

Contatto e-mail:
braconi.renato@outlook.it

A. Renato Braconi
Università di Macerata - Giurisprudenza

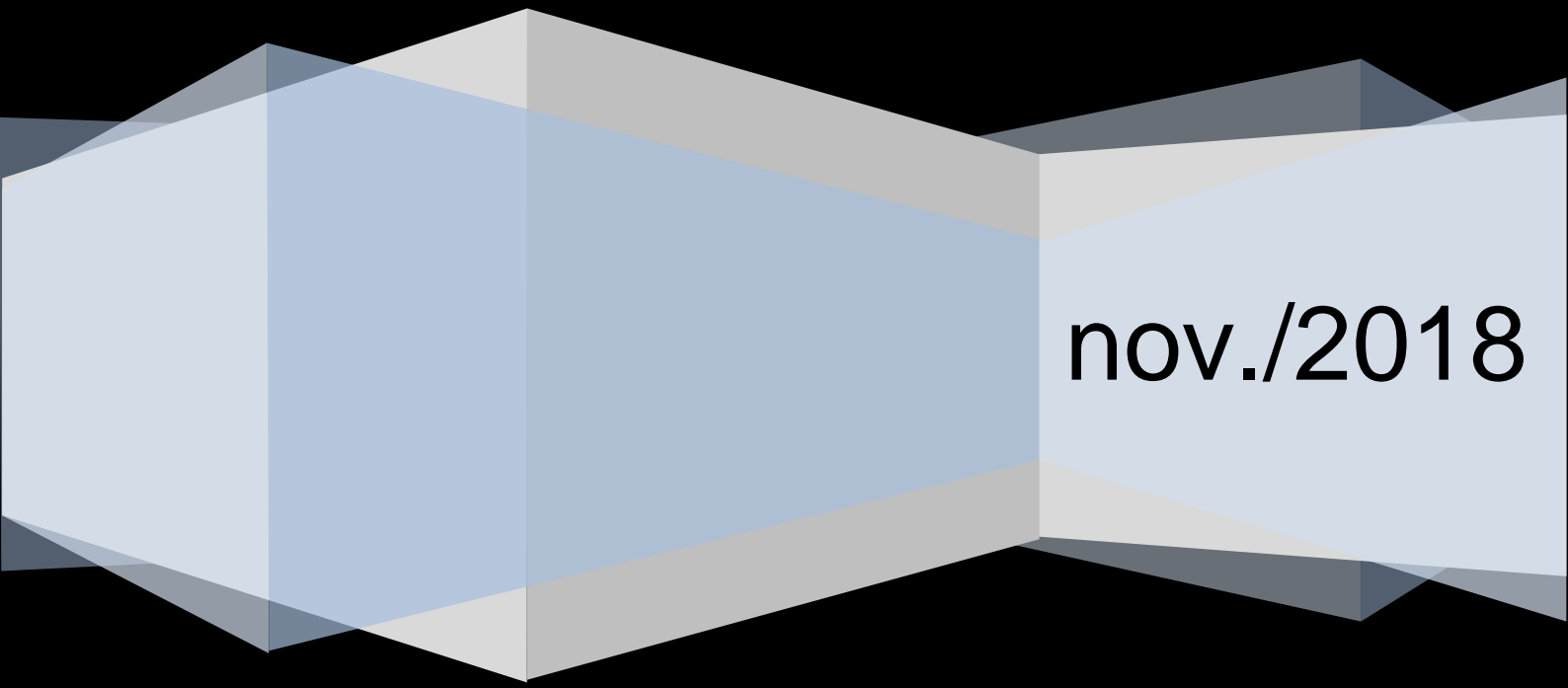
NORMATIVA SUI DIRITTI DEI CONSUMATORI

in specie

**BUONA FEDE, CLAUSOLE VESSATORIE,
OBBLIGHI INFORMATIVI, RECESSO,
RESI e RIMBORSI**

“Non ho conosciuto il peccato, se non per la legge”

Paolo di Tarso



nov./2018

© Tutti i diritti sono riservati.

Ai sensi della normativa sul diritto d'autore (L. 633/'41), s'intende proibita qualsiasi utilizzazione, totale o parziale, dei contenuti del presente documento, ivi inclusa la riproduzione, diffusione e distribuzione dei contenuti stessi, mediante qualunque supporto o rete di comunicazione, anche telematica, senza previa autorizzazione scritta da parte dell'Autore.

INDICE

Introduzione e riferimenti al principio di buona fede

Definizioni

1. Clausole vessatorie

2. Obblighi d'informazione

2.1. Obblighi generali e contenuto minimo delle informazioni

2.2. Obblighi di informazione nei contratti diversi dai contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali

2.3. Obblighi di informazione nei contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali

3. Modello di istruzioni tipo sul diritto di recesso

4. Eccezioni al diritto di recesso

4.1. Catalogo delle eccezioni al diritto di recesso

4.2. Casi di perdita del diritto di recesso

5. Esercizio del diritto di recesso. Modulo di recesso tipo

6. Effetti del recesso. Resi e rimborsi

Introduzione

Il 26 marzo 2014, in recepimento della Direttiva europea 83/2011 sulla tutela dei consumatori, è entrato in vigore il testo definitivo del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, il quale ha modificato il D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del consumo), introducendo una serie di novità nell'ambito dei contratti conclusi fuori dei locali commerciali e a distanza, in particolare, quelli stipulati online. La nuova disciplina verrà applicata ai contratti conclusi a partire dal 14 giugno 2014.

Uno dei punti centrali, oggetto della nuova normativa, è il diritto di recesso, che subisce una revisione importante, nell'ottica di armonizzarne gli aspetti fondamentali a livello europeo (decorrenze, obblighi informativi, modalità di esercizio, etc.)

Premesso che il presente contributo riguarda la generalità dei contratti commerciali tra professionista e consumatore, la seguente analisi costituisce, essenzialmente, un guida per la conformazione del proprio negozio online alla nuova disciplina, nonché un'accurata esposizione, utile ai consumatori ed utenti, di quelli che sono i propri diritti connessi ai contratti cui si riferisce la normativa in esame. Tale analisi è condotta con metodo selettivo ed esplicativo del dato normativo rilevante.

Prima di esaminare, nel dettaglio, la disciplina interessata, è d'uopo rivolgere l'attenzione al 2° comma dell'art. 2 del cod. del consumo, norma che contempla un elenco di diritti dei consumatori e degli utenti, qualificati come fondamentali; in particolare, accanto a diritti quali la salute, la sicurezza e la qualità dei prodotti e servizi, l'adeguata informazione, la corretta pubblicità, etc., rilevanti, ma non innovativi, spiccano, alla lettera e), i diritti alla correttezza, trasparenza ed equità, nei rapporti contrattuali.

CORRETTEZZA

Per quanto concerne il diritto alla correttezza, non può dubitarsi della natura meramente ricognitiva della disposizione, anzi citata, che lo prevede, essendo la correttezza un principio generale, che governa l'intera materia delle obbligazioni e dei contratti.

Anzitutto, è opportuno precisare che il codice civile, all'art. 1337¹, impone alle parti il dovere di comportarsi secondo buona fede (intesa in senso oggettivo, il cui significato è in seguito delineato), nello svolgimento delle trattative e nella formazione del contratto (dunque, nella fase precedente alla conclusione del contratto), ricollegando alla sua eventuale violazione, ex art. 2043 cod. civ.², l'insorgere, in capo alla parte danneggiante, di una responsabilità extracontrattuale (in quanto, precontrattuale) e, in capo alla parte danneggiata, del diritto al risarcimento del danno subito.

La dottrina prevalente ritiene sussistente una sostanziale identità concettuale tra il principio di correttezza di cui all'art. 1175 cod. civ.³ e quello di buona fede oggettiva di cui all'art. 1375 cod. civ.⁴ (entrambe le norme, diversamente dall'art. 1337 c.c., si riferiscono a rapporti contrattuali già sorti e non, quindi, in fase di formazione), che si distingue dalla buona fede in senso soggettivo, quale fatto psicologico, definito ora convinzione erronea di agire in conformità di un diritto (art. 1994 cod. civ., in tema di titoli di credito⁵), ora ignoranza di ledere un altrui diritto (art. 1147 c. 1 cod. civ., in tema di possesso⁶), ora affidamento in una situazione giuridica apparente (art. 129 c. 1 cod. civ., in tema di matrimonio⁷); l'effetto che si ricollega alla buona fede soggettiva consiste nella conservazione della situazione o degli effetti giuridici nei quali il soggetto aveva confidato ovvero nella limitazione della sua responsabilità.

Così inteso, il principio di correttezza opera sia sul piano dell'attuazione del complessivo assetto di interessi stabilito col contratto (art. 1375 c.c.) sia sul piano dei comportamenti del debitore e del creditore nell'ambito del rapporto obbligatorio (art. 1175 c.c.), rappresentando il punto di incontro tra l'esigenza di coniugare la *lex privata* con il principio *pacta sunt servanda* (i patti devono essere rispettati) e la *ratio* economica perseguita attraverso il riconoscimento, da parte dell'ordinamento, dell'autonomia privata (ovverosia, il soddisfacimento di propri interessi meritevoli di tutela, nei limiti consentiti dall'ordinamento).

Il parametro cui far capo nella concreta definizione del contenuto della correttezza va tratto, in primo luogo, dai principi costituzionali relativi ai diritti e ai doveri dei soggetti privati e, successivamente, dai lineamenti generali che il principio di solidarietà ha assunto nel sistema civilistico, sempre per effetto dei menzionati principi costituzionali.

Al riguardo, i riferimenti costituzionali maggiormente rilevanti sono individuabili negli artt. 2, 36, 37, 39, 41 e 42 della Costituzione, dai quali appare evidente la volontà di armonizzare le situazioni riconosciute ai privati e le attività da loro svolte con il complesso degli interessi di tutta la comunità. In base a questi due indici, il

¹ **Art. 1337 c.c. Trattative e responsabilità precontrattuale.** Le parti, nello svolgimento delle trattative e nella formazione del contratto, devono comportarsi secondo buona fede.

² **Art. 2043 c.c. Risarcimento per fatto illecito.** Qualunque fatto doloso o colposo che cagiona ad altri un danno ingiusto, obbliga colui che ha commesso il fatto a risarcire il danno.

³ **Art. 1175 c.c. Comportamento secondo correttezza.** Il debitore e il creditore devono comportarsi secondo le regole della correttezza.

⁴ **Art. 1375 c.c. Esecuzione di buona fede.** Il contratto deve essere eseguito secondo buona fede.

⁵ **Art. 1994 c.c. Effetti del possesso di buona fede.** Chi ha acquistato in buona fede il possesso di un titolo di credito, in conformità delle norme che ne disciplinano la circolazione, non è soggetto a rivendicazione.

⁶ **Art. 1147 c.c. Possesso di buona fede.** È possessore di buona fede chi possiede ignorando di ledere l'altrui diritto.

⁷ **Art. 129 c.c. Diritti dei coniugi in buona fede.** Quando le condizioni del matrimonio putativo si verificano rispetto ad ambedue i coniugi, il giudice può disporre a carico di uno di essi e per un periodo non superiore a tre anni l'obbligo di corrispondere somme periodiche di denaro, in proporzione alle sue sostanze, a favore dell'altro, ove questi non abbia adeguati redditi propri e non sia passato a nuove nozze.

criterio di correttezza si specifica come criterio idoneo a consentire la formazione di un regolamento contrattuale tale da rendere possibile la completa realizzazione dell'operazione economica perseguita dalle parti e come criterio che, compatibilmente con lo scopo perseguito dalle parti, consente la formazione di un regolamento contrattuale adeguato alle finalità di ordine sociale perseguite dall'ordinamento.

Richiedendo comportamenti diversi, in relazione alle specifiche circostanze del caso concreto, l'obbligo di correttezza (o buona fede oggettiva), specularmente al diritto di correttezza, non risulta suscettibile di essere predeterminato nel suo contenuto. La dottrina, tuttavia, anche sulla base dell'elaborazione giurisprudenziale, ne ha tentato una qualche tipizzazione.

In particolare, è stato affermato che il canone di correttezza si concretizza in tre principali comportamenti negativi: il non suscitare, intenzionalmente, falsi affidamenti; il non speculare su siffatti affidamenti; il non contestare ragionevoli affidamenti comunque ingenerati nell'altra parte.

Inoltre, in relazione all'obbligo di salvaguardia degli interessi della controparte, sono stati individuati come comportamenti tipici di correttezza: l'esecuzione di prestazioni non previste in contratto, ma necessarie o utili per salvaguardare l'utilità della controparte, purché non comportino un apprezzabile sacrificio; le modifiche al proprio comportamento, se necessarie a salvaguardare l'utilità della controparte, sempreché non determinino un apprezzabile sacrificio; la tolleranza delle modifiche della prestazione della controparte, se ciò non pregiudica, in maniera apprezzabile, il proprio interesse; il dovere di avviso e di informazione di tutte le circostanze rilevanti per l'esecuzione del contratto e, in particolare, di quelle la cui conoscenza permette alla controparte di evitare un aggravio di spese o di effettuare una prestazione errata; il corretto esercizio dei poteri discrezionali, il che assume particolare rilevanza in materia di promozioni e di poteri disciplinari e risulta strettamente connesso al tema dell'abuso di diritto.

Ora, che si è delineato, in modo alquanto sintetico, il concetto di correttezza, vanno brevemente esaminati i presupposti e gli effetti dell'eventuale violazione di tale principio. Risulta di fondamentale importanza comprendere che la legge non vieta, *ex ante*, un determinato regolamento contrattuale, ma disapprova quell'accordo che, in ragione delle modalità concrete con cui si è formato, non costituisce sufficiente o corretta espressione della libertà e dell'autonomia di uno dei contraenti (anche in questo caso, comunque, la legge interviene sul piano degli effetti giuridici da ricondurre allo specifico regolamento contrattuale e non sul piano dell'assetto di interessi così come delineato dalle parti).

Le parti, infatti, sono libere di determinare l'assetto di interessi, mentre sono vietate (la trasgressione del divieto, comunque, come anticipato, si riflette solo sul piano degli effetti giuridici che l'ordinamento fa discendere dal contratto) soltanto specifiche fattispecie di abuso, all'interno delle quali assume rilevanza anche la condotta scorretta, con la quale una parte induce o impone all'altra la realizzazione di un regolamento d'interessi (in realtà, non voluto) o di un regolamento d'interessi, che, seppure voluto, si caratterizza per un significativo squilibrio in danno di quest'ultima, sempreché lo squilibrio non sia il risultato di una sua libera ed autonoma scelta (questo perché l'ordinamento non riprova, salvo casi eccezionali⁸, lo squilibrio contrattuale se

⁸ Confronta, ad esempio, in tema di interessi usurari, l'art. 1815, 2° comma cod. civ., che, oltre a dichiarare la nullità della clausola che li prevede, esclude che siano dovuti interessi di sorta. Vedi altresì le ipotesi di cui agli artt. 763, 1448 e 1447 cod. civ, laddove, tuttavia, anche qualora la sproporzione oggettiva risulti significativa (eccedente il quarto o la metà oppure iniqua), non è sufficiente (salvo il caso della divisione) a rendere operante il rimedio della rescissione se ad essa non si aggiungano turbative nel processo di formazione della volontà di una delle parti, provocate dallo stato di bisogno o di pericolo nel quale si trovava al momento della conclusione del contratto, e un atteggiamento psicologico dell'altra parte, consistente nella conoscenza e nell'approfittamento di tale stato.

non nei casi in cui sia stato determinato da una turbativa del procedimento di formazione od espressione della volontà).

Così, ad esempio, nella disciplina dei contratti dei consumatori, è demandato al giudice (il quale può agire anche d'ufficio) il compito di valutare, alla stregua della buona fede oggettiva, dunque, della correttezza, se la condotta del professionista configura, malgrado l'eventuale buona fede soggettiva (convinzione erronea di agire in conformità di un diritto; non consapevolezza di ledere un diritto di cui è titolare il consumatore o utente; affidamento in una situazione giuridica apparente), un abuso di potere contrattuale che, ai fini del giudizio di vessatorietà di singole clausole⁹ ¹⁰, legittima il sindacato giudiziale sullo squilibrio (che, ai fini della vessatorietà, deve essere significativo) che queste, eventualmente, determinano a carico del contraente debole. Laddove sia accertata la vessatorietà, poiché l'ordinamento vi fa discendere la nullità della clausola qualificata come tale, si realizza una commistione tra regole di validità e regole di comportamento, assimilabile a quella che si verifica relativamente alle fattispecie della violenza e del dolo (artt. 1434 ss. cod. civ.), nelle quali le minacce o i raggiri posti in essere da una delle parti rendono annullabile il contratto, nel caso delle minacce (violenza morale), sempre, nel caso dei raggiri, invece, solamente quando abbiano avuto un'efficacia determinante del consenso manifestato dall'altro contraente (se il dolo non è stato determinante, la parte danneggiata ha, in ogni caso, diritto al risarcimento del danno).

È d'uopo evidenziare che, in tutte le norme in questione, la violazione delle regole di correttezza non assume rilievo autonomamente, ma soltanto in combinazione con altri elementi che, a seconda dei casi, attengono alla condizione dei contraenti, ai reciproci rapporti tra di essi, all'equilibrio del regolamento contrattuale e/o alla regolare formazione della volontà negoziale. Ne consegue che, la buona fede oggettiva, la cui violazione, essendo un obbligo contrattuale (ma anche precontrattuale), costituisce fonte di responsabilità contrattuale ex art. 1218 cod. civ.¹¹ e consente il ricorso ai normali rimedi, offerti dall'ordinamento e rivolti a contrastare l'inadempimento, della risoluzione del contratto per inadempimento e dell'eccezione d'inadempimento di cui agli artt. 1453¹² e 1460¹³ cod. civ., non può costituire, di per sé, criterio di validità del contratto, poiché, se così fosse, la previsione legale di requisiti aggiuntivi, con riguardo alle fattispecie in esame, risulterebbe superflua, se non addirittura ingiustificatamente restrittiva della tutela riconosciuta alla parte

⁹ Ex art. 34 c. 3 cod. cons., la valutazione del carattere vessatorio della clausola non attiene alla determinazione dell'oggetto del contratto (prestazioni) né all'adeguatezza del corrispettivo dei beni e dei servizi, purché tali elementi siano individuati in modo chiaro e comprensibile. Ex art. 34 c. 4 cod. cons., non sono vessatorie le clausole o gli elementi di clausola che siano stati oggetto di trattativa individuale, fermi restando i casi di nullità previsti dall'art. 36 c. 2².

¹⁰ Art. 36 c. 2 cod. cons. Sono nulle le clausole che, quantunque oggetto di trattativa, abbiano per oggetto o per effetto di: a) escludere o limitare la responsabilità del professionista in caso di morte o danno alla persona del consumatore, risultante da un fatto o da un'omissione del professionista; b) escludere o limitare le azioni del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista; c) prevedere l'adesione del consumatore come estesa a clausole che non ha avuto, di fatto, la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto.

¹¹ Art. 1218 c.c. **Responsabilità del debitore.** Il debitore che non esegue esattamente la prestazione dovuta è tenuto al risarcimento del danno, se non prova che l'inadempimento o il ritardo è stato determinato da impossibilità della prestazione derivante da causa a lui non imputabile.

¹² Art. 1453 c. 1 c.c. **Risolubilità del contratto per inadempimento.** Nei contratti con prestazioni corrispettive, quando uno dei contraenti non adempie le sue obbligazioni, l'altro può a sua scelta chiedere l'adempimento o la risoluzione del contratto, salvo, in ogni caso, il risarcimento del danno.

¹³ Art. 1460 c.c. **Eccezione d'inadempimento.** Nei contratti con prestazioni corrispettive, ciascuno dei contraenti può rifiutarsi di adempiere la sua obbligazione, se l'altro non adempie o non offre di adempiere contemporaneamente la propria, salvo che termini diversi per l'adempimento siano stati stabiliti dalle parti o risultino dalla natura del contratto. Tuttavia, non può rifiutarsi l'esecuzione se, avuto riguardo alle circostanze, il rifiuto è contrario alla buona fede.

vittima del comportamento scorretto. Dunque, le norme che contemplano tali fattispecie costituiscono ulteriori rimedi esperibili dal contraente danneggiato rispetto alla mera azione risarcitoria.

La buona fede oggettiva opera nel rispetto della volontà (espressa, tacita o esternata mediante comportamenti concludenti) delle parti, anche laddove la legge ne stabilisca la rilevanza invalidante, rispetto a ipotesi specificamente previste. Pure in tali casi, infatti, essa non si traduce nell'imposizione di criteri di valutazione diversi da quelli che hanno ispirato le scelte dei contraenti, ma impedisce che assumano effetti giuridicamente vincolanti clausole ingiustificatamente squilibrate, diverse da quelle che la parte avrebbe convenuto in mancanza degli indebiti condizionamenti che l'altra parte ha scorrettamente esercitato su di essa.

Il comportamento scorretto, tuttavia, non costituisce, di per sé, violazione di una norma imperativa, che rende nullo il contratto, ma assume rilevanza come elemento costitutivo di una fattispecie complessa, nella quale il disvalore non riguarda soltanto il comportamento precontrattuale di una o di entrambe le parti, ma anche l'assetto di interessi che esse hanno concretamente realizzato. Al di fuori di questi casi, la configurabilità di una nullità per contrarietà a norme imperative è esclusa, poiché, questa conseguenza, pur prescindendo dalla specifica comminatoria di invalidità, presuppone, comunque, l'esistenza di una previsione legislativa, che vieti il regolamento contrattuale, ed una siffatta ipotesi non potrebbe, invece, ravvisarsi nella regola, che impone alle parti di comportarsi secondo buona fede durante le trattative e la formazione del contratto, la cui violazione non è, pertanto, idonea a realizzare la previsione generale dell'art. 1418 c. 1. cod. civ.¹⁴, la quale fa preciso riferimento ad una norma imperativa in grado di qualificare il contratto e le sue clausole nel loro contenuto specifico e non in quanto possibile risultato astrattamente riconducibile ai comportamenti, che ne precedono la conclusione.

TRASPARENZA

Per quanto riguarda il diritto alla trasparenza, è pacifica la portata non innovativa della norma del Cod. del consumo, sopra citata, che lo contempla. Tale diritto trova concreta attuazione all'art. 35 c. 1 cod. cons., il quale stabilisce che, nel caso di contratti di cui tutte o alcune clausole (vessatorie o meno, essenziali o accessorie, aventi contenuto normativo o economico) siano proposte al consumatore per iscritto, tali clausole devono sempre essere redatte in modo chiaro e comprensibile. Seppur non specificato, l'operatività di tale norma va estesa anche alle clausole proposte al consumatore oralmente e, oltretutto, la norma si applica non solo ai contratti standard, vale a dire, quei contratti basati su moduli o formulari predisposti dal professionista per la conclusione, in serie, di affari, tendenzialmente, analoghi o assimilabili, ma anche ai contratti predisposti dal professionista per una singola operazione economica.

Sebbene la rubrica dell'art. 35 cod. cons. faccia riferimento alla forma, la norma non pone un requisito di forma (*ad substantiam, ad probationem o ad validitatem*) delle clausole, bensì un obbligo di trasparenza a carico del professionista nei contratti con i consumatori. Il diritto alla trasparenza è strettamente e finalisticamente connesso a quello di correttezza, di cui rappresenta una specificazione, poiché, un contratto, le cui clausole sono redatte dal professionista in modo chiaro e comprensibile, cioè, facilmente intellegibile, presenta caratteristiche che, da un lato, consentono al consumatore di esprimere un consenso contrattuale pienamente consapevole (basato sull'effettiva conoscenza o conoscibilità delle clausole) e, dall'altro, rendono il contratto stesso insuscettibile di strumentalizzazioni interpretative che permettano abusi da parte del professionista predisponente. Ne deriva che la trasparenza costituisce uno dei profili della correttezza comportamentale (buona fede oggettiva).

¹⁴ Art. 1418 c. 1 c.c. Cause di nullità del contratto. Il contratto è nullo quando è contrario a norme imperative, salvo che la legge disponga diversamente.

La chiarezza va riconnessa alla redazione delle clausole con caratteri leggibili (ad esempio, costituisce violazione del dovere di trasparenza, nello specifico, di chiarezza, la micrografia, cioè, la redazione di clausole con caratteri microscopici, tendenzialmente finalizzata a far passare inosservata la clausola o ad indurre il consumatore a concepire la stessa come, sebbene onerosa, di scarsa rilevanza per l'assetto di interessi che col contratto si intende realizzare); la comprensibilità, invece, attiene al contenuto, *rectius*, all'ambito di significanza del contenuto, ed impone che sia formulato in modo tale da rendere informato il consumatore, attraverso la lettura del testo, dei propri diritti ed obblighi discendenti dal contratto.

Sulla base dei chiarimenti forniti, emerge che le due componenti della trasparenza, la chiarezza e la comprensibilità, sono, inscindibilmente, legate l'una all'altra, implicando, la chiarezza, la comprensibilità e, quest'ultima, la chiarezza.

Al fine del soddisfacimento del principio di trasparenza, non sempre è sufficiente l'uso del linguaggio tecnico proprio del settore cui inerisce l'affare, poiché, pur non essendo tale linguaggio rinunziabile nella totalità, assicurando precisione nel contenuto, non sempre risulta suscettibile di essere compreso dal consumatore e l'art. 35 cod. cons. non può essere inteso nel senso di imporre al professionista un'attitudine didascalica, cioè, di insegnamento, in favore della controparte contrattuale, qualificata come consumatore. La questione va risolta in relazione a ciascun caso concreto, accertando l'intelligibilità delle clausole, avendo riguardo al consumatore medio, cioè, di ordinaria diligenza, alle circostanze del caso concreto, alle prassi relative all'affare e al settore in questione, etc.

In caso di particolari caratteristiche soggettive del consumatore (ad esempio, analfabetismo oppure elevata accortezza od esperienza nell'ambito dell'affare), operando la buona fede oggettiva di cui all'art. 1366 cod. civ.¹⁵, il professionista deve tenerne conto, nella redazione del contenuto, solamente quando si tratti di contratto predisposto per una singola operazione economica con un consumatore e non anche, quindi, di contratto standard, destinato, per sua natura, in quanto predisposto in serie, alla realizzazione di una pluralità di operazioni economiche, tendenzialmente, analoghe o assimilabili.

A seguito di quanto esposto, risulta opportuno rivolgere l'attenzione all'aspetto sanzionatorio della violazione del principio di trasparenza. A riguardo, l'art. 35 c. 1 cod. cons. non prevede una sanzione specifica per la violazione di questo precetto, pertanto, si applicherà il canone ermeneutico, stabilito dal 2° comma, della *interpretatio contra stipulatorem* (interpretazione contro l'autore della clausola, ovvero, il professionista; più correttamente, interpretazione più favorevole al consumatore), per cui, in caso di dubbio, la clausola va interpretata nel senso più favorevole al consumatore, fermo restando quanto disposto dall'art. 1367 cod. civ, in base al quale, in caso di dubbio, il contratto o le singole clausole devono interpretarsi nel senso in cui possano avere qualche effetto, anziché in quello in cui non ne possano avere alcuno (principio della conservazione degli effetti giuridici).

Sempre relativamente all'ambito sanzionatorio, rilevante è il riferimento dell'art. 34 c. 2 cod. cons.¹⁶ alla chiarezza e comprensibilità, il quale comporta che, in mancanza di trasparenza nelle clausole attinenti alla determinazione dell'oggetto del contratto (prestazioni) ed all'adeguatezza del corrispettivo dei beni e dei servizi, pur non integrando tale mancanza un'ipotesi di vessatorietà, il giudizio di vessatorietà svolto dall'autorità giudiziaria verta anche sulla determinazione dell'oggetto del contratto e sull'adeguatezza del

¹⁵ **Art. 1366 c.c. Interpretazione di buona fede.** Il contratto deve essere interpretato secondo buona fede.

¹⁶ **Art. 34 c. 1 cod. cons.** La valutazione del carattere vessatorio della clausola non attiene alla determinazione dell'oggetto del contratto né all'adeguatezza del corrispettivo dei beni e dei servizi, purché tali elementi siano individuati in modo chiaro e comprensibile

corrispettivo dei beni e servizi e, quindi, su clausole normalmente sottratte alla valutazione di vessatorietà. Sostanzialmente, attraverso tale previsione, in mancanza di trasparenza, assume rilevanza, al fine della valutazione della vessatorietà della clausola, anche lo squilibrio meramente economico, assicurando così protezione al consumatore, che non abbia ben compreso, all'atto di stipulazione del contratto, l'effettiva dimensione quantitativa e/o qualitativa della prestazione alla quale egli o il professionista si è obbligato e, quindi, del reale valore economico della sottoscrizione.

La mancanza di trasparenza nelle altre clausole, diverse da quelle attinenti alla determinazione dell'oggetto del contratto e all'adeguatezza del corrispettivo dei beni e dei servizi, non è contemplata dall'art. 34 cod. cons., ferma restando l'applicazione del canone ermeneutico dell'interpretazione nel senso più favorevole al consumatore di cui all'art. 35 c. 2 cod. cons. In questi casi, comunque, insorge, in capo al professionista, una responsabilità precontrattuale, per aver violato, nella fase delle trattative e/o della formazione del contratto, la buona fede oggettiva di cui all'art. 1337 cod. civ, con conseguente nascita, in capo al consumatore, del diritto al risarcimento del danno subito.

Parte della dottrina ritiene che le clausole redatte in violazione del principio di trasparenza, qualunque esse siano, sono nulle ex art. 143 c. 1 cod. cons., costituendo pattuizioni in contrasto con le disposizioni del codice del consumo. È opportuno evidenziare che la giurisprudenza, qualificando la clausola, qualunque essa sia, ove non sia conforme al principio di trasparenza, come vessatoria, risolve questi casi, tendenzialmente, facendo discendere da tale non conformità la nullità della clausola.

In ultima analisi, è d'uopo sottolineare che, alla stessa finalità perseguita dal codice del consumo con la disciplina della trasparenza, consistente nel garantire l'effettiva conoscenza o conoscibilità, da parte del consumatore, del contenuto del contratto, è diretta la normativa, stabilita dal codice civile agli artt. 1341 e 1342 c. 2 e relativa alle condizioni generali di contratto ed alle clausole contenute in moduli o formulari, in base alla quale, le condizioni generali di contratto predisposte da uno dei contraenti sono efficaci nei confronti dell'altro se, al momento della conclusione del contratto, questi le ha conosciute o avrebbe dovuto conoscerle, usando l'ordinaria diligenza; in ogni caso, non hanno effetto, se non sono specificamente approvate per iscritto, sia le condizioni generali di contratto sia le clausole contenute in moduli o formulari, che stabiliscono, a favore di colui che le ha predisposte, limitazioni di responsabilità, facoltà di recedere dal contratto o di sospenderne l'esecuzione, oppure sanciscono, a carico dell'altro contraente, decadenze, limitazioni alla facoltà di opporre eccezioni, restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti coi terzi, tacita proroga o rinnovazione del contratto, clausole compromissorie o deroghe alla competenza dell'autorità giudiziaria.

La differenza sostanziale tra le due discipline risiede nella circostanza che, mentre la normativa contenuta nel codice del consumo si applica a tutti i contratti, ferme restando le relative eccezioni, che vedono come contraenti, da un lato, un professionista e, dall'altro, un consumatore, così come definiti nel codice stesso (definizione che verrà in seguito analizzata), la normativa contenuta nel codice civile si applica a tutti i contratti, indipendentemente da una siffatta qualificazione dei contraenti, pertanto, si caratterizza per una più ampia portata operativa.

EQUITÀ

Passando ora all'esame del terzo ed ultimo diritto fondamentale riconosciuto al consumatore dal codice del consumo, ovvero, l'equità, è possibile affermare che, al pari della trasparenza, essa rappresenta un corollario, una specificazione del principio di buona fede oggettiva, principio che, come si è in precedenza accennato, costituisce uno strumento, interpretativo, integrativo e correttivo, sul piano degli effetti giuridici, di bilanciamento tra l'esigenza dei privati di rendere compatibile l'esercizio dell'autonomia privata ed il

conseguente vincolo giuridico tra le parti con la formazione di un regolamento contrattuale idoneo a realizzare la completa operazione economica perseguita, sulla base di libere ed autonome scelte (non condizionate), dalle parti, dunque, i loro interessi, e la formazione di un regolamento contrattuale volto al soddisfacimento di interessi compatibili (non contrastanti e non, dunque, ad essi finalizzati) coi principi costituzionali ed, in particolare, con quelli di utilità sociale, sicurezza, libertà, dignità umana e di solidarietà economica e sociale (salvaguardia, nei limiti del sacrificio apprezzabile, degli interessi dell'altro contraente -principio della minima cooperazione-), sanciti agli artt. 2¹⁷ e 41¹⁸ della Costituzione, attraverso i quali l'ordinamento limita (si tratta di un limite, non di una subordinazione finalistica) l'esercizio dell'autonomia privata, al fine di evitare l'eccessivo sbilanciamento degli interessi in contatto.

L'ordinamento non impone, nell'ambito dell'esercizio dell'autonomia privata, il rispetto del principio dell'equivalenza normativa ed economica per le parti del regolamento contrattuale, bensì mira, mettendo a disposizione dell'autorità giudiziaria lo strumento della buona fede, soltanto ad impedire che comportamenti di una parte contrattuale, consentiti da una sua maggiore forza contrattuale, non necessariamente economica, si ripercuotano sulla determinazione del regolamento contrattuale con eccessivo pregiudizio per gli interessi dell'altro contraente, parte contrattualmente debole, la cui volontà così formata ed espressa, pertanto, a causa di tali abusi, non costituisce il risultato di una libera ed autonoma determinazione, scelta.

Nell'applicazione del criterio della buona fede, l'apprezzamento del giudice non muove dalla presupposizione di regole astratte di correttezza, ma investe la concreta considerazione dei singoli conflitti di interessi ed è connesso, non potendo essere altrimenti, all'interpretazione del contratto e alla ricostruzione dell'assetto economico del rapporto che da essa si evince.

Può ritenersi ormai consolidato l'orientamento giurisprudenziale secondo cui il criterio della buona fede costituisce, per il giudice, uno strumento per il controllo, anche in senso modificativo e integrativo, del regolamento negoziale, in funzione di garanzia del giusto equilibrio degli interessi, e anche la legislazione più recente tende a valorizzare un ruolo attivo del giudice sul governo del contratto, attribuendogli poteri correttivi dell'autonomia contrattuale, come, ad esempio, il potere di rilevare d'ufficio la nullità ed, eventualmente, di ricondurre ad equità clausole contrarie al principio di buona fede.

Proprio riguardo a quest'ultimo aspetto, rileva il principio di equità, riconosciuto, previsto dal codice del consumo all'art. 2 c. 2 lett. e) a favore del consumatore e finalizzato ad attuare, in ossequio al principio di buona fede oggettiva, sul piano degli effetti giuridici discendenti dal contratto, la giustizia contrattuale, intesa come tendenziale contemperamento dei rispettivi interessi delle parti, senza che il professionista possa abusare della propria supremazia per imporre al consumatore condizioni significativamente inique.

La nozione di equità di cui all'art. 2 cod. cons. va letta in combinato disposto con l'art. 33 c. 1 cod. cons., che considera vessatorie, facendone conseguire la nullità, le clausole che determinano a carico del consumatore un significativo squilibrio (concetto che si contrappone a quello di equità, essendo l'elemento fondante di quest'ultima il non significativo squilibrio o il tendenziale equilibrio) dei diritti e degli obblighi derivanti alle parti dal contratto, specificandosi al successivo art. 34 c. 2 cod. cons., come in precedenza visto, che la valutazione del carattere vessatorio di una clausola non può attenere all'adeguatezza del corrispettivo dei beni e dei servizi.

¹⁷ **Art. 2 Cost.** La Repubblica riconosce e garantisce i diritti inviolabili dell'uomo, sia come singolo, sia nelle formazioni sociali ove si svolge la sua personalità, e richiede l'adempimento dei doveri inderogabili di solidarietà politica, economica e sociale.

¹⁸ **Art. 41 Cost.** L'iniziativa economica privata è libera. Non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana. La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l'attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali

Il concetto di equilibrio contrattuale così come definito, pertanto, fa esclusivo riferimento all'equilibrio contrattuale inteso in senso normativo. Conseguentemente, nel rispetto della coerenza interpretativa, anche l'equità di cui all'art. 2 cod. cons. va intesa, esclusivamente, in senso normativo, dunque, non anche economico, poiché, altrimenti, i due istituti protettivi del consumatore, previsti, rispettivamente, agli artt. 2 e 33 cod. cons., in sede di applicazione pratica, risulterebbero distonici l'uno con l'altro, in quanto la norma attuativa, ossia l'art. 33, avrebbe un ambito applicativo più ristretto della disposizione generale, ossia l'art. 2, e se così fosse, ne verrebbe pregiudicata la funzione, poiché, attribuendo all'equità concreta una portata limitata rispetto a quella che essa avrebbe come diritto fondamentale ex art. 2, attuerebbe, soltanto parzialmente, il diritto del consumatore ad un contratto equo (non significativamente squilibrato).

In sintesi, dunque, attraverso l'equità, il legislatore non persegue il tendenziale equilibrio tra il valore economico della prestazione del professionista e quello della prestazione del consumatore, vale a dire, di regola, il giusto prezzo, bensì mira al non eccessivo squilibrio tra le parti nella regolamentazione contrattuale, che si potrà verificare laddove al consumatore siano addossati rischi, stabiliti impedimenti nell'esercizio di diritti o rimedi, etc., previste clausole, in sostanza, che lo penalizzano sotto il profilo della disciplina contrattuale, oppure laddove siano previste, in favore del professionista, limitazioni di responsabilità, facoltà di recedere, etc., clausole, in sostanza, che lo avvantaggiano rispetto al consumatore in misura tale da determinare, a carico di quest'ultimo, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi delle parti dal punto di vista normativo.

Sempre con riferimento al principio di equità, esso va inteso in relazione anche all'art. 34 c. 4 cod. cons., il quale stabilisce, come si è in precedenza potuto osservare, che non si considerano vessatorie le clausole o gli elementi di clausola che siano stati oggetto di trattativa individuale; pertanto, sebbene l'art. 2 c. 2 lett. e), che contempla l'equità, riconosca e garantisca tale diritto al consumatore nei rapporti contrattuali, senza specificare in quali rapporti contrattuali, il suo ambito applicativo va inteso in senso restrittivo, limitandosi ad operare rispetto alle sole clausole od elementi di clausola unilateralmente predisposti dal professionista e non anche a quelli che formano oggetto di trattativa individuale.

Definizioni

Anzitutto, ai fini della determinazione dell'ambito di applicazione della normativa di seguito esposta (riguardante, tra le altre cose, gli obblighi del professionista e del consumatore, le clausole vessatorie e il diritto di recesso), vanno riportare alcune delle definizioni fornite dall'art. 45 cod. cons.:

- a) "**consumatore o utente**": la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta;
- b) "**professionista**": la persona fisica o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale, ovvero un suo intermediario;
- c) "**bene**": qualsiasi bene mobile materiale, ad esclusione dei beni oggetto di vendita forzata o, comunque, venduti secondo altre modalità dalle autorità giudiziarie; rientrano fra i beni oggetto della presente direttiva l'acqua, il gas e l'elettricità, quando sono messi in vendita in un volume delimitato o in quantità determinata;
- d) "**beni prodotti secondo le indicazioni del consumatore**": qualsiasi bene non prefabbricato prodotto in base ad una scelta o decisione individuale del consumatore;
- e) "**contratto di vendita**": qualsiasi contratto in base al quale il professionista trasferisce o si impegna a trasferire la proprietà di beni al consumatore e il consumatore ne paga o si impegna a pagarne il prezzo, inclusi i contratti che hanno come oggetto sia beni sia servizi;

- f) "**contratto di servizi**": qualsiasi contratto diverso da un contratto di vendita in base al quale il professionista fornisce o si impegna a fornire un servizio al consumatore e il consumatore paga o si impegna a pagarne il prezzo;
- g) "**contratto a distanza**" (es: via internet, per telefono, per corrispondenza, etc.): qualsiasi contratto concluso tra il professionista e il consumatore nel quadro di un regime organizzato di vendita o di prestazione di servizi a distanza senza la presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, mediante l'uso esclusivo di uno o più mezzi di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso;
- h) "**contratto negoziato fuori dei locali commerciali**" (es: a domicilio, per strada, etc.): qualsiasi contratto tra il professionista e il consumatore:
- 1) concluso alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, in un luogo diverso dai locali del professionista;
 - 2) per cui è stata fatta un'offerta da parte del consumatore, nelle stesse circostanze di cui al numero 1;
 - 3) concluso nei locali del professionista, o mediante qualsiasi mezzo di comunicazione a distanza, immediatamente dopo che il consumatore è stato avvicinato personalmente e singolarmente in un luogo diverso dai locali del professionista, alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore; oppure;
 - 4) concluso durante un viaggio promozionale organizzato dal professionista e avente lo scopo o l'effetto di promuovere e vendere beni o servizi al consumatore;
- i) "**locali commerciali**":
- 1) qualsiasi locale immobile adibito alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la sua attività su base permanente; oppure;
 - 2) qualsiasi locale mobile adibito alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la propria attività a carattere abituale;
- l) "**supporto durevole**": ogni strumento che permetta al consumatore o al professionista di conservare le informazioni che gli sono personalmente indirizzate in modo da potervi accedere in futuro per un periodo di tempo adeguato alle finalità cui esse sono destinate e che permetta la riproduzione identica delle informazioni memorizzate;
- m) "**contenuto digitale**": i dati prodotti e forniti in formato digitale;
- n) "**servizio finanziario**": qualsiasi servizio di natura bancaria, creditizia, assicurativa, servizi pensionistici individuali, di investimento o di pagamento;
- o) "**asta pubblica**": metodo di vendita in cui beni o servizi sono offerti dal professionista ai consumatori che partecipano o cui è data la possibilità di partecipare all'asta di persona, mediante una trasparente procedura competitiva di offerte gestita da una casa d'aste e in cui l'aggiudicatario è vincolato all'acquisto dei beni o servizi;
- p) "**garanzia**": qualsiasi impegno di un professionista o di un produttore (il "garante"), assunto nei confronti del consumatore, in aggiunta agli obblighi di legge in merito alla garanzia di conformità, di rimborsare il prezzo pagato, sostituire, riparare, o intervenire altrimenti sul bene, qualora esso non corrisponda alle caratteristiche, o a qualsiasi altro requisito non relativo alla conformità, enunciati nella dichiarazione di garanzia o nella relativa pubblicità disponibile al momento o prima della conclusione del contratto;
- q) "**contratto accessorio**": un contratto mediante il quale il consumatore acquista beni o servizi connessi a un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali e in cui tali beni o servizi sono forniti dal professionista o da un terzo in base ad un accordo tra il terzo e il professionista.

1. Clausole vessatorie

L'art. 33 cod. cons. si occupa delle clausole vessatorie inserite nei contratti conclusi tra professionista e consumatore, alle quali fa conseguire la nullità. Il significato del termine - vessatorio - va ricercato nella stessa norma di cui si tratta, la quale lo fa coincidere, sul piano degli effetti, con il concetto di - significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto, a carico del consumatore -, che, secondo la valutazione del legislatore, sta ad indicare un abuso intollerabile, nella regolamentazione normativa del rapporto contrattuale, a danno del consumatore. Ricollegandoci a quanto in precedenza detto relativamente ai diritti fondamentali riconosciuti al consumatore (correttezza, trasparenza ed equità), il significativo squilibrio costituisce il corollario negativo del principio di equità, principio il cui fondamento è rappresentato dal sufficiente (quindi, non equivalente) equilibrio normativo (non anche economico), tra le parti, nella disciplina contrattuale, pertanto, le clausole vessatorie, essendo il principio di equità una specificazione di quello di buona fede oggettiva, costituiscono violazioni della buona fede oggettiva ex art. 1337, con la conseguente nascita, in capo al professionista, di una responsabilità precontrattuale e, in capo al consumatore, del diritto al risarcimento del danno subito, ferma restando la nullità di tali clausole. Nella pratica, tendenzialmente, il consumatore non negozia le clausole del contratto, ma decide se aderire o meno ad un regolamento contrattuale predisposto dal professionista (ciò deriva dal fatto che l'impresa, in molti casi, effettuando una pluralità di attività analoghe o assimilabili, ha la necessità di predisporre modelli standard di contratto, così da velocizzare e facilitare le operazioni economiche). Questa tendenza può condurre ad abusi da parte del professionista, il quale, di regola, si trova in posizione avvantaggiata, non necessariamente sotto il profilo economico, rispetto al consumatore, pertanto, il Codice del consumo pone dei limiti alla possibilità, per il professionista, di inserire, legittimamente, nel contratto, clausole, al fine di mantenere un sufficiente equilibrio normativo tra le parti, sanzionando, attraverso la nullità, quelle clausole che penalizzano, dal punto di vista normativo e non anche economico, nella valutazione del legislatore, in misura inaccettabile il consumatore, ovvero, le clausole vessatorie. Nello specifico, l'art. 33 cod. cons. stabilisce che nel contratto concluso tra il professionista ed il consumatore si considerano vessatorie le clausole che, malgrado la buona fede soggettiva (cioè, sebbene vi sia la convinzione erronea di agire in conformità di un diritto, la non consapevolezza di ledere un diritto di cui è titolare il consumatore o utente oppure il affidamento in una situazione giuridica apparente), determinano a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

L'art. 34 cod. cons., invece, si occupa dei criteri di accertamento del carattere vessatorio. In base a tale norma, la vessatorietà di una clausola è valutata tenendo conto della natura del bene o del servizio oggetto del contratto e facendo riferimento alle circostanze esistenti al momento della sua conclusione ed alle altre clausole del contratto medesimo o di un altro collegato o da cui dipende. Stabilisce, oltretutto, che la valutazione del carattere vessatorio di una clausola non attiene alla determinazione dell'oggetto del contratto (prestazioni) né all'adeguatezza del corrispettivo dei beni o dei servizi, purché tali elementi siano individuati in modo chiaro e comprensibile (da quest'ultima disposizione, come si è avuto modo di osservare, all'inizio di questo elaborato, in relazione al diritto fondamentale di equità, il significativo squilibrio rilevante ai fini della vessatorietà di una clausola è solamente quello normativo e, dunque, non anche quello economico, vale a dire, quello riguardante l'equilibrio di valore tra le prestazioni delle parti, purché l'oggetto del contratto ed il corrispettivo dei beni o dei servizi siano individuati in modo chiaro e comprensibile, circostanza, questa, la cui mancanza comporta la rilevanza, ai fini dell'accertamento della vessatorietà, anche di questi elementi e, dunque, la rilevanza anche

dell'equilibrio economico tra le prestazioni delle parti dedotte in contratto). L'art. 34 prosegue, poi, stabilendo che non sono vessatorie:

- a) le clausole che riproducono disposizioni di legge;
- b) le clausole che riproducono disposizioni od attuano principi contenuti in convenzioni internazionali delle quali siano parti contraenti tutti gli Stati membri dell'Unione europea o l'Unione europea;
- c) le clausole o gli elementi di clausola che siano stati oggetto di trattativa individuale.

In chiusura, la norma, in relazione alla lettera c), prevede un'ipotesi di inversione dell'onere probatorio, disponendo che, nel contratto concluso mediante sottoscrizione di moduli o formulari predisposti dal professionista per disciplinare in maniera uniforme determinati rapporti contrattuali, incombe sul predisponente l'onere di provare che le clausole o gli elementi di clausola, nonostante siano dal medesimo unilateralmente predisposti, siano stati oggetto di specifica trattativa con il consumatore. Al fine di evitare abusi, la giurisprudenza ha chiarito che non è sufficiente a dimostrare che vi è stata una specifica trattativa la dichiarazione in tal senso sottoscritta dal consumatore, dovendo il professionista provare che, effettivamente, è stata condotta con il consumatore una trattativa riguardante, specificamente, quella clausola o elemento di clausola.

Fermo restando quanto detto, gli artt. 33 e 36 cod. cons. procedono, poi, a dettare, rispettivamente, un elenco di clausole che si presumono vessatorie, presunzione che, tuttavia, è sconfiggibile dal professionista, ed un elenco di clausole la cui vessatorietà è indiscutibile e non sconfiggibile. Più precisamente, l'art. 33 riporta, come mostrato nella seguente tabella, una serie di clausole la cui vessatorietà è presunta, ma che, trattandosi di una presunzione *iuris tantum*, può essere sconfitta dal professionista, adducendo una prova contraria idonea ad escludere il carattere vessatorio.

Si presumono vessatorie, fino a prova contraria, le clausole che hanno per oggetto o per effetto di:

- a) escludere o limitare la responsabilità del professionista in caso di morte o danno alla persona del consumatore, risultante da un fatto o da un'omissione del professionista;
- b) escludere o limitare le azioni o i diritti del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista;
- c) escludere o limitare l'opportunità da parte del consumatore della compensazione di un debito nei confronti del professionista con un credito vantato nei confronti di quest'ultimo;
- d) prevedere un impegno definitivo del consumatore mentre l'esecuzione della prestazione del professionista è subordinata ad una condizione il cui adempimento dipende unicamente dalla sua volontà;
- e) consentire al professionista di trattenere una somma di denaro versata dal consumatore se quest'ultimo non conclude il contratto o recede da esso, senza prevedere il diritto del consumatore di esigere dal professionista il doppio della somma corrisposta se è quest'ultimo a non concludere il contratto oppure a recedere;
- f) imporre al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell'adempimento, il pagamento di una somma di denaro, a titolo di risarcimento, clausola penale o altro titolo equivalente, d'importo manifestamente eccessivo;
- g) riconoscere al solo professionista e non anche al consumatore la facoltà di recedere dal contratto, nonché consentire al professionista di trattenere anche solo in parte la somma versata dal consumatore a titolo di corrispettivo per prestazioni non ancora adempiute, quando sia il professionista a recedere dal contratto;

- h) consentire al professionista di recedere da contratti a tempo indeterminato senza un ragionevole preavviso, tranne nel caso di giusta causa;
- i) stabilire un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare la tacita proroga o rinnovazione;
- l) prevedere l'estensione dell'adesione del consumatore a clausole che non ha avuto la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto;
- m) consentire al professionista di modificare unilateralmente le clausole del contratto, ovvero le caratteristiche del prodotto o del servizio da fornire, senza un giustificato motivo indicato nel contratto stesso;
- n) stabilire che il prezzo dei beni o dei servizi sia determinato al momento della consegna o della prestazione;
- o) consentire al professionista di aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto;
- p) riservare al professionista il potere di accertare la conformità del bene venduto o del servizio prestato a quello previsto nel contratto o conferirgli il diritto esclusivo d'interpretare una clausola qualsiasi del contratto;
- q) limitare la responsabilità del professionista rispetto alle obbligazioni derivanti dai contratti stipulati in suo nome dai mandatari o subordinare l'adempimento delle suddette obbligazioni al rispetto di particolari formalità;
- r) limitare o escludere l'opponibilità dell'eccezione d'inadempimento da parte del consumatore;
- s) consentire al professionista di sostituire a sé un terzo nei rapporti derivanti dal contratto, anche nel caso di preventivo consenso del consumatore, qualora risulti diminuita la tutela dei diritti di quest'ultimo;
- t) sancire, a carico del consumatore, decadenze, limitazioni della facoltà di opporre eccezioni, deroghe alla competenza dell'autorità giudiziaria, limitazioni all'adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell'onere della prova, restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti con i terzi;
- u) stabilire come sede del foro competente sulle controversie località diversa da quella di residenza o domicilio elettivo del consumatore;
- v) prevedere l'alienazione di un diritto o l'assunzione di un obbligo come subordinati ad una condizione sospensiva dipendente dalla mera volontà del professionista a fronte di un'obbligazione immediatamente efficace del consumatore. È fatto salvo il disposto dell'articolo 1355 del codice civile;
- x) imporre al consumatore che voglia accedere ad una procedura di risoluzione extragiudiziale delle controversie prevista dal TITOLO II-bis della PARTE V, di rivolgersi esclusivamente ad un'unica tipologia di organismi ADR o ad un unico organismo ADR;
- y) rendere eccessivamente difficile per il consumatore l'esperimento della procedura di risoluzione extragiudiziale delle controversie prevista dal TITOLO II-bis della PARTE V.

Se il contratto ha ad oggetto la prestazione di servizi finanziari a tempo indeterminato, il professionista può, in deroga alle lettere h) ed m):

- 1) recedere, qualora vi sia un giustificato motivo, senza preavviso, dandone immediata comunicazione al consumatore;
- 2) modificare, qualora sussista un giustificato motivo, le condizioni del contratto, preavvisando entro un congruo termine il consumatore, che ha diritto di recedere dal contratto.

Se il contratto ha ad oggetto la prestazione di servizi finanziari, il professionista può modificare, senza preavviso, sempreché vi sia un giustificato motivo, in deroga alle lettere n) e o), il tasso di interesse o l'importo di qualunque altro onere relativo alla prestazione finanziaria originariamente convenuti, dandone immediata comunicazione al consumatore, che ha diritto di recedere dal contratto.

Le lettere h), m), n) e o) non si applicano ai contratti aventi ad oggetto valori mobiliari, strumenti finanziari ed altri prodotti o servizi il cui prezzo è collegato alle fluttuazioni di un corso e di un indice di borsa o di un tasso di mercato finanziario non controllato dal professionista, nonché la compravendita di valuta estera, di assegni di viaggio o di vaglia postali internazionali emessi in valuta estera.

Le lettere n) e o) non si applicano alle clausole di indicizzazione dei prezzi, ove consentite dalla legge, a condizione che le modalità di variazione siano espressamente descritte.

L'art. 36, invece, rubricato - nullità di protezione -, individua una serie di clausole, riportata nella seguente tabella, che, anche laddove siano state oggetto di specifica trattativa, sono considerate senz'altro vessatorie, non potendo tale valutazione, operata dall'ordinamento, essere contrastata dal professionista, adducendo una prova contraria idonea ad escludere il carattere vessatorio.

Sono vessatorie le clausole che, quantunque oggetto di trattativa, abbiano per oggetto o per effetto di:

- a) escludere o limitare la responsabilità del professionista in caso di morte o danno alla persona del consumatore, risultante da un fatto o da un'omissione del professionista;
- b) escludere o limitare le azioni del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista;
- c) prevedere l'adesione del consumatore come estesa a clausole che non ha avuto, di fatto, la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto;
- d) prevedendo l'applicabilità al contratto di una legislazione di un Paese extracomunitario, di privare il consumatore della protezione assicurata dalla disciplina delle clausole vessatorie contenuta del Codice del consumo, laddove il contratto presenti un collegamento più stretto con il territorio di uno Stato membro dell'Unione europea.

Le clausole considerate vessatorie ai sensi degli articoli 33, 34 e 36 cod. cons. sono nulle, mentre il contratto – in deroga a quanto disposto dall'art. 1419 c. 1 cod. civ., secondo il quale, la nullità parziale di un contratto o la nullità di singole clausole importa la nullità dell'intero contratto, se risulta che i contraenti non lo avrebbero concluso senza quella parte del suo contenuto che è colpita dalla nullità (non importa se si tratti o meno di un contratto per adesione né se la prova di tale evenienza sia fornita dall'aderente che ha subito l'abuso del potere contrattuale del predisponente o dallo stesso predisponente che lo ha compiuto) – rimane valido per il resto, quindi, anche qualora risulti che il professionista non lo avrebbe concluso senza quella parte del suo contenuto colpita da nullità; è da ritenere, tuttavia, che la regola della nullità necessariamente parziale sia suscettibile di due eccezioni, precisamente:

- 1) se la clausola vessatoria concerne uno degli elementi essenziali del contratto (ad esempio, è indispensabile alla definizione dell'oggetto o della causa del contratto), l'intero contratto è destinato ad essere travolto dalla nullità della clausola. Questa eccezione, sebbene non sia espressamente contemplata dall'art. 36, si desume dall'art. 1418 cod. civ, secondo il quale, il contratto è nullo, tra gli altri casi, quando manca uno dei

suoi requisiti essenziali, ovvero, l'accordo, la causa, l'oggetto (le prestazioni) e la forma (quando è richiesta ai fini della validità dell'atto) oppure quando l'oggetto è indeterminato e indeterminabile;

2) poiché il 3° comma dell'art. 36 stabilisce che la nullità opera soltanto a vantaggio del consumatore, solamente quest'ultimo può farla valere (nullità relativa) ed, inoltre, se risulta che il consumatore (e non anche il professionista) non avrebbe stipulato il contratto senza quella parte del suo contenuto che è colpita dalla nullità, l'intero contratto è destinato ad essere travolto dalla nullità della clausola. Questa eccezione, sebbene non sia espressamente contemplata dall'art. 36, si desume dal coordinamento del 1° comma dell'art. 36, in base al quale, le clausole considerate vessatorie sono nulle, mentre il contratto rimane valido per il resto, con il 3° comma dello stesso articolo, secondo cui, la nullità opera soltanto a vantaggio del consumatore, dal quale si evince che la nullità della clausola può essere invocata soltanto dal consumatore e che si estende all'intero contratto, qualora la sua limitazione alla singola clausola non operi, in concreto, a vantaggio del consumatore. In sostanza, sulla base di quanto osservato, il carattere necessariamente parziale della nullità, sancito dal 1° comma dell'art. 36, opera solo a vantaggio del consumatore, con la conseguenza che soltanto quest'ultimo, non anche il professionista, può invocare la nullità dell'intero contratto per effetto della nullità della clausola vessatoria senza la quale non lo avrebbe concluso.

L'art. 36 stabilisce, inoltre, che la nullità, oltre a poter essere fatta valere dal consumatore, può essere rilevata d'ufficio dal giudice, il quale, comunque, operando la nullità solamente a vantaggio del consumatore, deve accertare se, effettivamente, la sua declaratoria produce effetti favorevoli al consumatore, dovendosi, a tal riguardo, astenere, qualora, invece, lo pregiudichi. Analogo discorso è da farsi per quanto riguarda la rilevazione dell'estensione della nullità parziale all'intero contratto, la quale va esclusa se sfavorevole al consumatore.

Nel caso in cui la nullità si estenda all'intero contratto per le ragioni su viste, è, comunque, parzialmente applicabile l'art. 1424 cod. civ., secondo cui, il contratto nullo può produrre gli effetti di un contratto diverso, del quale contenga i requisiti di sostanza e di forma, qualora, avuto riguardo allo scopo perseguito dalle parti, debba ritenersi che esse lo avrebbero voluto se avessero conosciuto la nullità; tuttavia, in ossequio al principio secondo il quale la nullità opera solo a vantaggio del consumatore, è da ritenersi che, ai fini della conversione del contratto nullo in conseguenza del carattere vessatorio di una o più clausole, sia sufficiente che il consumatore, se avesse conosciuto la nullità del contratto, avrebbe voluto il contratto risultante dalla conversione, restando irrilevante quale sarebbe stata la volontà del professionista in tale circostanza.

Rilevante importanza ha, a mio avviso, il 4° comma dell'art. 36 cod. cons., in base al quale, il venditore o il prestatore di servizi (il professionista, commerciante al dettaglio, che contratta con il consumatore) ha diritto di regresso nei confronti del fornitore (il professionista, quale, ad esempio, il produttore, che fornisce il venditore) per i danni che ha subito in conseguenza della declaratoria di nullità, eventualmente estesasi all'intero contratto, delle clausole dichiarate vessatorie. Tale azione di regresso costituisce un mezzo giuridico, finalizzato alla distribuzione del sacrificio patrimoniale, conseguente alla declaratoria di nullità, tra il professionista venditore o prestatore di servizi, che ha contrattato direttamente col consumatore, ed il professionista che, invece, ha stabilito un rapporto contrattuale esclusivamente con il professionista venditore o prestatore di servizi, in misura corrispondente alla responsabilità addebitabile a ciascun soggetto nella vicenda. La disposizione in questione consente, quindi, al professionista venditore o prestatore di servizi, il quale sia rimasto vincolato ad un contratto, concluso con un consumatore, privato di una o più clausole dichiarate vessatorie, pertanto, nulle, oppure abbia visto dichiarare nullo un proprio contratto, concluso con un consumatore, per effetto dell'estensione della nullità di una o più clausole all'intero contratto, di agire nei

confronti del fornitore, al fine di ottenere, da quest'ultimo, il risarcimento del danno. È evidente che, affinché la disposizione in esame possa trovare applicazione, il fornitore deve aver imposto o raccomandato al venditore o prestatore di servizi l'inserzione delle clausole dichiarate vessatorie nel contratto concluso tra quest'ultimo ed il consumatore (ciò può accadere, essenzialmente, nei contratti di *franchising*, di concessione di vendita, etc.), dovendosi, invece, escludere la sua operabilità, qualora l'introduzione nel contratto col consumatore delle clausole dichiarate vessatorie sia stata il frutto di una libera scelta, basata su di una valutazione di convenienza, del venditore o prestatore di servizi oppure qualora sia stata indotta dalla presenza di analoghe clausole vessatorie nel contratto concluso tra quest'ultimo ed il fornitore (la disciplina delle clausole vessatorie contenuta nel Codice del consumo non vieta l'inserimento delle stesse nei contratti conclusi tra professionisti, pertanto, in capo al fornitore non può essere posto un obbligo di garantire l'attuazione delle tutele previste a favore del consumatore). La *ratio* della disposizione del 4° comma dell'art. 36 risiede nella circostanza che il venditore o prestatore di servizi, di regola, poiché, tendenzialmente, subisce la forza contrattuale del fornitore, si trova di fronte all'alternativa di inserire le clausole vessatorie, imposte o raccomandate dal fornitore, nel contratto col consumatore oppure no, eventualmente, scaricando il sacrificio della mancata previsione delle clausole vessatorie sul consumatore, attraverso un aumento del prezzo dei beni o servizi. È evidente che quest'ultima ipotesi rappresenta quella più frequente nella prassi, preferendo il venditore, senz'altro, monetizzare la non inserzione delle clausole vessatorie nei contratti coi consumatori, piuttosto che agire in regresso nei confronti del fornitore, con la conseguenza che, in questi casi, il problema del regresso non si pone, poiché, non essendo inserita nel contratto col consumatore le clausole vessatorie, sebbene queste siano imposte o raccomandate dal fornitore, non può essere invocata alcuna nullità, pertanto, il venditore o prestatore di servizi non subisce alcun danno inerente all'invalidità, ferma restando la sua possibilità di agire contro il fornitore, azionando gli strumenti predisposti dall'ordinamento per contrastare l'abuso di dipendenza economica tra professionisti. Importante è sottolineare che, qualora il venditore o prestatore di servizi abbia sia inserito nel contratto col consumatore le clausole vessatorie imposte o raccomandate dal fornitore sia previsto una maggiorazione del prezzo dei beni o servizi in funzione dei rischi connessi all'eventuale declaratoria di nullità di tali clausole (ferme restando la notevole difficoltà dell'accertamento dell'avvenuta o meno monetizzazione delle clausole vessatorie), se tali clausole vengono dichiarate nulle e con esse, eventualmente, l'intero contratto, questi non può esercitare l'azione di regresso nei confronti del fornitore, altrimenti, si determinerebbe una situazione iniqua. La disposizione di cui si sta discutendo, comunque, nonostante possa apparire estranea rispetto alla disciplina dettata a tutela dei consumatori è, a mio avviso, finalizzata, paradossalmente, a produrre effetti favorevoli al consumatore, essenzialmente, sotto il profilo dei minori costi d'acquisto dei beni o servizi, poiché incentiva il venditore o prestatore di servizi a inserire nel contratto col consumatore le clausole vessatorie, qualora queste siano imposte o raccomandate dal fornitore, anziché aumentare i prezzi, prevedendo la possibilità di agire, in caso di declaratoria di nullità, in via di regresso, nei confronti del fornitore e, dunque, facendolo propendere verso il convincimento che evitare di maggiorare i prezzi e, invece, inserire tali clausole vessatorie nel contratto col consumatore, sebbene esposte al rischio di dichiarazione di nullità, sia più conveniente, non pregiudicando la propria attività commerciale sul piano della concorrenza, fermo restando il diritto del consumatore di far valere la nullità e la sua rilevanza d'ufficio qualora risulti per quest'ultimo vantaggiosa. Sostanzialmente, tale disposizione è potenzialmente idonea a determinare uno spostamento del conflitto d'interesse dal rapporto tra venditore o prestatore di servizi e consumatore a quello intercorrente tra i due professionisti e questo eventuale effetto è, a mio avviso, coerente con l'obiettivo di tutela dei consumatori proprio della disciplina posta dal Codice del consumo. Interessante, nonché importante, rilevare che qui, indirettamente, la disciplina del Codice

del consumo recupera, attraverso il bilanciamento delle esigenze del consumatore (quella ad acquistare beni o servizi a prezzi più bassi o, comunque, tendenzialmente equi, e quella ad un regolamento contrattuale sufficientemente equilibrato), la valenza del rapporto economico tendenzialmente equo tra le prestazioni del professionista e del consumatore, rapporto, invece, totalmente sovrastato da quello normativo e reso irrilevante, come constatato in precedenza, nella fase di accertamento del significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi delle parti discendenti dal contratto, ovvero, del carattere vessatorio delle clausole. Tale disposizione, oltretutto, ha, seppur in misura marginale, una portata definibile pionieristica, dato che costituisce uno dei primi rimedi previsti dall'ordinamento, accanto, essenzialmente, a quelli di lotta all'abuso di dipendenza economica, diretti a far fronte alle esigenze di tutela dei professionisti c.d. deboli, sebbene abbia una portata limitata ai soli professionisti venditori e prestatori di servizi.

Accanto alla possibilità, per il consumatore, di far valere in giudizio la nullità di una o più clausole considerate, ai sensi della disciplina su esposta, vessatorie ed, eventualmente, dell'intero contratto, il Codice del consumo contempla anche una tutela collettiva, più precisamente, all'art. 37, rubricato -azione inibitoria-, attribuisce alle associazioni rappresentative dei consumatori e degli utenti iscritte al relativo elenco istituito presso il Ministero dello sviluppo economico, alle associazioni rappresentative dei professionisti e alle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, la facoltà di convenire in giudizio il professionista o l'associazione di professionisti che, rispettivamente, utilizza o raccomanda l'utilizzo di condizioni generali di contratto e richiedere al giudice competente che inibisca l'uso di quelle condizioni di cui sia accertata la vessatorietà. Differentemente dalla prima tutela offerta dal Codice, la quale, oltre ad essere individuale, consiste in una procedura giudiziaria di tipo repressivo, potendo essere attivata dal consumatore solamente a seguito della conclusione di un contratto contenente clausole ritenute vessatorie, l'azione inibitoria costituisce un mezzo collettivo per attivare una procedura giudiziaria di tipo preventivo, essendo volta ad evitare che le clausole, il cui carattere vessatorio sia accertato, continuino ad essere inserite in contratti conclusi coi consumatori, ma anche che, qualora non siano ancora state utilizzate in tali contratti, possano esserlo successivamente. L'inibitoria, qualora ricorrano giusti motivi di urgenza, può essere concessa con procedure rapide. L'associazione rappresentativa dei consumatori e degli utenti attrice può richiedere al giudice che siano anche adottate le misure idonee a correggere o eliminare gli effetti dannosi delle violazioni accertate. Il giudice può ordinare che il provvedimento con il quale inibisce l'uso delle clausole vessatorie sia pubblicato in uno o più giornali, di cui almeno uno a diffusione nazionale.

Ferma restando la possibilità, per il consumatore, di conferire ad associazioni dei consumatori il mandato ad agire in giudizio per suo conto, di non poco rilievo risulta, ora, a mio avviso, comprendere 1) se, in caso di giudizio promosso da un consumatore, le associazioni di consumatori possano intervenire a sostegno delle sue ragioni e 2) se sia indirettamente consentito anche ai singoli consumatori di azionare la tutela giudiziaria di tipo preventivo, ovvero, l'azione inibitoria e quella di eliminazione degli effetti dannosi, finalizzata ad impedire o a far cessare gli atti e i comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori o utenti e a rimuovere gli eventuali effetti dannosi.

1) Relativamente alla prima questione, la Corte di Cassazione ha, in passato, evidenziato che gli interessi diffusi sono adespoti (senza titolare, anonimi) e possono essere tutelati in sede giudiziale solo in quanto il legislatore attribuisca ad un ente esponenziale la tutela degli interessi dei singoli componenti una collettività, che così assurgono al rango di interessi collettivi o diffusi. Detto ciò, dall'art. 139 cod. cons., rubricato -legittimazione ad agire-, il quale stabilisce che le associazioni dei consumatori e degli utenti

iscritte nell'apposito elenco sono legittimate ad agire, ai sensi dell'art. 140 (azione inibitoria e di rimozione degli effetti dannosi), a tutela, nonché in caso di violazione, degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti contemplati dal Codice del consumo e in altre disposizioni legislative specificamente elencate, si evince che il Legislatore ha attribuito alle associazioni dei consumatori e utenti iscritte la qualifica di enti esponenziali di tutela degli interessi collettivi e la conseguente legittimazione ad agire a protezione degli stessi, con ciò comportando che, se le associazioni iscritte possono agire per la tutela collettiva degli stessi interessi, *in primis*, i diritti fondamentali, riconosciuti ai consumatori, a maggior ragione possono intervenire nel giudizio promosso dal singolo consumatore, al fine di sostenere le ragioni connesse alle situazioni tutelabili ex art. 140 c. 1 lett. a), b) e c) cod. cons.¹⁹, oltretutto, perché le situazioni soggettive previste dal Codice del consumo non presuppongono alcun collegamento esclusivo tra bene e individuo, con la conseguenza che l'azionabilità della tutela inibitoria e di rimozione degli effetti dannosi non può essere negata alle associazioni iscritte, stante il disposto dell'art. 24 Cost., in base al quale, tutti possono agire in giudizio per la tutela dei propri diritti e interessi legittimi. Anche in questi casi, se sussistono giusti motivi di urgenza, l'inibitoria può essere concessa con procedure rapide. Fermo restando quanto detto, il 9° comma dell'art. 140 cod. cons. stabilisce che, fatte salve le norme sulla litispendenza, sulla continenza, sulla connessione e sulla riunione dei procedimenti, la legittimazione ad agire a tutela degli interessi collettivi dei consumatori in capo alle associazioni suddette non preclude ai singoli consumatori, che si ritengono danneggiati dalle medesime violazioni, la legittimazione ad azioni individuali. Il ragionamento fin qui svolto ha avuto esclusivo riguardo alle associazioni dei consumatori ed utenti iscritte e non può, evidentemente, essere riproposto con riferimento a quelle, invece, non iscritte, non avendo queste un espresso riconoscimento normativo come enti esponenziali di tutela degli interessi collettivi e, dunque, una espressa legittimazione ad agire a protezione degli stessi, pertanto, è necessario percorrere un'altra via per poter accertare l'esistenza, anche in questo caso, di una indiretta legittimazione ad agire. Anzitutto, ritengo di escludere che le associazioni dei consumatori non iscritte siano titolari di una legittimazione ad agire individualmente (con l'azione inibitoria e di rimozione) per la tutela degli interessi collettivi, poiché gli artt. 37 e 139 cod. cons. attribuiscono, espressamente, tale facoltà alle sole associazioni dei consumatori iscritte nell'apposito elenco, istituito presso il Ministero dello sviluppo economico. Per quanto attiene, invece, alla possibilità per le associazioni non iscritte di intervenire nei giudizi promossi dai singoli consumatori, rilevante è, a mio avviso, un recente orientamento della Corte di cassazione, il quale attribuisce alle associazioni dei consumatori i cui statuti prevedono la cura, la promozione e la tutela dei diritti dei consumatori in un giudizio individuale, anche se non iscritte, la legittimazione ad intervenire *ad adiuvandum* (per il quale non si richiede la titolarità di un diritto nei confronti delle parti processuali originarie, ma soltanto la presenza di un interesse giuridicamente rilevante ad un esito favorevole della controversia²⁰) in giudizi individuali, promossi da singoli consumatori, i quali lamentino la violazione di specifici diritti riconosciutigli dalla legge in quanto tali, al fine di sostenere le ragioni di questi ultimi, qualora l'esito

¹⁹ Con l'inibitoria degli atti e i comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori e degli utenti; con l'adozione delle misure idonee a correggere o eliminare gli effetti dannosi delle violazioni accertate; con la pubblicazione del provvedimento su uno o più quotidiani a diffusione nazionale oppure locale, nei casi in cui la pubblicità del provvedimento può contribuire a correggere o eliminare gli effetti delle violazioni accertate.

²⁰ Interessi rilevanti possono essere i seguenti: l'interesse a veder riconosciuto il ruolo di capofila delle associazioni in questione; l'interesse a veder riconosciuto il ruolo statutario diffuso di difensori dei diritti dei consumatori; l'interesse ad una soluzione positiva spendibile in altre analoghe controversie; l'interesse al rimborso delle spese sostenute per la gestione collettiva della lite e delle spese processuali.

sfavorevole della controversia possa determinare un pregiudizio giuridicamente apprezzabile nella sfera giuridica dell'associazione stessa; precisamente, la Suprema Corte ha enunciato il principio secondo il quale, l'intervento adesivo dipendente del terzo è consentito ove l'interveniente sia titolare di un rapporto giuridico connesso con quello dedotto in lite da una delle parti o da esso dipendente e non di mero fatto, attesa la necessità che la soccombenza della parte sostenuta determini un pregiudizio totale o parziale al diritto vantato dal terzo quale effetto riflesso del giudicato. L'interesse richiesto per la legittimazione all'intervento adesivo dipendente nel processo in corso fra altri soggetti deve essere non di mero fatto, ma giuridico, nel senso che, tra adiuvante e adjuvato, deve sussistere un vero e proprio rapporto giuridico sostanziale, tale che la posizione soggettiva del primo in questo rapporto possa essere, anche solo in via indiretta o riflessa, pregiudicata dal disconoscimento delle ragioni che il secondo intende far valere contro il suo avversario in causa.

- 2) Per quanto riguarda, invece, la possibilità o meno per singoli consumatori di azionare la tutela giudiziaria di tipo preventivo, ovvero, l'azione inibitoria e quella di eliminazione degli effetti dannosi, finalizzata ad impedire o a far cessare gli atti e i comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori o utenti e a rimuovere gli eventuali effetti dannosi, ritengo che due siano le ragioni a sostegno dell'ammissibilità di una siffatta legittimazione ad agire; la prima si ricollega a quanto detto in precedenza relativamente alle situazioni soggettive previste dal Codice del consumo, le quali, pur non presupponendo alcun collegamento esclusivo tra bene e individuo, quando appartengono anche al singolo consumatore, oltre a doversene ammettere la tutelabilità in via individuale, dev'essere ammesso, stante l'atipicità dell'azione inibitoria, che i consumatori e gli utenti possano accedere, individualmente, anche alla tutela giurisdizionale di tipo preventivo, pur non essendo questa espressamente contemplata anche per i consumatori né dall'art. 37 cod. cons., relativo all'azione inibitoria, né dall'art. 139 cod. cons., relativo alla legittimazione ad agire. La seconda ragione è, a mio avviso, enucleabile dall'interpretazione dell'art. 140-bis c. 1 cod. cons., il quale stabilisce che: "i diritti individuali omogenei dei consumatori e degli utenti di cui al comma 2, nonché gli interessi collettivi, sono tutelabili anche attraverso l'azione di classe, secondo le previsioni del presente articolo". Nella parte in cui fa riferimento alla tutelabilità anche degli interessi collettivi, a rigor di logica, estende la legittimazione ad agire, individualmente, alla tutela giudiziaria di tipo preventivo, overosia, alla tutela inibitoria ed eliminativa, non limitandola, dunque, alla tutela, di tipo successivo, degli interessi individuali del singolo consumatore.

CLASS ACTION

Un breve accenno merita l'istituto dell'azione di classe o anche detto, con termine di derivazione anglosassone, "Class action", disciplinato dall'art. 140-bis cod. cons. ed introdotto dalla L. 23 luglio 2009, n. 99. Si tratta, essenzialmente, di una tutela collettiva dei consumatori, consistendo nella possibilità di far valere, con un'unica azione e in un unico giudizio, le pretese individuali (risarcitorie e restitutorie) a contenuto omogeneo di consumatori e utenti, che, trovando origine da un'unica condotta illecita, richiedono, per la loro valutazione, la risoluzione della medesima questione (di fatto e/o di diritto) di rilevanza collettiva. Quest'azione è esperibile da parte di enti rappresentativi individuati *ex lege* ai sensi dei commi 1 e 2 dell'art. 140 bis cod. cons.; possono, infatti, accedere al rimedio *de quo* le associazioni di cui al comma 1 dell'art. 139 cod. cons. e le associazioni e i comitati che siano adeguatamente rappresentativi degli interessi collettivi fatti valere. L'ente che agisce, quindi, non è né un rappresentante né un legittimato straordinario rispetto ai diritti soggettivi dei singoli consumatori che si assume essere stati lesi da un comportamento plurioffensivo del professionista; tale ente è

semplicemente portatore dell'interesse collettivo della categoria dei consumatori, cui gli aderenti all'azione appartengono, al risarcimento del danno e/o alla restituzione di somme, interesse sorto nell'ambito di rapporti giuridici relativi a contratti stipulati per moduli e formulari (art. 1342 c.c.), illeciti extracontrattuali, pratiche commerciali scorrette o comportamenti anticoncorrenziali. Il mandato cui fa riferimento l'art. 140-bis cod. cons. è assimilabile alla procura alle liti, sotto il profilo dell'ausilio tecnico nella gestione della lite, senza alcuna interferenza sulla titolarità né sulla disponibilità del rapporto sostanziale dedotto con l'azione risarcitoria e/o restitutoria. (Fonte: Enciclopedia giuridica Treccani - <http://www.treccani.it/enciclopedia/class-action/>)

2. Obblighi d'informazione

2.1. Obblighi generali e contenuto minimo delle informazioni

L'art. 5 cod. cons. stabilisce che la sicurezza, la composizione e la qualità dei prodotti e dei servizi costituiscono contenuto essenziale degli obblighi informativi e che le informazioni al consumatore, da chiunque provengano, devono essere adeguate alla tecnica di comunicazione impiegata ed espresse in modo chiaro e comprensibile, tenuto anche conto delle modalità di conclusione del contratto o delle caratteristiche del settore, in modo tale da assicurare la consapevolezza del consumatore.

L'art. 6 cod. cons. dispone che i prodotti o le confezioni dei prodotti destinati al consumatore, commercializzati sul territorio nazionale, devono riportare, chiaramente visibili e leggibili, almeno le indicazioni relative:

- a) alla denominazione legale o merceologica del prodotto;
- b) al nome o ragione sociale o marchio e alla sede legale del produttore o di un importatore stabilito nell'Unione europea;
- c) al Paese di origine se situato fuori dell'Unione europea;
- d) all'eventuale presenza di materiali o sostanze che possono arrecare danno all'uomo, alle cose o all'ambiente;
- e) ai materiali impiegati ed ai metodi di lavorazione ove questi siano determinanti per la qualità o le caratteristiche merceologiche del prodotto;
- f) alle istruzioni, alle eventuali precauzioni e alla destinazione d'uso, ove utili ai fini di fruizione e sicurezza del prodotto.

L'art. 10 cod. cons. prevede che con decreto del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con il Ministro per le politiche

comunitarie e con il Ministro della giustizia, sono adottate le norme di attuazione dell'art. 6 cod. cons., al fine di assicurare, per i prodotti provenienti da Paesi dell'Unione europea, un'applicazione compatibile con i principi del diritto comunitario, precisando le categorie di prodotti o le modalità di presentazione per le quali non è obbligatorio riportare le indicazioni di cui al comma 1, lettere a) e b), dell'articolo 6 cod. cons. Tali disposizioni di attuazione disciplineranno, inoltre, i casi in cui sarà consentito riportare in lingua originaria alcuni dati contenuti nelle indicazioni di cui all'art. 6 cod. cons. Fino alla data di entrata in vigore di tale decreto attuativo, restano efficaci le disposizioni di cui al Decreto del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato 8 febbraio 1997, n. 101 (Regolamento di attuazione della L. 10 aprile 1991, n. 126, recante norme per l'informazione del consumatore). Non essendo, ad oggi, ancora stato emanato il decreto attuativo di cui all'art. 6 cod. cons., si riporta, nel riquadro seguente, la disciplina vigente in materia di informazioni al consumatore, dettata dal Regolamento sopra citato (Decreto ministeriale 101/1997).

Decreto 8 febbraio 1997, n. 101

“Regolamento di attuazione della legge 10 aprile 1991, n. 126, recante norme per l'informazione del consumatore”

Riferimenti normativi

(Artt. 1-14)

Disposizioni generali

Obblighi di informazione

Il presente regolamento disciplina l'apposizione, sui prodotti o sulle confezioni dei prodotti destinati al consumatore commercializzati sul territorio nazionale, di indicazioni chiaramente visibili e leggibili, relative:

- a) alla denominazione legale o merceologica del prodotto;
- b) al nome o ragione sociale o marchio e alla sede del produttore o di un importatore stabilito nell'Unione europea;
- c) all'eventuale presenza di materiali o sostanze che possono arrecare danno all'uomo, alle cose o all'ambiente;
- d) ai materiali impiegati e ai metodi di lavorazione, ove questi siano determinanti per la qualità o le caratteristiche merceologiche del prodotto;
- e) alle istruzioni, alle eventuali precauzioni e alla destinazione d'uso ove utili a fini di fruizione o sicurezza del prodotto.

Ambito di applicazione

1. Le prescrizioni di cui al presente regolamento si applicano ai prodotti oggettivamente destinati ad essere utilizzati da persone fisiche che agiscono per fini estranei alla loro attività professionale.
2. Sono esclusi dall'applicazione del presente regolamento i prodotti oggetto di specifiche direttive o altre disposizioni comunitarie e delle relative norme nazionali di recepimento.
3. Per i prodotti oggetto di disposizioni nazionali in materia di informazione del consumatore, le norme del presente regolamento si applicano per gli aspetti non disciplinati.

Indicazioni per i prodotti preconfezionati

1. Le indicazioni di cui all'articolo 1 devono figurare sull'imballaggio preconfezionato oppure sulla etichetta fissata o legata al medesimo oppure su anelli, fascette o dispositivi di chiusura, al momento in cui i prodotti sono posti in vendita al consumatore; le indicazioni devono essere indelebili e contenute in un unico campo visivo e devono essere apposte in un punto evidente in modo da essere facilmente visibili, chiaramente leggibili e non devono in alcun modo essere dissimulate o deformate.
2. Le istruzioni, le precauzioni e le indicazioni relative alla destinazione d'uso di cui all'articolo 1, comma 1, lettera e), possono essere altresì riportate in altra documentazione illustrativa fornita unitamente al prodotto.
3. Per i prodotti preconfezionati destinati al consumatore ma commercializzati in una fase precedente alla vendita al consumatore stesso, le indicazioni di cui al presente articolo possono figurare su un documento

commerciale relativo a detti prodotti, a condizione che siano rispettate le prescrizioni di cui ai commi 1 e 2 nel momento in cui sono offerti al consumatore.

Indicazioni per prodotti sfusi

Nel caso di prodotti non preconfezionati venduti sfusi e di prodotti preconfezionati venduti previo frazionamento, le indicazioni di cui all'articolo 1 possono essere anche apposte su apposito cartello applicato ai recipienti che li contengono, ovvero affisso nei comparti dei locali di vendita in cui sono esposti, in modo che siano adeguatamente ed integralmente visibili dai potenziali acquirenti.

Indicazioni in lingua non italiana

1. Le indicazioni previste dal presente regolamento devono essere apposte in lingua italiana.
2. Sono consentite indicazioni che utilizzino espressioni non in lingua italiana divenute di uso comune.
3. Qualora le indicazioni di cui al presente regolamento siano apposte in più lingue, quelle in lingua italiana devono essere riportate con caratteri di visibilità e leggibilità non inferiori a quelli usati per le altre lingue.

Denominazione legale o merceologica

Indicazione della denominazione legale o merceologica

La denominazione legale o merceologica di un prodotto consiste nella denominazione prevista dalle disposizioni che lo disciplinano ovvero, in mancanza, nella denominazione risultante da usi e consuetudini ovvero, in mancanza, nella descrizione del prodotto accompagnata dalle ulteriori informazioni sulla sua natura e destinazione d'uso che consentano al possibile acquirente di distinguerlo dai prodotti con i quali potrebbe essere ragionevolmente confuso.

Esclusioni dell'obbligo di indicazione

1. L'indicazione della denominazione merceologica di un prodotto può essere omessa allorché questa appaia manifesta dall'aspetto del prodotto stesso.
2. Fatto salvo il divieto previsto dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 25 gennaio 1992, n. 73 ("È vietata l'immissione sul mercato, la commercializzazione, l'importazione, la fabbricazione e l'esportazione di prodotti che avendo un aspetto diverso da quello che sono in realtà, compromettono la sicurezza o la salute dei consumatori."), i prodotti che hanno un aspetto diverso da quello che sono in realtà devono comunque riportare l'indicazione della denominazione merceologica.

Materiali e sostanze pericolose

Individuazione delle sostanze e dei preparati pericolosi

Per "materiali o sostanze che possono arrecare danno all'uomo, alle cose o all'ambiente" si intendono le sostanze ed i preparati regolamentati dalla L. 29 maggio 1974, n. 256, e successive norme di modificazione ed attuazione (abrogata. Attualmente la materia è disciplinata dal Regolamento UE n. 1272/2008, relativo alla classificazione, all'etichettatura e all'imballaggio delle sostanze e delle miscele, come risultante dalle modifiche apportate dal Regolamento UE 1221/2015).

Indicazione delle sostanze e dei preparati pericolosi

1. L'eventuale presenza nei prodotti dei materiali e delle sostanze di cui all'articolo 8 deve essere sempre dichiarata, qualora tali materiali e sostanze, in occasione dell'uso, anche non appropriato purché ragionevolmente prevedibile, dell'immagazzinamento o dello smaltimento del prodotto possano essere ceduti in quantità tale da rappresentare un rischio per l'uomo, le cose o l'ambiente.
2. Le indicazioni di cui al presente articolo, in mancanza di specifiche disposizioni, devono essere apposte con caratteri di visibilità e leggibilità adeguate alla dimensione del prodotto o della confezione; detti caratteri di visibilità devono, comunque, essere superiori a quelli con cui vengono riportate le altre indicazioni di cui al presente regolamento.

Materiali impiegati e metodi di lavorazione

Indicazioni dei materiali impiegati e dei metodi di lavorazione

1. Devono essere dichiarati i materiali impiegati ed i metodi di lavorazione che assumono rilevanza in relazione al prodotto che:
 - a) per il suo aspetto esteriore ovvero per le modalità di presentazione o di pubblicizzazione, può essere ragionevolmente confuso con altri prodotti in commercio per i quali sono impiegati materiali o metodi di lavorazione che attribuiscono caratteristiche d'impiego o di durata ovvero valore economico superiori o comunque diversi rispetto al prodotto stesso;
 - b) in ragione dei materiali impiegati e dei metodi di lavorazione, impone limitazioni o cautele particolari nell'uso cui sarà ragionevolmente destinato dal consumatore, diverse da quelle relative ad uno o più prodotti in commercio con i quali può essere confuso per il suo aspetto esteriore ovvero per le modalità di presentazione o di pubblicizzazione.
2. È fatta salva la facoltà di dichiarare comunque i materiali impiegati ed i metodi di lavorazione.

Esclusione dall'obbligo di indicazione

Sono esclusi dall'obbligo di indicazione dei materiali impiegati e dei metodi di lavorazione i prodotti per i quali questi sono già resi manifesti dalla denominazione legale o merceologica, ovvero che sono già assoggettati a discipline speciali che prescrivono l'indicazione dei materiali aventi rilievo per il consumatore.

Istruzioni e precauzioni d'uso

Istruzioni

1. Ai sensi dell'articolo 1, comma 1, lettera e), devono essere fornite al consumatore chiare ed esaurienti istruzioni per l'uso del prodotto qualora, tenuto conto della sua natura e delle altre indicazioni fornite in base al presente regolamento, esse siano necessarie per la sua corretta fruizione. Dette istruzioni, ove possibile, devono essere accompagnate da disegni ed esemplificazioni pratiche.
2. Devono essere indicate al consumatore le limitazioni o cautele particolari da seguire nell'uso cui il prodotto può essere ragionevolmente destinato, derivanti dai materiali o dai metodi di lavorazione impiegati, qualora esse non siano, tenuto conto delle normali conoscenze del consumatore, chiaramente desumibili dalla indicazione effettuata ai sensi dell'articolo 10, comma 1.

Precauzioni d'uso

1. Ai sensi dell'articolo 1, comma 1, lettera e) e conformemente al disposto dell'articolo 3, commi 2 e 3, del D.Lgs.17 marzo 1995, n. 115 (il testo è riportato nella NOTA 1 in calce al riquadro), devono essere fornite

al consumatore informazioni utili alla valutazione e alla prevenzione dei pericoli derivanti dall'uso, anche non appropriato purché ragionevolmente prevedibile, del prodotto, qualora tali informazioni non siano immediatamente percettibili senza adeguate avvertenze; devono essere altresì marcati i prodotti o la partita di prodotti in modo da poterne consentire l'identificazione, singolarmente o per lotti.

2. Devono comunque essere indicate le precauzioni necessarie alla prevenzione dei rischi determinati dalla presenza delle sostanze e dei materiali pericolosi individuati ai sensi dell'articolo 8 ovvero dalla combinazione con le sostanze ed i materiali con i quali il prodotto può prevedibilmente venire in contatto nell'uso cui è destinato, qualora tali adempimenti non siano già disciplinati da specifiche disposizioni.

Categorie particolari di prodotti

Con ulteriori provvedimenti possono essere approvate modalità tecniche di adempimento in relazione a particolari categorie di prodotti.

NOTA 1:

Comma 2: "Il produttore deve fornire al consumatore le informazioni utili alla valutazione e alla prevenzione dei pericoli derivanti dall'uso normale, o ragionevolmente prevedibile, del prodotto, se non sono immediatamente percettibili senza adeguate avvertenze".

Comma 3: "Oltre quanto previsto al comma 2, il produttore deve adottare misure adeguate in relazione alle caratteristiche del prodotto per consentire l'individuazione dei pericoli connessi al suo uso, come la marcatura del prodotto o della partita di prodotti in modo da poterne consentire l'identificazione singolarmente o per lotti, le verifiche mediante campionamento, l'esame dei reclami presentati e l'informazione dei distributori in merito ai risultati dei controlli"

... Prosegue la normativa del codice del consumo

Le indicazioni di cui all'art. 6 cod. cons. (una volta attuate ex art. 10 e, dunque, in vigore), prescrive l'art. 7, devono figurare sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti nel momento in cui sono posti in vendita al consumatore. Le indicazioni di alla lettera f) possono essere riportate, anziché sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti, su altra documentazione illustrativa che viene fornita in accompagnamento dei prodotti stessi.

L'art. 9 cod. cons. stabilisce che tutte le informazioni destinate ai consumatori e agli utenti devono essere rese almeno in lingua italiana. Qualora le indicazioni siano apposte in più lingue, le medesime sono apposte anche in lingua italiana e con caratteri di visibilità e leggibilità non inferiori a quelli usati per le altre lingue. Sono consentite indicazioni che utilizzino espressioni non in lingua italiana divenute di uso comune.

L'art. 11 cod. cons. stabilisce che è vietato il commercio sul territorio nazionale di qualsiasi prodotto o confezione di prodotto che non riporti, in forme chiaramente visibili e leggibili, le indicazioni di cui agli articoli 6, 7 e 9 cod. cons.

L'art. 8 cod. cons. stabilisce che sono esclusi dall'applicazione delle norme sopra citate i prodotti oggetto di specifiche disposizioni contenute in direttive o in altre disposizioni comunitarie e nelle relative norme nazionali di recepimento. Per i prodotti oggetto di disposizioni nazionali in materia di informazione del consumatore, le norme sopra citate si applicano per gli aspetti non disciplinati.

L'art. 12 cod. cons. disciplina il trattamento sanzionatorio in caso di violazione delle norme sopra citate. Nello specifico, stabilisce che, fatto salvo quanto previsto nella PARTE IV, TITOLO II del Cod. del consumo (disciplinante la responsabilità per danno da prodotti difettosi), e salvo che il fatto costituisca reato, per quanto attiene alle responsabilità del produttore, ai contravventori al divieto di cui all'art. 11 cod. cons. si applica una sanzione amministrativa da 516 euro a 25.823 euro. La misura della sanzione è determinata, in ogni singolo caso, facendo riferimento al prezzo di listino di ciascun prodotto ed al numero delle unità poste in vendita. Le sanzioni sono applicate ai sensi della L. 24 novembre 1981, n. 689. Fermo restando quanto previsto in ordine ai poteri di accertamento degli ufficiali e degli agenti di polizia giudiziaria dall'articolo 13 della predetta legge, all'accertamento delle violazioni provvedono d'ufficio o su denuncia, gli organi di polizia amministrativa. Il rapporto previsto dall'articolo 17 della predetta legge è presentato all'ufficio della camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura della provincia in cui vi è la residenza o la sede legale del professionista.

NORME RELATIVE ALL'INDICAZIONE DEI PREZZI (artt. 13 ss.)

Definizioni

Si intende per:

- a) prezzo di vendita: il prezzo finale, valido per una unità di prodotto o per una determinata quantità del prodotto, comprensivo dell'IVA e di ogni altra imposta;
- b) prezzo per unità di misura: il prezzo finale, comprensivo dell'IVA e di ogni altra imposta, valido per una quantità di un chilogrammo, di un litro, di un metro, di un metro quadrato o di un metro cubo del prodotto o per una singola unità di quantità diversa, se essa è impiegata generalmente e abitualmente per la commercializzazione di prodotti specifici;
- c) prodotto commercializzato sfuso: un prodotto che non costituisce oggetto di alcuna confezione preliminare ed è misurato alla presenza del consumatore;
- d) prodotto venduto al pezzo: un prodotto che non può essere frazionato senza subire una modifica della sua natura o delle sue proprietà;
- e) prodotto venduto a collo: insieme di pezzi omogenei contenuti in un imballaggio;
- f) prodotto preconfezionato: l'unità di vendita destinata ad essere presentata come tale al consumatore ed alle collettività, costituita da un prodotto e dall'imballaggio in cui è stato immesso prima di essere posto in vendita, avvolta interamente o in parte in tale imballaggio ma comunque in modo che il contenuto non possa essere modificato senza che la confezione sia aperta o alterata.

Al fine di migliorare l'informazione del consumatore e di agevolare il raffronto dei prezzi, i prodotti offerti dai commercianti ai consumatori devono recare, oltre alla indicazione del prezzo di vendita, secondo le disposizioni vigenti, l'indicazione del prezzo per unità di misura, fatto salvo quanto previsto all'art. 16, di seguito esaminato (esenzioni dall'obbligo di indicare il prezzo per unità di misura).

- Il prezzo per unità di misura non deve essere indicato quando è identico al prezzo di vendita.
- Per i prodotti commercializzati sfusi deve essere indicato soltanto il prezzo per unità di misura.
- La pubblicità in tutte le sue forme ed i cataloghi devono recare l'indicazione del prezzo per unità di misura quando è indicato il prezzo di vendita, fatti salvi i casi di esenzione di cui all'art. 16.

Le prescrizioni in questione, relative all'indicazione dei prezzi per unità di misura, non si applicano:

- a) ai prodotti forniti in occasione di una prestazione di servizi, ivi compresa la somministrazione di alimenti e bevande;
- b) ai prodotti offerti nelle vendite all'asta;
- c) agli oggetti d'arte e d'antiquariato.

Modalità di indicazione del prezzo per unità di misura

- Il prezzo per unità di misura si riferisce ad una quantità dichiarata conformemente alle disposizioni in vigore (i prezzi, pertanto, devono essere indicati, usando i simboli previsti dalla normativa vigente per l'indicazione dell'euro e dell'unità di misura e queste ultime devono essere esclusivamente quelle indicate dal sistema internazionale -SI-, con validità a livello mondiale, definito nella direttiva CEE 80/181 e riportato nel D.P.R. 802 del 12 agosto 1982. I simboli, inoltre, devono seguire la cifra, non vanno necessariamente punteggiati e devono essere indicati con l'iniziale minuscola, ad eccezione di quelli derivati dal nome di uno scienziato -es: Pascal > Pa-).
- Per le modalità di indicazione del prezzo per unità di misura si applica quanto stabilito dall'articolo 14 del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al settore del commercio, quindi:
 1. I prodotti esposti per la vendita al dettaglio nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale e nelle immediate adiacenze dell'esercizio o su aree pubbliche o sui banchi di vendita, ovunque collocati, debbono indicare, in modo chiaro e ben leggibile, il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con altre modalità idonee allo scopo.
 2. Quando siano esposti insieme prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un unico cartello. Negli esercizi di vendita e nei reparti di tali esercizi organizzati con il sistema di vendita del libero servizio l'obbligo dell'indicazione del prezzo deve essere osservato in ogni caso per tutte le merci comunque esposte al pubblico.
 3. I prodotti sui quali il prezzo di vendita al dettaglio si trovi già impresso in maniera chiara e con caratteri ben leggibili, in modo che risulti facilmente visibile al pubblico, sono esclusi dall'applicazione del comma 2.
 4. Restano salve le disposizioni vigenti circa l'obbligo dell'indicazione del prezzo di vendita al dettaglio per unità di misura.
- Per i prodotti alimentari confezionati immersi in un liquido di governo, anche congelati o surgelati, il prezzo per unità di misura si riferisce al peso netto del prodotto sgocciolato.
- È ammessa l'indicazione del prezzo per unità di misura di multipli (ettolitro, tonnellata, etc.) o sottomultipli (centilitro, grammo, etc.), decimali delle unità di misura (litro, chilogrammo, etc.), nei casi in cui taluni prodotti sono generalmente ed abitualmente commercializzati in dette quantità.
- I prezzi dei prodotti petroliferi per uso di autotrazione, esposti e pubblicizzati presso gli impianti automatici di distribuzione dei carburanti, devono essere esclusivamente quelli effettivamente praticati ai consumatori. È fatto obbligo di esporre in modo visibile dalla carreggiata stradale i prezzi praticati al consumo.

Esenzioni

1. Sono esenti dall'obbligo dell'indicazione del prezzo per unità di misura i prodotti per i quali tale indicazione non risulti utile a motivo della loro natura o della loro destinazione, o sia di natura tale da dare luogo a confusione. Sono da considerarsi tali i seguenti prodotti:
 - a) prodotti commercializzati sfusi che, in conformità alle disposizioni di esecuzione della legge 5 agosto

1981, n. 441, e successive modificazioni, recante disposizioni sulla vendita a peso netto delle merci, possono essere venduti a pezzo o a collo;

- b) prodotti di diversa natura posti in una stessa confezione;
 - c) prodotti commercializzati nei distributori automatici;
 - d) prodotti destinati ad essere mescolati per una preparazione e contenuti in un unico imballaggio;
 - e) prodotti preconfezionati che siano esentati dall'obbligo di indicazione della quantità netta secondo quanto previsto dall'articolo 9 del decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 109, e successive modificazioni, concernenti l'attuazione delle direttive comunitarie in materia di etichettatura dei prodotti alimentari;
 - f) alimenti precucinati o preparati o da preparare, costituiti da due o più elementi separati, contenuti in un unico imballaggio, che necessitano di lavorazione da parte del consumatore per ottenere l'alimento finito;
 - g) prodotti di fantasia;
 - h) gelati monodose;
 - i) prodotti non alimentari che possono essere venduti unicamente al pezzo o a collo.
2. Il Ministro dello sviluppo economico, con proprio decreto, può aggiornare l'elenco delle esenzioni di cui al comma 1, nonché indicare espressamente prodotti o categorie di prodotti non alimentari ai quali non si applicano le predette esenzioni.

La disciplina di seguito esposta non si applica a tutti i contratti conclusi tra consumatore e professionista, poiché l'art. 47 cod. cons. stabilisce che:

- 1) Le disposizioni delle Sezioni da I a IV del Capo I, TITOLO III, PARTE III del Cod. del consumo (riguardante, tra le altre cose, obblighi di informazione del professionista e del consumatore e il diritto di recesso) non si applicano ai contratti:
- a) per i servizi sociali, compresi gli alloggi popolari, l'assistenza all'infanzia e il sostegno alle famiglie e alle persone temporaneamente o permanentemente in stato di bisogno, ivi compresa l'assistenza a lungo termine;
 - b) di assistenza sanitaria, per i servizi prestati da professionisti sanitari a pazienti, al fine di valutare, mantenere o ristabilire il loro stato di salute, ivi compresa la prescrizione, la somministrazione e la fornitura di medicinali e dispositivi medici, sia essa fornita o meno attraverso le strutture di assistenza sanitaria;
 - c) di attività di azzardo che implicano una posta di valore pecuniario in giochi di fortuna, comprese le lotterie, i giochi d'azzardo nei casinò e le scommesse;
 - d) di servizi finanziari;
 - e) aventi ad oggetto la creazione di beni immobili o la costituzione o il trasferimento di diritti su beni immobili;
 - f) per la costruzione di nuovi edifici, la trasformazione sostanziale di edifici esistenti e per la locazione di alloggi a scopo residenziale;
 - g) che rientrano nell'ambito di applicazione della disciplina concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti "tutto compreso", di cui agli articoli da 32 a 51 del D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79;
 - h) che rientrano nell'ambito di applicazione della disciplina concernente la tutela dei consumatori per quanto riguarda taluni aspetti dei contratti di multiproprietà, dei contratti relativi ai prodotti per le vacanze di lungo termine e dei contratti di rivendita e di scambio, di cui agli articoli da 69 a 81-bis del presente Codice;
 - i) stipulati con l'intervento di un pubblico ufficiale, tenuto per legge all'indipendenza e all'imparzialità, il quale deve garantire, fornendo un'informazione giuridica completa, che il consumatore concluda il

contratto soltanto sulla base di una decisione giuridica ponderata e con conoscenza della sua rilevanza giuridica;

- l) di fornitura di alimenti, bevande o altri beni destinati al consumo corrente nella famiglia e fisicamente forniti da un professionista in giri frequenti e regolari al domicilio, alla residenza o al posto di lavoro del consumatore;
 - m) di servizi di trasporto passeggeri, fatti salvi l'articolo 51, comma 2, e gli articoli 62 e 65;
 - n) conclusi tramite distributori automatici o locali commerciali automatizzati;
 - o) conclusi con operatori delle telecomunicazioni, impiegando telefoni pubblici a pagamento per il loro utilizzo, o conclusi per l'utilizzo di un solo collegamento tramite telefono, Internet o fax, stabilito dal consumatore (quest'ultimo caso riguarda l'accordo nascente attraverso un unico collegamento).
- 2) Le disposizioni delle Sezioni da I a IV del Capo I, TITOLO III, PARTE III, non si applicano ai contratti negoziati fuori dei locali commerciali in base ai quali il corrispettivo che il consumatore deve pagare non è superiore a 50 euro. Tuttavia, si applicano le disposizioni di questo Capo nel caso di più contratti stipulati contestualmente tra le medesime parti, qualora l'entità del corrispettivo globale che il consumatore deve pagare, indipendentemente dall'importo dei singoli contratti, superi l'importo di 50 euro.

2.2. Obblighi di informazione nei contratti diversi dai contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali

Sulla base di quanto disposto dall'art. 48 Cod. cons., prima che il consumatore sia vincolato da un contratto diverso da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali o da una corrispondente offerta, il professionista deve fornire al consumatore, in modo chiaro e comprensibile, le informazioni seguenti, qualora esse non siano già apparenti dal contesto:

- a) le caratteristiche principali dei beni o servizi, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi;
- b) l'identità del professionista, l'indirizzo geografico in cui è stabilito e il numero di telefono e, ove questa informazione sia pertinente, l'indirizzo geografico e l'identità del professionista per conto del quale egli agisce;
- c) il prezzo totale dei beni o servizi comprensivo delle imposte o, se la natura dei beni o dei servizi comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo e, se applicabili, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore;
- d) se applicabili, le modalità di pagamento, consegna ed esecuzione, la data entro la quale il professionista si impegna a consegnare i beni o a prestare il servizio e il trattamento dei reclami da parte del professionista;
- e) oltre a un richiamo dell'esistenza della garanzia legale di conformità per i beni, l'esistenza e le condizioni del servizio postvendita e delle garanzie commerciali, se applicabili;
- f) la durata del contratto, se applicabile, o, se il contratto è a tempo indeterminato o è un contratto a rinnovo automatico, le condizioni di risoluzione del contratto;
- g) se applicabile, la funzionalità del contenuto digitale, comprese le misure applicabili di protezione tecnica;
- h) qualsiasi interoperabilità pertinente del contenuto digitale con l'hardware e il software, di cui il professionista sia a conoscenza o di cui ci si può ragionevolmente attendere che sia venuto a conoscenza, se applicabili.

Gli obblighi di informazione precontrattuali sopra indicati si applicano anche ai contratti per la fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata, di teleriscaldamento o di contenuto digitale non fornito su un supporto materiale.

Gli obblighi di informazione precontrattuali sopra indicati non si applicano ai contratti che implicano transazioni quotidiane e che sono eseguiti immediatamente al momento della loro conclusione.

È fatta salva la possibilità di prevedere o mantenere obblighi aggiuntivi di informazione precontrattuale per i contratti ai quali si applicano gli obblighi di informazione sopra indicati.

2.3. Obblighi di informazione nei contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali

Sulla base di quanto disposto dall'art. 49 cod. cons., prima che il consumatore sia vincolato da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali o da una corrispondente offerta, il professionista deve fornire al consumatore, in maniera chiara e comprensibile, le informazioni seguenti:

- a) le caratteristiche principali dei beni o servizi, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi;
- b) l'identità del professionista;
- c) l'indirizzo geografico dove il professionista è stabilito e il suo numero di telefono, di fax e l'indirizzo elettronico, ove disponibili, per consentire al consumatore di contattare rapidamente il professionista e comunicare efficacemente con lui e, se applicabili, l'indirizzo geografico e l'identità del professionista per conto del quale agisce;
- d) se diverso dall'indirizzo fornito in conformità della lettera c), l'indirizzo geografico della sede del professionista a cui il consumatore può indirizzare eventuali reclami e, se applicabile, quello del professionista per conto del quale agisce;
- e) il prezzo totale dei beni o dei servizi comprensivo delle imposte o, se la natura dei beni o servizi comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo e, se del caso, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali e ogni altro costo oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore; nel caso di un contratto a tempo indeterminato o di un contratto comprendente un abbonamento, il prezzo totale include i costi totali per periodo di fatturazione; quando tali contratti prevedono l'addebitamento di una tariffa fissa, il prezzo totale equivale anche ai costi mensili totali; se i costi totali non possono essere ragionevolmente calcolati in anticipo, devono essere fornite le modalità di calcolo del prezzo;
- f) il costo dell'utilizzo del mezzo di comunicazione a distanza per la conclusione del contratto quando tale costo è calcolato su una base diversa dalla tariffa di base;
- g) le modalità di pagamento, consegna ed esecuzione, la data entro la quale il professionista si impegna a consegnare i beni o a prestare i servizi e, se del caso, il trattamento dei reclami da parte del professionista;
- h) in caso di sussistenza di un diritto di recesso, le condizioni, i termini e le procedure per esercitare tale diritto conformemente all'articolo 54, comma 1 (disciplina delle modalità di esercizio del diritto di recesso, successivamente esaminata), nonché il modulo tipo di recesso di cui all'Allegato I, Parte B del Codice del consumo (successivamente esaminato);

- i) se applicabile, l'informazione che il consumatore dovrà sostenere il costo della restituzione dei beni in caso di recesso e, in caso di contratti a distanza, qualora i beni per loro natura non possano essere normalmente restituiti a mezzo posta;
- l) che, se il consumatore esercita il diritto di recesso dopo aver richiesto che la prestazione dei servizi ovvero la fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata, o di teleriscaldamento, inizi durante il periodo di recesso previsto all'articolo 52, comma 2., egli è responsabile del pagamento al professionista di un importo proporzionale a quanto è stato fornito fino al momento in cui il consumatore ha informato il professionista dell'esercizio del diritto di recesso, rispetto a tutte le prestazioni previste dal contratto. L'importo proporzionale che il consumatore deve pagare al professionista è calcolato sulla base del prezzo totale concordato nel contratto. Se detto prezzo totale è eccessivo, l'importo proporzionale è calcolato sulla base del valore di mercato di quanto è stato fornito;
- m) se non è previsto un diritto di recesso ai sensi dell'articolo 59 (eccezioni al diritto di recesso, successivamente esaminate), l'informazione che il consumatore non beneficerà di un diritto di recesso o, se del caso, le circostanze in cui il consumatore perde il diritto di recesso;
- n) un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformità per i beni;
- o) se applicabili, l'esistenza e le condizioni dell'assistenza postvendita al consumatore, dei servizi postvendita e delle garanzie commerciali;
- p) l'esistenza di codici di condotta pertinenti, come definiti all'articolo 18, comma 1, lettera f), del Cod. del consumo, e come possa esserne ottenuta copia, se del caso;
- q) la durata del contratto, se applicabile, o, se il contratto è a tempo indeterminato o è un contratto a rinnovo automatico, le condizioni per recedere dal contratto;
- r) se applicabile, la durata minima degli obblighi del consumatore a norma del contratto;
- s) se applicabili, l'esistenza e le condizioni di depositi o altre garanzie finanziarie che il consumatore è tenuto a pagare o fornire su richiesta del professionista;
- t) se applicabile, la funzionalità del contenuto digitale, comprese le misure applicabili di protezione tecnica;
- u) qualsiasi interoperabilità pertinente del contenuto digitale con l'hardware e il software, di cui il professionista sia a conoscenza o di cui ci si può ragionevolmente attendere che sia venuto a conoscenza, se applicabile;
- v) se applicabile, la possibilità di servirsi di un meccanismo extra-giudiziale di reclamo e ricorso cui il professionista è soggetto e le condizioni per avervi accesso.

Gli obblighi di informazione precontrattuali sopra indicati si applicano anche ai contratti per la fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata, di teleriscaldamento o di contenuto digitale non fornito su un supporto materiale.

Nel caso di un'asta pubblica, le informazioni di cui alle lettere b), c) e d), possono essere sostituite dai corrispondenti dati della casa d'aste.

Le informazioni di cui alle lettere h), i) e l), possono essere fornite mediante le istruzioni tipo sul recesso di cui all'Allegato I, Parte A del Cod. del consumo (successivamente esaminato).

Il professionista ha adempiuto agli obblighi di informazione di cui alle lettere h), i) e l), se ha presentato dette istruzioni al consumatore, debitamente compilate.

Le informazioni che il professionista deve fornire formano parte integrante del contratto a distanza o del contratto negoziato fuori dei locali commerciali e non possono essere modificate se non con accordo espresso delle parti.

Se il professionista non adempie agli obblighi di informazione sulle spese aggiuntive o gli altri costi di cui alla lettera e), o sui costi della restituzione dei beni di cui alla lettera i), il consumatore non deve sostenere tali spese o costi aggiuntivi.

Nel caso di utilizzazione di tecniche che consentono una comunicazione individuale, le informazioni devono essere fornite, ove il consumatore lo richieda, in lingua italiana.

Gli obblighi di informazione sopra indicati (previsti dal Codice del consumo) si aggiungono agli obblighi di informazione contenuti nel D.Lgs. 26 marzo 2010, n. 59, e successive modificazioni, e nel D.Lgs. 9 aprile 2003, n. 70, e successive modificazioni, e non ostano ad obblighi di informazione aggiuntivi previsti in conformità a tali disposizioni. Nel riquadro seguente, si riportano gli obblighi informativi previsti dai decreti citati.

D.Lgs. 26 marzo 2010, n. 59

“Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno”

Riferimenti normativi

(Artt. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 31, 34)

Le disposizioni del presente decreto si applicano a qualunque attività economica, di carattere imprenditoriale o professionale, svolta senza vincolo di subordinazione, diretta allo scambio di beni o alla fornitura di altra prestazione anche a carattere intellettuale.

Definizioni

1. Ai fini del presente decreto si intende per:

- a) servizio: qualsiasi prestazione anche a carattere intellettuale svolta in forma imprenditoriale o professionale, fornita senza vincolo di subordinazione e normalmente fornita dietro retribuzione; i servizi non economici non costituiscono servizi ai sensi del presente decreto;
- b) prestatore: qualsiasi persona fisica avente la cittadinanza di uno Stato membro o qualsiasi soggetto costituito conformemente al diritto di uno Stato membro o da esso disciplinato, a prescindere dalla sua forma giuridica, stabilito in uno Stato membro, che offre o fornisce un servizio;
- c) destinatario: qualsiasi persona fisica che sia cittadino di uno Stato membro o che goda di diritti ad essa conferiti dall'ordinamento comunitario, o qualsiasi altro soggetto indicato alla lettera b), stabilito in uno Stato membro, che a scopo professionale o per altri scopi, fruisce o intende fruire di un servizio;
- d) Stato membro di stabilimento: lo Stato membro nel cui territorio è stabilito il prestatore del servizio considerato;
- e) stabilimento: l'esercizio effettivo a tempo indeterminato di un'attività economica non salariata da parte del prestatore, svolta con un'infrastruttura stabile;
- f) regime di autorizzazione: qualsiasi procedura, non inerente alle misure applicabili a norma del decreto legislativo 9 novembre 2007, n. 206, che obbliga un prestatore o un destinatario a rivolgersi ad un'autorità competente allo scopo di ottenere un provvedimento formale o un provvedimento implicito relativo all'accesso ad un'attività di servizio o al suo esercizio; ai fini del presente decreto, non costituisce regime

autorizzatorio la dichiarazione di inizio attività (d.i.a). di cui all'articolo 19, comma 2, secondo periodo, della legge 7 agosto 1990, n. 241.

- g) autorità competente: le amministrazioni statali, regionali o locali e gli altri soggetti responsabili del controllo o della disciplina delle attività di servizi, ivi inclusi gli ordini professionali, i collegi nazionali professionali e gli albi professionali;
- h) comunicazione commerciale: qualsiasi forma di comunicazione destinata a promuovere, direttamente o indirettamente, beni, servizi, o l'immagine di un'impresa, di un'organizzazione o di una persona che svolge un'attività commerciale, industriale o artigianale o che esercita una professione regolamentata. Non costituiscono, di per sé, comunicazioni commerciali le informazioni seguenti:
 - 1) le informazioni che permettono l'accesso diretto all'attività dell'impresa, dell'organizzazione o della persona, in particolare un nome di dominio o un indirizzo di posta elettronica;
 - 2) le comunicazioni relative ai beni, ai servizi o all'immagine dell'impresa, dell'organizzazione o della persona elaborate in modo indipendente, in particolare se fornite in assenza di un corrispettivo economico.

Informazioni sui prestatori e sui loro servizi

1. I prestatori forniscono al destinatario in modo chiaro e senza ambiguità, in tempo utile prima della stipula del contratto o in ogni caso prima della prestazione del servizio, le informazioni seguenti:
 - a) nome, status e forma giuridica, indirizzo postale al quale sono stabiliti e tutti i dati necessari per entrare rapidamente in contatto e comunicare con i prestatori direttamente e, se del caso, per via elettronica;
 - b) ove siano iscritti in un registro commerciale o altro registro pubblico analogo, la denominazione di tale registro e il numero di immatricolazione o mezzi equivalenti atti ad identificarli in tale registro;
 - c) ove l'attività sia assoggettata ad un regime di autorizzazione, i dati dell'autorità competente o dello sportello unico;
 - d) ove esercitino un'attività soggetta all'IVA, il numero di partita IVA;
 - e) per quanto riguarda le professioni regolamentate, gli ordini professionali, albi o collegi presso i quali sono iscritti, la qualifica professionale e lo Stato membro nel quale è stata acquisita;
 - f) eventuali clausole e condizioni generali applicate dal prestatore;
 - g) esistenza di eventuali clausole contrattuali utilizzate dal prestatore relative alla legge applicabile al contratto o alla giurisdizione competente;
 - h) esistenza di un'eventuale garanzia post vendita, non imposta dalla legge;
 - i) prezzo del servizio, laddove esso è predefinito dal prestatore per un determinato tipo di servizio;
 - l) principali caratteristiche del servizio, se non già apparenti dal contesto;
 - m) eventuale assicurazione o le garanzie per responsabilità professionale, in particolare il nome e l'indirizzo dell'assicuratore o del garante e la copertura geografica.
2. I prestatori scelgono le modalità, attraverso le quali fornire al destinatario prima della stipula del contratto o, in assenza di contratto scritto, prima che il servizio sia prestato, le informazioni di cui al comma 1, tra le seguenti:
 - a) comunicandole di propria iniziativa;
 - b) rendendole facilmente accessibili sul luogo della prestazione del servizio o di stipula del contratto;
 - c) rendendole facilmente accessibili per via elettronica tramite un indirizzo comunicato dal prestatore;

- d) indicandole in tutti i documenti informativi che fornisce al destinatario per presentare dettagliatamente il servizio offerto.
3. I prestatori, su richiesta del destinatario, comunicano le seguenti informazioni supplementari:
- a) ove non vi sia un prezzo predefinito dal prestatore per un determinato tipo di servizio, il costo del servizio o, se non è possibile indicare un prezzo esatto, il metodo di calcolo del prezzo per permettere al destinatario di verificarlo, o un preventivo sufficientemente dettagliato;
 - b) per quanto riguarda le professioni regolamentate, un riferimento alle regole professionali in vigore nello Stato membro di stabilimento e ai mezzi per prenderne visione;
 - c) informazioni sulle loro attività multidisciplinari e sulle associazioni che sono direttamente collegate al servizio in questione, nonché sulle misure assunte per evitare conflitti di interesse. Dette informazioni sono inserite in ogni documento informativo nel quale i prestatori danno una descrizione dettagliata dei loro servizi;
 - d) gli eventuali codici di condotta ai quali il prestatore è assoggettato, nonché l'indirizzo al quale tali codici possono essere consultati per via elettronica, con un'indicazione delle versioni linguistiche disponibili;
 - e) se un prestatore è assoggettato a un codice di condotta o è membro di un'associazione commerciale o di un ordine, collegio o albo professionale che prevede il ricorso ad un meccanismo extragiudiziale di risoluzione delle controversie, informazioni a questo riguardo. Il prestatore specifica in che modo è possibile reperire informazioni dettagliate sulle caratteristiche e le condizioni di ricorso a meccanismi extragiudiziali di risoluzione delle controversie.

I codici deontologici assicurano che le comunicazioni commerciali relative ai servizi forniti dai prestatori che esercitano una professione regolamentata sono emanate nel rispetto delle regole professionali, in conformità del diritto comunitario, riguardanti, in particolare, l'indipendenza, la dignità e l'integrità della professione, nonché il segreto professionale, nel rispetto della specificità di ciascuna professione. Le regole professionali in materia di comunicazioni commerciali sono non discriminatorie, giustificate da motivi imperativi di interesse generale e proporzionate.

Esclusioni dall'ambito applicativo

Le disposizioni anzidette non si applicano:

- alle attività connesse con l'esercizio di pubblici poteri, quando le stesse implicino una partecipazione diretta e specifica all'esercizio del potere pubblico e alle funzioni che hanno per oggetto la salvaguardia degli interessi generali dello Stato e delle altre collettività pubbliche;
- alla disciplina fiscale delle attività di servizi;
- ai servizi d'interesse economico generale assicurati alla collettività in regime di esclusiva da soggetti pubblici o da soggetti privati, ancorché scelti con procedura ad evidenza pubblica, che operino in luogo e sotto il controllo di un soggetto pubblico;
- ai servizi sociali riguardanti gli alloggi popolari, l'assistenza all'infanzia e il sostegno alle famiglie e alle persone temporaneamente o permanentemente in stato di bisogno forniti da amministrazioni pubbliche, da prestatori da esse incaricati o da associazioni che perseguono scopi caritatevoli;
- ai servizi finanziari, ivi inclusi i servizi bancari e nel settore del credito, i servizi assicurativi e di riassicurazione, il servizio pensionistico professionale o individuale, la negoziazione dei titoli, la gestione

dei fondi, i servizi di pagamento e quelli di consulenza nel settore degli investimenti. Le disposizioni non si applicano, in particolare:

- a) alle attività ammesse al mutuo riconoscimento di cui all'articolo 1, comma 2, lettera f), del decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385;
 - b) quando hanno ad oggetto gli strumenti finanziari di cui alla sezione C dell'Allegato al decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58, alle attività, ai servizi di investimento ed ai servizi accessori di cui alla sezione A ed alla sezione B del medesimo Allegato.
- ai servizi ed alle reti di comunicazione di cui all'articolo 1 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259;
 - ai servizi di trasporto aereo, marittimo, per le altre vie navigabili, ferroviario e su strada, ivi inclusi i servizi di trasporto urbani, di taxi, di ambulanza, nonché i servizi portuali e i servizi di noleggio auto con conducente. Ai fini del presente decreto, non costituiscono servizi di trasporto quelli di:
 - a) scuola guida;
 - b) trasloco;
 - c) noleggio di veicoli e unità da diporto;
 - d) pompe funebri;
 - e) fotografia aerea.
 - ai servizi di somministrazione di lavoratori forniti dalle agenzie per il lavoro, autorizzate ai sensi del decreto legislativo 10 settembre 2003, n. 276;
 - ai servizi sanitari ed a quelli farmaceutici forniti direttamente a scopo terapeutico nell'esercizio delle professioni sanitarie, indipendentemente dal fatto che vengano prestati in una struttura sanitaria e a prescindere dalle loro modalità di organizzazione, di finanziamento e dalla loro natura pubblica o privata;
 - ai servizi audiovisivi, ivi compresi i servizi cinematografici, a prescindere dal modo di produzione, distribuzione e trasmissione, e i servizi radiofonici;
 - al gioco d'azzardo e di fortuna comprese le lotterie, le scommesse e le attività delle case da gioco, nonché alle reti di acquisizione del gettito;
 - ai servizi privati di sicurezza;
 - ai servizi forniti da notai.

Il Ministro per le politiche europee ed i Ministri interessati dalle disposizioni del presente decreto possono adottare uno o più decreti interministeriali ricognitivi delle attività di servizi che, in applicazione delle disposizioni del presente decreto, sono comunque escluse dall'ambito di applicazione dello stesso.

Specialità

In caso di contrasto con le disposizioni del presente decreto, si applicano le disposizioni di attuazione di altre norme comunitarie che disciplinano aspetti specifici dell'accesso ad un'attività di servizi o del suo esercizio per professioni o in settori specifici, ivi incluse le disposizioni previste dalla legge 9 febbraio 1982, n. 31, di attuazione della direttiva 77/249/CEE, dal decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 72, di attuazione della direttiva 96/71/CE, dal decreto legislativo 2 febbraio 2001, n. 96, di attuazione della direttiva 98/5/CE, dal decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, di attuazione della direttiva 89/552/CEE e dal decreto legislativo 9 novembre 2007 n. 206, di attuazione della direttiva 2005/36/CE.

D.Lgs. 9 aprile 2003, n. 70

“Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico”

Riferimenti normativi

(Artt. 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13)

Definizioni

1. Ai fini del presente decreto si intende per:

- a) "servizi della società dell'informazione": le attività economiche svolte in linea -on line-, nonché i servizi definiti dall'articolo 1, comma 1, lettera b), della legge 21 giugno 1986, n. 317, e successive modificazioni;
 - b) "prestatore": la persona fisica o giuridica che presta un servizio della società dell'informazione;
 - c) "prestatore stabilito": il prestatore che esercita effettivamente un'attività economica mediante una stabile organizzazione per un tempo indeterminato. La presenza e l'uso dei mezzi tecnici e delle tecnologie necessarie per prestare un servizio non costituiscono di per sé uno stabilimento del prestatore;
 - d) "destinatario del servizio": il soggetto che, a scopi professionali e non, utilizza un servizio della società dell'informazione, in particolare per ricercare o rendere accessibili informazioni;
 - e) "consumatore": qualsiasi persona fisica che agisca con finalità non riferibili all'attività commerciale, imprenditoriale o professionale eventualmente svolta;
 - f) "comunicazioni commerciali": tutte le forme di comunicazione destinate, in modo diretto o indiretto, a promuovere beni, servizi o l'immagine di un'impresa, di un'organizzazione o di un soggetto che esercita un'attività agricola, commerciale, industriale, artigianale o una libera professione. Non sono di per sé comunicazioni commerciali:
 - 1) le informazioni che consentono un accesso diretto all'attività dell'impresa, del soggetto o dell'organizzazione, come un nome di dominio, o un indirizzo di posta elettronica;
 - 2) le comunicazioni relative a beni, servizi o all'immagine di tale impresa, soggetto o organizzazione, elaborate in modo indipendente, in particolare senza alcun corrispettivo;
 - g) "professione regolamentata": professione riconosciuta ai sensi dell'articolo 2 del decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 115, ovvero ai sensi dell'articolo 2 del decreto legislativo 2 maggio 1994, n. 319;
 - h) "ambito regolamentato": le disposizioni applicabili ai prestatori di servizi o ai servizi della società dell'informazione, indipendentemente dal fatto che siano di carattere generale o loro specificamente destinate. L'ambito regolamentato riguarda le disposizioni che il prestatore deve soddisfare per quanto concerne:
 - 1) l'accesso all'attività di servizi della società dell'informazione, quali le disposizioni riguardanti le qualifiche e i regimi di autorizzazione o di notifica;
 - 2) l'esercizio dell'attività di un servizio della società dell'informazione, quali, ad esempio, le disposizioni riguardanti il comportamento del prestatore, la qualità o i contenuti del servizio, comprese le disposizioni applicabili alla pubblicità e ai contratti, ovvero alla responsabilità del prestatore.
2. L'ambito regolamentato comprende unicamente i requisiti riguardanti le attività in linea e non comprende i requisiti legali relativi a:

- a) le merci in quanto tali, nonché le merci, i beni e i prodotti per le quali le disposizioni comunitarie o nazionali nelle materie di cui all'articolo 1, comma 3, prevedono il possesso e l'esibizione di documenti, certificazioni, nulla osta o altri titoli autorizzatori di qualunque specie;
 - b) la consegna o il trasporto delle merci;
 - c) i servizi non prestati per via elettronica.
3. Sono fatte salve, ove non espressamente derogate, le disposizioni in materia bancaria, finanziaria, assicurativa e dei sistemi di pagamento e le competenze degli organi amministrativi e degli organi di polizia aventi funzioni di vigilanza e di controllo, compreso il controllo sulle reti informatiche di cui alla legge 31 luglio 1997, n. 249, e delle autorità indipendenti di settore.

Disposizioni relative al mercato interno

I servizi della società dell'informazione forniti da un prestatore (europeo od extraeuropeo) stabilito sul territorio italiano si conformano alle disposizioni nazionali applicabili nell'ambito regolamentato e alle norme del presente decreto, ad esclusione dei seguenti casi:

- a) diritti d'autore, diritti assimilati, diritti di cui alla legge 21 febbraio 1989, n. 70, e al decreto legislativo 6 maggio 1999, n. 169, nonché diritti di proprietà industriale;
- b) emissione di moneta elettronica da parte di istituti per i quali gli Stati membri hanno applicato una delle deroghe di cui all'articolo 8, paragrafo 1, della direttiva 2000/46/CE del Parlamento europeo e del Consiglio riguardante l'avvio, l'esercizio e la vigilanza prudenziale dell'attività degli istituti di moneta elettronica;
- c) l'articolo 44, paragrafo 2, della direttiva 85/611/CEE, in materia di pubblicità degli organismi di investimento collettivo in valori mobiliari;
- d) all'attività assicurativa di cui all'articolo 30 e al titolo IV della direttiva 92/49/CEE, terza direttiva sulle assicurazioni sui danni, agli articoli 7 e 8 della direttiva 88/357/CEE, seconda direttiva sulle assicurazioni sui danni; al titolo IV della direttiva 92/96/CEE, terza direttiva sulle assicurazioni sulla vita, e all'articolo 4 della direttiva 90/619/CEE, la seconda direttiva sulle assicurazioni sulla vita, come modificate dalla direttiva 2002/83/CE;
- e) facoltà delle parti di scegliere la legge applicabile al loro contratto;
- f) obbligazioni contrattuali riguardanti i contratti conclusi dai consumatori;
- g) validità dei contratti che istituiscono o trasferiscono diritti relativi a beni immobili nei casi in cui tali contratti devono soddisfare requisiti formali;
- h) ammissibilità delle comunicazioni commerciali non sollecitate per posta elettronica.

Informazioni generali obbligatorie

1. Il prestatore, in aggiunta agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi, deve rendere facilmente accessibili, in modo diretto e permanente, ai destinatari del servizio e alle Autorità competenti le seguenti informazioni:
- a) il nome, la denominazione o la ragione sociale;
 - b) il domicilio o la sede legale;
 - c) gli estremi che permettono di contattare rapidamente il prestatore e di comunicare direttamente ed efficacemente con lo stesso, compreso l'indirizzo di posta elettronica;
 - d) il numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche, REA, o al registro delle imprese;

- e) gli elementi di individuazione, nonché' gli estremi della competente autorità di vigilanza qualora un'attività sia soggetta a concessione, licenza od autorizzazione;
 - f) per quanto riguarda le professioni regolamentate:
 - 1) l'ordine professionale o istituzione analoga, presso cui il prestatore sia iscritto e il numero di iscrizione;
 - 2) il titolo professionale e lo Stato membro in cui è stato rilasciato;
 - 3) il riferimento alle norme professionali e agli eventuali codici di condotta vigenti nello Stato membro di stabilimento e le modalità di consultazione dei medesimi;
 - g) il numero della partita IVA o altro numero di identificazione considerato equivalente nello Stato membro, qualora il prestatore eserciti un'attività soggetta ad imposta;
 - h) l'indicazione in modo chiaro ed inequivocabile dei prezzi e delle tariffe dei diversi servizi della società dell'informazione forniti, evidenziando se comprendono le imposte, i costi di consegna ed altri elementi aggiuntivi da specificare;
 - i) l'indicazione delle attività consentite al consumatore e al destinatario del servizio e gli estremi del contratto qualora un'attività sia soggetta ad autorizzazione o l'oggetto della prestazione sia fornito sulla base di un contratto di licenza d'uso.
2. Il prestatore deve aggiornare le informazioni di cui al comma 1.
 3. La registrazione della testata editoriale telematica è obbligatoria esclusivamente per le attività per le quali i prestatori del servizio intendano avvalersi delle provvidenze previste dalla legge 7 marzo 2001, n. 62.

Obblighi di informazione per la comunicazione commerciale

1. In aggiunta agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi, le comunicazioni commerciali che costituiscono un servizio della società dell'informazione o ne sono parte integrante, devono contenere, sin dal primo invio, in modo chiaro ed inequivocabile, una specifica informativa, diretta ad evidenziare:
 - a) che si tratta di comunicazione commerciale;
 - b) la persona fisica o giuridica per conto della quale è effettuata la comunicazione commerciale;
 - c) che si tratta di un'offerta promozionale come sconti, premi, o omaggi e le relative condizioni di accesso;
 - d) che si tratta di concorsi o giochi promozionali, se consentiti, e le relative condizioni di partecipazione.

Comunicazione commerciale non sollecitata

1. Fatti salvi gli obblighi previsti dal decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 185 (abrogato e sostituito dal D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206 -Codice del consumo-), e dal decreto legislativo 13 maggio 1998, n. 171 (abrogato e sostituito dal D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196 -Codice privacy-), le comunicazioni commerciali non sollecitate trasmesse da un prestatore per posta elettronica devono, in modo chiaro e inequivocabile, essere identificate come tali fin dal momento in cui il destinatario le riceve e contenere l'indicazione che il destinatario del messaggio può opporsi al ricevimento in futuro di tali comunicazioni.
2. La prova del carattere sollecitato delle comunicazioni commerciali è onere del prestatore.

Uso delle comunicazioni commerciali nelle professioni regolamentate

L'impiego di comunicazioni commerciali che costituiscono un servizio della società dell'informazione o ne sono parte, fornite da chi esercita una professione regolamentata, deve essere conforme alle regole di

deontologia professionale e in particolare, all'indipendenza, alla dignità, all'onore della professione, al segreto professionale e alla lealtà verso clienti e colleghi.

Informazioni dirette alla conclusione del contratto

1. Oltre agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi, nonché a quelli stabiliti dall'articolo 3 del decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 185 (abrogato e sostituito dal D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206 - Codice del consumo-), il prestatore, salvo diverso accordo tra parti che non siano consumatori, deve fornire in modo chiaro, comprensibile ed inequivocabile, prima dell'inoltro dell'ordine da parte del destinatario del servizio, le seguenti informazioni:
 - a) le varie fasi tecniche da seguire per la conclusione del contratto;
 - b) il modo in cui il contratto concluso sarà archiviato e le relative modalità di accesso;
 - c) i mezzi tecnici messi a disposizione del destinatario per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati prima di inoltrare l'ordine al prestatore;
 - d) gli eventuali codici di condotta cui aderisce e come accedervi per via telematica;
 - e) le lingue a disposizione per concludere il contratto oltre all'italiano;
 - f) l'indicazione degli strumenti di composizione delle controversie.
2. Il comma 1 non è applicabile ai contratti conclusi esclusivamente mediante scambio di messaggi di posta elettronica o comunicazioni individuali equivalenti.
3. Le clausole e le condizioni generali del contratto proposte al destinatario devono essere messe a sua disposizione in modo che gli sia consentita la memorizzazione e la riproduzione.

Inoltro dell'ordine

1. Le norme sulla conclusione dei contratti si applicano anche nei casi in cui il destinatario di un bene o di un servizio della società dell'informazione inoltri il proprio ordine per via telematica.
2. Salvo differente accordo tra parti diverse dai consumatori, il prestatore deve, senza ingiustificato ritardo e per via telematica, accusare ricevuta dell'ordine del destinatario contenente un riepilogo delle condizioni generali e particolari applicabili al contratto, le informazioni relative alle caratteristiche essenziali del bene o del servizio e l'indicazione dettagliata del prezzo, dei mezzi di pagamento, del recesso, dei costi di consegna e dei tributi applicabili. Si evidenzia che l'invio di detta ricevuta dell'ordine non incide sul perfezionamento del contratto telematico, che si realizzerà anche se tale adempimento dovesse essere omissivo.
3. L'ordine e la ricevuta si considerano pervenuti quando le parti alle quali sono indirizzati hanno la possibilità di accedervi.
4. Le disposizioni di cui ai commi 2 e 3 non si applicano ai contratti conclusi esclusivamente mediante scambio di messaggi di posta elettronica o comunicazioni individuali equivalenti.

Esclusioni dall'ambito applicativo

1. Il presente decreto non si applica a:

- a) contratti che istituiscono o trasferiscono diritti relativi a beni immobili, diversi da quelli in materia di locazione;
 - b) contratti che richiedono per legge l'intervento di organi giurisdizionali, pubblici poteri o professioni che implicano l'esercizio di pubblici poteri;
 - c) contratti di fideiussione o di garanzie prestate da persone che agiscono a fini che esulano dalle loro attività commerciali, imprenditoriali o professionali;
 - d) contratti disciplinati dal diritto di famiglia o di successione.
2. Non rientrano nel campo di applicazione del presente decreto:
- a) i rapporti fra contribuente e amministrazione finanziaria connessi con l'applicazione, anche tramite concessionari, delle disposizioni in materia di tributi nonché la regolamentazione degli aspetti tributari dei servizi della società dell'informazione ed in particolare del commercio elettronico;
 - b) le questioni relative al diritto alla riservatezza, con riguardo al trattamento dei dati personali nel settore delle telecomunicazioni di cui alla legge 31 dicembre 1996, n. 675, e al decreto legislativo 13 maggio 1998, n. 171, e successive modificazioni;
 - c) le intese restrittive della concorrenza;
 - d) le prestazioni di servizi della società dell'informazione effettuate da soggetti stabiliti in Paesi non appartenenti allo spazio economico europeo;
 - e) le attività, dei notai o di altre professioni, nella misura in cui implicano un nesso diretto e specifico con l'esercizio dei pubblici poteri;
 - f) la rappresentanza e la difesa processuali;
 - g) i giochi d'azzardo, ove ammessi, che implicano una posta pecuniaria, i giochi di fortuna, compresi il lotto, le lotterie, le scommesse i concorsi pronostici e gli altri giochi come definiti dalla normativa vigente, nonché quelli nei quali l'elemento aleatorio è prevalente.

In caso di conflitto tra una disposizione del D.Lgs. 26 marzo 2010, n. 59, e successive modificazioni, o del D.Lgs. 9 aprile 2003, n. 70, e successive modificazioni, sul contenuto e le modalità di rilascio delle informazioni, e una delle disposizioni del Cod. del consumo riportate in questa sezione del documento (“obblighi di informazione nei contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali”), prevale quest'ultima.

L'onere della prova relativo all'adempimento degli obblighi di informazione sopra indicati incombe sul professionista.

3. Modello di istruzioni tipo sul diritto di recesso

Il Codice del consumo prevede, tra le altre cose, il diritto di recesso, il quale, tuttavia, è riconosciuto solo relativamente ai contratti conclusi a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali, tra consumatore e professionista, ferme restando le eccezioni di cui in seguito si dirà. Nel caso di contratti negoziati e conclusi in negozio o in altri locali commerciali del professionista, per la cui disciplina, ove non diversamente disposto dal presente codice, si fa rinvio al D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114, non esiste diritto di recesso, se non a discrezione del professionista.

Va premesso che l'informativa precontrattuale sul diritto di recesso (sulle condizioni, i termini e le procedure applicate) è considerata parte integrante del contratto, non derogabile, neppure con accordo espresso delle parti.

La possibilità di ripensamento, garantita al consumatore con l'attribuzione del diritto di recesso dal contratto, è riconosciuta anche prima della conclusione del contratto con riguardo alla proposta, qualora egli assuma la veste di proponente. Si tratta di un potere di revoca della proposta, assoggettato, tuttavia, ad una disciplina parzialmente diversa da quella dettata dall'art. 1328, potendo essere esercitato anche dopo che il contratto si è perfezionato, purché la revoca della proposta sia stata inviata entro 14 giorni. Il decorso di tale termine, quando si tratta di proposta irrevocabile, preclude al consumatore la possibilità di revocare la proposta anche se il contratto non si è perfezionato.

Se il professionista non fornisce una completa informativa precontrattuale sul diritto di recesso, il periodo dello stesso verrà automaticamente esteso a 12 mesi (decorrenti dalla fine del periodo di recesso iniziale) e, inoltre, il consumatore non sarà responsabile per la diminuzione di valore della merce, anche se dovuta ad una manipolazione dei beni eccedente il mero accertamento della loro natura, caratteristiche e funzionamento.

Consiglio pratico

Per i motivi anzidetti, è consigliata l'adozione del modello di istruzioni tipo fornito dalla legge.

Si consiglia, inoltre, di verificare che le informazioni relative al diritto di recesso contenute in tutte le sezioni del negozio online (tipicamente, nelle condizioni generali di vendita, nelle pagine informative *ad hoc* sul diritto di recesso, nelle pagine di domande e risposte, etc.) siano aggiornate e che non vi siano contraddizioni con la nuova disciplina.

Se si sceglie di adottare il modello di istruzioni tipo fornito dalla legge, si deve procedere alla sua compilazione con i dati relativi al negozio online, in conformità alle istruzioni per la compilazione. Il modello di istruzioni tipo deve essere, dunque, adattato alle caratteristiche dello specifico negozio online. I dati richiesti per la compilazione riguardano:

il tipo di contratto proposto;

i dati identificativi del negozio online;

la facoltà di esercitare il diritto di recesso online (se prevista dalla legge);

l'informazione sulla facoltà del professionista di ritenere le somme oggetto del rimborso fino a ricevimento dei beni o della prova della loro spedizione (se il negozio non organizza il ritiro dei beni);

l'indicazione del soggetto (professionista o consumatore) su cui grava l'obbligo, a seguito dell'esercizio del diritto di recesso, di organizzare la restituzione dei beni;

l'indicazione del soggetto (professionista o consumatore) su cui grava l'obbligo, a seguito dell'esercizio del diritto di recesso, di sostenere le spese di restituzione.

ALLEGATO 1, PARTE A

MODELLO DI ISTRUZIONI TIPO SUL RECESSO

Informazioni relative all'esercizio del diritto di recesso

Diritto di recesso

Lei ha il diritto di recedere dal contratto, senza indicarne le ragioni, entro 14 giorni.

Il periodo di recesso scade dopo 14 giorni dal giorno [1].

Per esercitare il diritto di recesso, Lei è tenuto a informarci ([2]) della sua decisione di recedere dal presente contratto tramite una dichiarazione esplicita (ad esempio, lettera inviata per posta, fax o posta elettronica).

A tal fine, può utilizzare il modulo tipo di recesso allegato, ma non è obbligatorio [3].

Per rispettare il termine di recesso, è sufficiente che Lei invii la comunicazione relativa all'esercizio del diritto di recesso prima della scadenza del periodo di recesso.

Effetti del recesso

Se Lei recede dal presente contratto, Le saranno rimborsati tutti i pagamenti che ha effettuato a nostro favore, compresi i costi di consegna (ad eccezione dei costi supplementari derivanti dalla Sua eventuale scelta di un tipo di consegna diverso dal tipo meno costoso di consegna standard da noi offerto), senza indebito ritardo e, in ogni caso, non oltre 14 giorni dal giorno in cui siamo informati della Sua decisione di recedere dal presente contratto. Detti rimborsi saranno effettuati utilizzando lo stesso mezzo di pagamento da Lei usato per la transazione iniziale, salvo che Lei non abbia espressamente convenuto altrimenti; in ogni caso, non dovrà sostenere alcun costo quale conseguenza di tale rimborso [4].

[5]

[6]

Istruzioni per la compilazione:

[1] Inserire uno dei seguenti testi tra virgolette:

in caso di un contratto di servizi o di un contratto per la fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata, di teleriscaldamento o di contenuto digitale che non è fornito su un supporto materiale: «della conclusione del contratto.»;

nel caso di un contratto di vendita: «in cui Lei o un terzo, diverso dal vettore e da Lei designato, acquisisce il possesso fisico dei beni.»;

nel caso di un contratto relativo a beni multipli ordinati dal consumatore in un solo ordine e consegnati separatamente: «in cui Lei o un terzo, diverso dal vettore e da Lei designato, acquisisce il possesso fisico dell'ultimo bene.»;

nel caso di un contratto relativo alla consegna di un bene consistente di lotti o pezzi multipli: «in cui Lei o un terzo, diverso dal vettore e da Lei designato, acquisisce il possesso fisico dell'ultimo lotto o pezzo.»;

nel caso di un contratto per la consegna periodica di beni durante un determinato periodo di tempo: «in cui Lei o un terzo, diverso dal vettore e da Lei designato, acquisisce il possesso fisico del primo bene.»

[2] Inserire il nome, l'indirizzo geografico e, qualora disponibili, il numero di telefono e di fax e l'indirizzo di posta elettronica.

[3] Se Lei dà al consumatore la possibilità di compilare e inviare elettronicamente le informazioni relative al recesso dal contratto sul Suo sito web, inserire quanto segue: «Può anche compilare e inviare elettronicamente il modulo tipo di recesso o qualsiasi altra esplicita dichiarazione sul nostro sito web [inserire l'indirizzo].

Nel caso scegliesse detta opzione, Le trasmetteremo senza indugio una conferma di ricevimento del recesso su un supporto durevole (ad esempio, per posta elettronica).»

[4] Per i contratti di vendita nei quali Lei non ha offerto di ritirare i beni in caso di recesso, inserire quanto segue: «Il rimborso può essere sospeso fino al ricevimento dei beni oppure fino all'avvenuta dimostrazione, da parte del consumatore, di aver rispedito i beni, se precedente.»

[5] Se il consumatore ha ricevuto i beni oggetto del contratto:
inserire:

«Ritireremo i beni.»; oppure

«È pregato di rispedire i beni o di consegnarli a noi o a .

[inserire il nome e l'indirizzo geografico, se del caso, della persona da Lei autorizzata a ricevere i beni], senza indebiti ritardi e, in ogni caso, entro 14 giorni dal giorno in cui ci ha comunicato il suo recesso dal presente contratto. Il termine è rispettato se Lei rispedisce i beni prima della scadenza del periodo di 14 giorni.»

inserire:

«I costi della restituzione dei beni saranno a nostro carico.»,

«I costi diretti della restituzione dei beni saranno a Suo carico.»,

Se, in un contratto a distanza, Lei non offre di sostenere il costo della restituzione dei beni e questi ultimi, per loro natura, non possono essere normalmente restituiti a mezzo posta: «Il costo diretto di . EUR [inserire l'importo] per la restituzione dei beni sarà a Suo carico.»; oppure, se il costo della restituzione dei beni non può essere ragionevolmente calcolato in anticipo: «Il costo diretto della restituzione dei beni sarà a Suo carico. Il costo è stimato essere pari a un massimo di circa . EUR [inserire l'importo].», oppure,

Se, in caso di un contratto negoziato fuori dei locali commerciali, i beni, per loro natura, non possono essere normalmente restituiti a mezzo posta e sono stati consegnati al domicilio del consumatore alla data di conclusione del contratto: «Ritireremo i beni a nostre spese.».

inserire: «Lei è responsabile solo della diminuzione del valore dei beni risultante da una manipolazione del bene diversa da quella necessaria per stabilire la natura, le caratteristiche e il funzionamento dei beni.».

[6] In caso di un contratto per la fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata, o di teleriscaldamento, inserire quanto segue: «Se Lei ha chiesto di iniziare la prestazione di servizi o la fornitura di acqua/gas/elettricità/teleriscaldamento [cancellare la dicitura inutile] durante il periodo di recesso, è tenuto a pagarci un importo proporzionale a quanto fornito fino al momento in cui Lei ci ha comunicato il Suo recesso dal presente contratto, rispetto a tutte le prestazioni previste dal contratto.».

4. Eccezioni al diritto di recesso (art. 59 cod. cons.)

4.1. Catalogo delle eccezioni al diritto di recesso

Di seguito si riporta una tabella riassuntiva delle eccezioni al diritto di recesso previste dalla disciplina vigente:

ECCEZIONI AL DIRITTO DI RECESSO

Il diritto di recesso di cui agli articoli da 52 a 58 cod. cons. per i contratti a distanza e i contratti negoziati fuori dei locali commerciali è escluso relativamente a:

- i contratti di servizi dopo la completa prestazione del servizio se l'esecuzione è iniziata con l'accordo espresso del consumatore e con l'accettazione della perdita del diritto di recesso a seguito della piena esecuzione del contratto da parte del professionista;
- la fornitura di beni o servizi il cui prezzo è legato a fluttuazioni nel mercato finanziario che il professionista non è in grado di controllare e che possono verificarsi durante il periodo di recesso;
- la fornitura di beni confezionati su misura o chiaramente personalizzati;
- la fornitura di beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente;

- la fornitura di beni sigillati che non si prestano ad essere restituiti per motivi igienici o connessi alla protezione della salute e sono stati aperti dopo la consegna;
- la fornitura di beni che, dopo la consegna, risultano, per loro natura, inscindibilmente mescolati con altri beni;
- la fornitura di bevande alcoliche, il cui prezzo sia stato concordato al momento della conclusione del contratto di vendita, la cui consegna possa avvenire solo dopo trenta giorni e il cui valore effettivo dipenda da fluttuazioni sul mercato che non possono essere controllate dal professionista;
- i contratti in cui il consumatore ha specificamente richiesto una visita da parte del professionista ai fini dell'effettuazione di lavori urgenti di riparazione o manutenzione. Se, in occasione di tale visita, il professionista fornisce servizi oltre a quelli specificamente richiesti dal consumatore o beni diversi dai pezzi di ricambio necessari per effettuare la manutenzione o le riparazioni, il diritto di recesso si applica a tali servizi o beni supplementari;
- la fornitura di registrazioni audio o video sigillate o di software informatici sigillati che sono stati aperti dopo la consegna;
- la fornitura di giornali, periodici e riviste ad eccezione dei contratti di abbonamento per la fornitura di tali pubblicazioni;
- i contratti conclusi in occasione di un'asta pubblica;
- la fornitura di alloggi per fini non residenziali, il trasporto di beni, i servizi di noleggio di autovetture, i servizi di catering o i servizi riguardanti le attività del tempo libero qualora il contratto preveda una data o un periodo di esecuzione specifici;
- la fornitura di contenuto digitale mediante un supporto non materiale se l'esecuzione è iniziata con l'accordo espresso del consumatore e con la sua accettazione del fatto che, in tal caso, avrebbe perso il diritto di recesso;

inoltre, ai contratti:

- per i servizi sociali, compresi gli alloggi popolari, l'assistenza all'infanzia e il sostegno alle famiglie e alle persone temporaneamente o permanentemente in stato di bisogno, ivi compresa l'assistenza a lungo termine;
- di assistenza sanitaria, per i servizi prestati da professionisti sanitari a pazienti, al fine di valutare, mantenere o ristabilire il loro stato di salute, ivi compresa la prescrizione, la somministrazione e la fornitura di medicinali e dispositivi medici, sia essa fornita o meno attraverso le strutture di assistenza sanitaria;
- di attività di azzardo che implicano una posta di valore pecuniario in giochi di fortuna, comprese le lotterie, i giochi d'azzardo nei casinò e le scommesse;
- di servizi finanziari;
- aventi ad oggetto la creazione di beni immobili o la costituzione o il trasferimento di diritti su beni immobili;
- per la costruzione di nuovi edifici, la trasformazione sostanziale di edifici esistenti e per la locazione di alloggi a scopo residenziale;
- che rientrano nell'ambito di applicazione della disciplina concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti "tutto compreso", di cui agli articoli da 32 a 51 del D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79;
- che rientrano nell'ambito di applicazione della disciplina concernente la tutela dei consumatori per quanto riguarda taluni aspetti dei contratti di multiproprietà, dei contratti relativi ai prodotti per le vacanze di lungo termine e dei contratti di rivendita e di scambio, di cui agli articoli da 69 a 81-bis del presente Codice;

- stipulati con l'intervento di un pubblico ufficiale, tenuto per legge all'indipendenza e all'imparzialità, il quale deve garantire, fornendo un'informazione giuridica completa, che il consumatore concluda il contratto soltanto sulla base di una decisione giuridica ponderata e con conoscenza della sua rilevanza giuridica;
- di fornitura di alimenti, bevande o altri beni destinati al consumo corrente nella famiglia e fisicamente forniti da un professionista in giri frequenti e regolari al domicilio, alla residenza o al posto di lavoro del consumatore;
- di servizi di trasporto passeggeri, fatti salvi l'articolo 51, comma 2, e gli articoli 62 e 65;
- conclusi tramite distributori automatici o locali commerciali automatizzati;
- conclusi con operatori delle telecomunicazioni, impiegando telefoni pubblici a pagamento per il loro utilizzo, o conclusi per l'utilizzo di un solo collegamento tramite telefono, Internet o fax, stabilito dal consumatore (quest'ultimo caso riguarda l'accordo nascente attraverso un unico collegamento);
- negoziati fuori dei locali commerciali in base ai quali il corrispettivo che il consumatore deve pagare non è superiore a 50 euro. Tuttavia, il diritto di recesso di cui alla presente disciplina è riconosciuto nel caso di più contratti stipulati contestualmente tra le medesime parti, qualora l'entità del corrispettivo globale che il consumatore deve pagare, indipendentemente dall'importo dei singoli contratti, superi l'importo di 50 euro.

4.2. Casi di perdita del diritto di recesso

Tra le eccezioni sopra esposte, se ne evidenziano due, le quali hanno una certa importanza, data la loro ricorrenza nel commercio elettronico; si tratta delle ipotesi di contratti di servizi e di fornitura di contenuto digitale mediante un supporto non materiale. In entrambi i casi, è riconosciuto il diritto di recesso di 14 giorni, dal quale però il consumatore decade se:

a) per i **contratti di servizi**:

il consumatore accetta la perdita del diritto di recesso come conseguenza della completa esecuzione della prestazione da parte del professionista e

l'esecuzione è iniziata prima del termine del periodo di recesso con l'accordo espresso del consumatore.

b) per il **contenuto digitale**:

il consumatore accetta la perdita del diritto di recesso come conseguenza dell'inizio della fornitura e

l'esecuzione è iniziata prima del termine del periodo di recesso con l'accordo espresso del consumatore.

Sarà dunque necessario, nel caso di contratti di servizi o di fornitura di contenuto digitale mediante un supporto non materiale, assicurarsi di informare il consumatore sulla possibilità di perdita del diritto di recesso e di raccogliere il suo consenso informato prima della conclusione del contratto.

Consiglio pratico

Utilizzate un check-box non preselezionato per raccogliere il consenso informato. Una formulazione adatta a questo scopo potrebbe essere, per i contratti di servizi: "Accetto e acconsento all'inizio dell'esecuzione del servizio prima del termine del periodo di recesso. Sono consapevole che con la completa esecuzione da parte del professionista perdo il mio diritto di recesso"; per la fornitura di contenuto digitale: "Accetto e acconsento all'esecuzione del contratto prima del termine del periodo di recesso. Sono consapevole che, accentuando l'inizio dell'esecuzione, perdo il mio diritto di recesso".

5. Esercizio del diritto di recesso. Modulo di recesso tipo

Ai sensi dell'art. 54 cod. cons., qualora il consumatore intendesse esercitare il diritto di recesso, deve, prima della scadenza del relativo periodo (a seconda dei casi, 14 giorni o 12 mesi e 14 giorni), informare il professionista della sua decisione di recedere dal contratto. A tal fine, il consumatore può:

- a) utilizzare il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B (di seguito riportato) oppure
- b) presentare una qualsiasi altra dichiarazione esplicita della sua decisione di recedere dal contratto.

Affinché il recesso sia efficace, è indispensabile che il consumatore invii al professionista la relativa comunicazione prima della scadenza del periodo di recesso.

Il professionista, in aggiunta alle modalità di esercizio del diritto di recesso sopra esposte, può offrire al consumatore la possibilità di compilare e inviare elettronicamente il modulo di recesso tipo riportato all'allegato I, parte B, o una qualsiasi altra dichiarazione esplicita, sul proprio sito web. In tali casi, il professionista deve comunicare, senza ritardo, al consumatore una conferma di ricevimento, su un supporto durevole, del recesso esercitato.

L'onere della prova relativa all'esercizio del diritto di recesso incombe sul consumatore.

Riassumendo, il diritto di recesso è esercitabile:

- a) tramite l'utilizzo del **modulo tipo di recesso** (di seguito riportato).
- b) tramite una **qualsiasi altra dichiarazione esplicita**, mediante lettera, e-mail, fax o altro mezzo, con la quale il consumatore comunica la sua volontà di recedere.

Nel caso in cui il professionista metta a disposizione, sul proprio sito web, un **formulario online**, per l'esercizio del diritto di recesso, mediante la compilazione e l'invio del modulo tipo o di qualsiasi altra dichiarazione esplicita, dovrà provvedere, senza ritardo, a fornire al consumatore, su un supporto durevole (preferibilmente, tramite e-mail), la **conferma del ricevimento del recesso esercitato**.

N.B. Il modulo di recesso tipo predisposto dalla legge non è indispensabile ai fini della validità del recesso, ma il professionista è, comunque, tenuto a informare il consumatore della facoltà di utilizzare tale modulo, che dovrà, pertanto, essere integrato nell'informativa sul recesso (trattasi di un obbligo informativo precontrattuale).

ALEGGATO 1, PARTE B MODULO DI RECESSO TIPO

(compilare e restituire il presente modulo solo se si desidera recedere dal contratto)

- Destinatario [il nome, l'indirizzo geografico e, qualora disponibili, il numero di telefono, di fax e gli indirizzi di posta elettronica devono essere inseriti dal professionista]:
- Con la presente io/noi (*) notificiamo il recesso dal mio/nostro (*) contratto di vendita dei seguenti beni/servizi (*)
- Ordinato il (*)/ricevuto il (*)
- Nome del/dei consumatore(i)
- Indirizzo del/dei consumatore(i)
- Firma del/dei consumatore(i) (solo se il presente modulo è notificato in versione cartacea) ☒ Data (*) Cancellare la dicitura inutile. "

6. Effetti del recesso. Resi e rimborsi (artt. 55 ss. cod. cons.)

L'esercizio valido del diritto di recesso pone termine agli obblighi delle parti:

- a) di eseguire il contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali; oppure
- b) di concludere un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali, nei casi in cui un'offerta sia stata fatta dal consumatore.

OBBLIGHI DEL PROFESSIONISTA NEL CASO DI RECESSO

Il professionista rimborsa tutti i pagamenti ricevuti dal consumatore, eventualmente comprensivi delle spese di consegna (se effettuata e non gratuita), senza indebito ritardo e comunque entro 14 giorni dal giorno in cui è informato della decisione del consumatore di recedere dal contratto. Il professionista deve eseguire il rimborso, utilizzando lo stesso mezzo di pagamento usato dal consumatore per la transazione iniziale, salvo che il consumatore abbia espressamente convenuto altrimenti. e a condizione che questi non debba sostenere alcun costo quale conseguenza del rimborso²¹.

- Nell'ipotesi in cui il pagamento sia stato effettuato per mezzo di effetti cambiari, qualora questi non siano stati ancora presentati all'incasso, deve procedersi alla loro restituzione.
- **È nulla qualsiasi clausola che preveda limitazioni al rimborso, conseguente al recesso, delle somme versate, nei confronti del consumatore.**
- Il professionista non è tenuto a rimborsare i costi supplementari, qualora il consumatore abbia scelto espressamente un tipo di consegna diversa dal tipo meno costoso di consegna offerto dal professionista (sempreché la spedizione più costosa non risultasse preselezionata nelle impostazioni di vendita del negozio).

Salvo che il professionista abbia offerto di ritirare egli stesso i beni, con riguardo ai contratti di vendita, il professionista può trattenere il rimborso finché non abbia ricevuto i beni oppure finché il consumatore non abbia dimostrato di aver rispedito i beni, a seconda di quale situazione si verifichi per prima.

OBBLIGHI DEL CONSUMATORE NEL CASO DI RECESSO

A meno che il professionista abbia offerto di ritirare egli stesso i beni, il consumatore deve restituire i beni o li consegna al professionista o a un terzo autorizzato dal professionista a ricevere i beni, senza indebito ritardo e in ogni caso entro 14 giorni dalla data in cui ha comunicato al professionista la sua decisione di recedere dal contratto. Il termine è rispettato se il consumatore rispedisce i beni prima della scadenza del periodo di 14 giorni. Si ricorda che, nel caso in cui il professionista organizzi il ritiro per quei beni che, per loro natura, non sono rispeditibili per posta (notevoli dimensioni o peso superiore ai 30 Kg), senza accollarsi il relativo costo, dovrà indicare nell'informativa precontrattuale, in maniera precisa o specificando i limiti massimi, i costi che il consumatore dovrà sostenere per il reso.

- Il consumatore deve sostenere solo il costo diretto della restituzione dei beni, sempreché il professionista non abbia concordato di sostenerlo o non abbia omesso di informare il consumatore che

²¹ Sebbene alcuni ritengano che la transazione di ritorno, mediante la quale il professionista rimborsa, in modo pieno, i pagamenti ricevuti, sia un atto a titolo gratuito e, dunque, non possa comportare dei costi per il consumatore recedente, non potendosi applicare a quest'ultimo, per prescrizione dell'art. 52 c. 1 secondo periodo ("senza dover sostenere costi diversi da quelli previsti all'articolo 56, comma 2, e all'articolo 57"), oneri ulteriori rispetto a quelli previsti dagli articoli indicati, a mio avviso, facendo l'art. 56 c. 1 salva l'ipotesi che il consumatore debba sostenere costi quale conseguenza del rimborso, una siffatta ipotesi è ammissibile, sempreché tali costi collegati alla transazione di rimborso siano predeterminati e indicati dal professionista nell'informativa precontrattuale.

tale costo è a carico del consumatore (in caso di omessa indicazione, nell'informativa precontrattuale, su chi debba sostenere le spese di restituzione, queste vengono poste automaticamente a carico del professionista).

- Nel caso di contratti negoziati fuori dei locali commerciali in cui i beni sono stati consegnati al domicilio del consumatore al momento della conclusione del contratto, il professionista deve ritirare i beni a sue spese, qualora i beni, per loro natura, non possano essere normalmente restituiti a mezzo posta.

Il consumatore è responsabile unicamente della diminuzione del valore dei beni risultante da una manipolazione dei beni diversa da quella necessaria per stabilire la natura, le caratteristiche e il funzionamento dei beni. Il consumatore non è in alcun caso responsabile per la diminuzione del valore dei beni, se il professionista ha omesso di informare il consumatore delle condizioni, dei termini, delle procedure e del modulo tipo, per esercitare il diritto di recesso.

Qualora il consumatore eserciti il diritto di recesso, deve versare al professionista un importo proporzionale a quanto gli è stato fornito fino al momento in cui il consumatore ha informato il professionista dell'esercizio del diritto di recesso, rispetto a tutte le prestazioni previste dal contratto. L'importo proporzionale che il consumatore deve pagare al professionista è calcolato sulla base del prezzo totale concordato nel contratto. Se detto prezzo totale è eccessivo, l'importo proporzionale è calcolato sulla base del valore di mercato di quanto è stato fornito.

Il consumatore non deve sostenere alcun costo per:

- a) la prestazione di servizi o la fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata, o di teleriscaldamento, in tutto o in parte, durante il periodo di recesso quando:
 - il professionista ha omesso di fornire informazioni in conformità alle lettere h) ed l) di cui al paragrafo 2.3 del presente documento; oppure
 - il consumatore non ha espressamente chiesto che la prestazione iniziasse durante il periodo di;
- b) la fornitura, in tutto o in parte, del contenuto digitale che non è fornito su un supporto materiale quando:
 - il consumatore non ha dato il suo previo consenso espresso circa l'inizio della prestazione prima della fine del periodo di 14 giorni; oppure
 - il consumatore non ha riconosciuto di perdere il diritto di recesso quando ha espresso il suo consenso; oppure
 - il professionista ha omesso di fornire la conferma del contratto concluso.

Fatto salvo quanto detto in precedenza, l'esercizio del diritto di recesso non comporta alcuna responsabilità per il consumatore.

EFFETTI DELL'ESERCIZIO DEL DIRITTO DI RECESSO SUI CONTRATTI ACCESSORI

Fatto salvo quanto previsto dal D.Lgs. 13 agosto 2010, n. 141, e successive modificazioni, in materia di contratti di credito ai consumatori, se il consumatore esercita il suo diritto di recesso da un contratto a distanza o concluso fuori dei locali commerciali a norma degli articoli da 52 a 57 cod. cons., eventuali contratti accessori sono risolti di diritto, senza costi per il consumatore, ad eccezione di quelli previsti dall'articolo 56, comma 2, e dall'articolo 57.