
6. Chiare
7. Trasparenti
8. Facili da leggere

# Contenuti, ricapitoliamo

- 1. avvertenze** o condizioni di utilizzo del sito / note (legali)
- 2. condizioni generali di contratto** (con diritto di recesso) / termini e condizioni di vendita
- 3. politica di privacy + cookies** / protezione dei dati / sicurezza e tutela della privacy

... contenuti, ricapitoliamo

- 4. guida all'acquisto** (non è proprio scontata e riserva sorprese!) / procedura per la conclusione del contratto / acquista on line / come funziona
- 5. carta degli impegni** / codice etico / disciplinare (sharing e marketplace)
- 6. domande frequenti** (da non sottovalutare)

# Spunti sparsi

1. sì: **uniformità** di font e colori (ma occhio alla leggibilità)
2. sì: **indice** e **grassetto** o **colori** diversi (maiuscolo?) per evidenziare i passaggi importanti
3. no: **abbreviazioni** nella home e nelle pagine
4. sì suddivisione per articoli e paragrafi (no eccessi) con **titolo**



## ... spunti sparsi

5. sì: **elenchi puntati**, soprattutto per articoli più importanti (recesso!)
6. sì: **immagini, icone e schemi**
7. sì: gli **esempi**, almeno quelli più importanti, evitano incomprensioni e avvicinano
8. no (ni): **pop up** e pagine che si aprono rendendo difficile lettura