

1. IN GENERALE.

Il nuovo codice del consumo, contenuto nel D. Lgs.vo n. 206 del 2005, si ripropone di armonizzare e riordinare tutte le normative esistenti e concernenti i processi di acquisto e di consumo, al fine di assicurare un elevato livello di tutela dei consumatori e degli utenti in generale.

Detta tutela è volta a garantire i diritti e gli interessi dei consumatori e degli utenti, sia individuali che collettivi (cioè esercitati per il tramite di associazioni di consumatori e di utenti).

In particolare, l'art. 2 del codice menziona come fondamentali i diritti:

- alla tutela della salute;
- alla sicurezza ed alla qualità dei prodotti e dei servizi;
- ad una adeguata informazione e ad una corretta pubblicità;
- all'educazione al consumo;
- alla correttezza, alla trasparenza ed all'equità nei rapporti contrattuali;
- alla promozione e allo sviluppo dell'associazionismo libero, volontario e democratico tra i consumatori e gli utenti;
- all'erogazione di servizi pubblici secondo standard di qualità e di efficienza.

Dunque, il codice si occupa anche del rapporto tra l'amministrazione pubblica che eroga servizi e fornisce prodotti ed i consumatori ed utenti.

Si rammenti anche che, in base all'art. 143, i diritti attribuiti al consumatore dal codice sono irrinunciabili e che è nulla ogni pattuizione in contrasto con le sue disposizioni.

Ove le parti abbiano scelto di applicare al contratto una legislazione diversa da quella italiana, al consumatore devono comunque essere riconosciute le condizioni minime di tutela previste dal codice.

2. EDUCAZIONE DEL CONSUMATORE.

Per "consumatore" o "utente", anzitutto il codice intende "la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta" e, poi, aggiunge "anche la persona fisica alla quale sono dirette le informazioni commerciali" (v. artt. 3 e 5).

L'art. 4 del codice si occupa del diritto alla loro educazione, sopra elencato.

Esso dice che la finalità dell'educazione del consumatore e dell'utente è quella di favorire la consapevolezza dei loro diritti e interessi, lo sviluppo dei rapporti associativi, la partecipazione ai procedimenti amministrativi, nonché la rappresentanza negli organismi esponenziali.

Le attività destinate all'educazione dei consumatori sono svolte da soggetti pubblici o privati e sono dirette ad esplicitare le caratteristiche di beni e servizi e a rendere chiaramente percepibili benefici e costi conseguenti alla loro scelta.

Esse non possono avere finalità promozionale e devono prendere in particolare considerazione le categorie di consumatori maggiormente vulnerabili.

3. INFORMAZIONE DEL CONSUMATORE.

Contenuto essenziale degli obblighi informativi è la sicurezza, la composizione e la qualità dei prodotti e dei servizi.

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, tali da assicurare la consapevolezza del consumatore.

I prodotti o le confezioni dei prodotti destinati al consumatore, commercializzati sul territorio nazionale - salvo specifiche disposizioni contenute in direttive o in altre disposizioni comunitarie e nelle relative norme nazionali di recepimento - riportano - con caratteri chiaramente visibili, leggibili, sempre uguali, se in differenti lingue e, comunque, sempre in lingua italiana (salvo espressioni straniere oramai divenute di uso comune) - 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.

Queste indicazioni devono figurare sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti nel momento in cui sono posti in vendita al consumatore.

Le indicazioni relative alle istruzioni, alle eventuali precauzioni e alla destinazione d'uso, ove utili ai fini di fruizione e sicurezza del prodotto possono essere riportate, anziché sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti, su altra documentazione illustrativa che viene fornita in accompagnamento dei prodotti stessi.

Per i prodotti oggetto di disposizioni nazionali in materia di informazione del consumatore, queste regole si applicano per gli aspetti non disciplinati.

Con decreto del Ministro delle attività produttive sarà adottata la relativa normativa di attuazione a quanto detto sinora.

E' 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 sopra.

Ai contravventori al divieto si applica una sanzione amministrativa da 516 euro a 25.823 euro, ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689.

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.

4. PARTICOLARI MODALITA' DI INFORMAZIONE.

I prodotti offerti dai commercianti ai consumatori recano, oltre alla indicazione del prezzo di vendita, secondo le disposizioni vigenti, l'indicazione del prezzo per unità di misura.

Per le modalità di indicazione del prezzo per unità di misura si veda l'art. 14 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

In ogni caso, i prezzi praticati al consumo dei prodotti petroliferi per uso di autotrazione devono essere esposti in modo visibile dalla carreggiata stradale.

La regola del prezzo per unità di misura vale anche nei casi di pubblicità (in tutte le sue forme) e di cataloghi. Anche in tali casi, infatti, i messaggi dovranno recare l'indicazione del prezzo per unità di misura quando è indicato il prezzo di vendita.

Il prezzo per unità di misura, invece, non deve essere indicato quando è identico al prezzo di vendita.

Per i prodotti commercializzati sfusi è indicato soltanto il prezzo per unità di misura.

La regola del prezzo per unità di misura non si applica, poi:

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.

Sono esenti dall'obbligo dell'indicazione del prezzo per unità di misura, altresì, 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.

Un elenco di essi (p. es. i prodotti commercializzati nei distributori automatici) è contenuto nell'art. 16 del codice.

Ministro delle attività produttive, con proprio decreto, può aggiornare l'elenco ovvero variarlo.

Chiunque omette di indicare il prezzo per unità di misura o non lo indica secondo quanto sinora previsto è soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da lire 5.000.000 a lire 30.000.000 (il riferimento è all'articolo 22, comma 3, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, per questo si nomina il vecchio conio).

5. PUBBLICITA' ED ALTRE COMUNICAZIONI COMMERCIALI.

Il codice, con riferimento al consumatore o utente "cui sono dirette le comunicazioni commerciali" o "che ne subisce le conseguenze", si ripropone anche di combattere la pubblicità ingannevole e le sue conseguenze sleali, in ogni forma ed in qualsiasi modo essa venga effettuata.

Altresì, si pone l'obiettivo di tutelare gli interessi del pubblico nella fruizione dei messaggi pubblicitari, nonché di stabilire le condizioni di liceità della pubblicità comparativa.

Per questo esso statuisce che “la pubblicità deve essere palese, veritiera e corretta”.

Altresì la pubblicità deve essere chiaramente riconoscibile come tale.

La pubblicità a mezzo di stampa deve essere distinguibile dalle altre forme di comunicazione al pubblico, con modalità grafiche di evidente percezione.

Tutto ciò a tutela non solo dei consumatori e del pubblico che fruisce i messaggi pubblicitari, ma anche dei soggetti che esercitano un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale in regime di concorrenza.

Per definizione (art. 20 del codice) è “ingannevole” qualsiasi pubblicità che in qualunque modo, compresa la sua presentazione, sia idonea ad indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento economico ovvero che, per questo motivo, sia idonea ledere un concorrente.

Altresì, è considerata ingannevole dal codice la pubblicità: A) che, riguardando prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, ometta di darne notizia in modo da indurre i consumatori a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza (art. 24 del codice); B) che, in quanto suscettibile di raggiungere bambini ed adolescenti, possa, anche indirettamente, minacciare la loro sicurezza o che abusi della loro naturale credulità o mancanza di esperienza o che, impiegando bambini ed adolescenti in messaggi pubblicitari, abusi dei naturali sentimenti degli adulti per i più giovani (art. 25 del codice).

Per determinare se la pubblicità sia ingannevole se ne devono considerare tutti gli elementi, con riguardo, in particolare, alle caratteristiche dei beni o dei servizi, al prezzo o al modo in cui questo viene calcolato, alle condizioni alle quali i beni o i servizi vengono forniti, alla categoria, alle qualifiche e ai diritti dell'operatore pubblicitario.

I termini “garanzia”, “garantito” e simili possono essere usati solo se accompagnati dalla precisazione del contenuto e delle modalità della garanzia offerta.

Quando la brevità del messaggio pubblicitario non consente di riportare integralmente tali precisazioni, il riferimento sintetico al contenuto ed alle modalità della garanzia offerta deve essere integrato dall'esplicito rinvio ad un testo facilmente conoscibile dal consumatore in cui siano riportate integralmente le precisazioni medesime.

Per quanto riguarda il confronto, la pubblicità comparativa (che identifica in modo esplicito o implicito un concorrente o beni o servizi offerti da un concorrente) è lecita se sono soddisfatte le seguenti condizioni: *a)* non è ingannevole; *b)* confronta beni o servizi che soddisfano gli stessi bisogni o si propongono gli stessi obiettivi; *c)* confronta oggettivamente una o più caratteristiche essenziali, pertinenti, verificabili (cioè dimostrabili) e rappresentative, compreso eventualmente il prezzo, di tali beni e servizi; *d)* non ingenera confusione sul mercato fra l'operatore pubblicitario ed un concorrente o tra i marchi, le denominazioni commerciali, altri segni distintivi, i beni o i servizi dell'operatore pubblicitario e quelli di un concorrente; *e)* non causa discredito o denigrazione di marchi, denominazioni commerciali, altri segni distintivi, beni, servizi, attività o circostanze di un concorrente; *f)* per i prodotti recanti denominazione di origine, si riferisce in ogni caso a prodotti aventi la stessa denominazione; *g)* non trae indebitamente vantaggio dalla notorietà connessa al marchio, alla denominazione commerciale ovvero ad altro segno distintivo di un concorrente o alle denominazioni di origine di prodotti concorrenti; *h)* non presenta un bene o un servizio come

imitazione o contraffazione di beni o servizi protetti da un marchio o da una denominazione commerciale depositati.

Qualunque raffronto che fa riferimento a un'offerta speciale deve indicare in modo chiaro e non equivoco il termine finale dell'offerta oppure - nel caso in cui l'offerta speciale non sia ancora cominciata - la data di inizio del periodo nel corso del quale si applicano il prezzo speciale o altre condizioni particolari o, se del caso, che l'offerta speciale dipende dalla disponibilità dei beni e servizi.

Il codice, infine, vieta ogni forma di pubblicità subliminale.

6. TUTELA AMMINISTRATIVA E GIURISDIZIONALE IN TEMA DI PUBBLICITA'.

In tema di pubblicità ingannevole, comparativa e subliminale - salvo il ricorso a procedure innanzi ad organismi volontari e autonomi di autodisciplina *ex art. 27* - è prevista dal codice una tutela di duplice natura.

Tutela amministrativa: se ne occupa l'Autorità garante della concorrenza e del mercato. Essa può disporre l'inibitoria (anche solo provvisoria) degli atti di pubblicità ingannevole o di pubblicità comparativa ritenuta illecita ai sensi del codice, e l'inibitoria della loro continuazione, con eliminazione degli effetti. Legittimati a chiederne l'intervento sono i soggetti di cui all'art. 26, comma 2°, del codice del consumo. L'Autorità in questo ambito ha determinati poteri istruttori. La procedura istruttoria comunque è stabilita, con regolamento emanato ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400, in modo da garantire il contraddittorio, la piena cognizione degli atti e la verbalizzazione. In particolare, previa comunicazione dell'apertura dell'istruttoria all'operatore pubblicitario, se il committente del messaggio pubblicitario non è conosciuto, può richiedere al proprietario del mezzo che ha diffuso il messaggio pubblicitario ogni informazione idonea ad identificarlo. Essa può, inoltre, richiedere all'operatore pubblicitario ovvero al proprietario del mezzo che ha diffuso il messaggio pubblicitario, di esibire copia del messaggio pubblicitario ritenuto ingannevole o illecito, anche avvalendosi, nei casi di inottemperanza, dei poteri previsti dall'articolo 14, commi 2, 3 e 4, della legge 10 ottobre 1990, n. 287 (richiesta di esibizione di documenti, effettuazione di ispezioni, perizie, analisi economiche e statistiche, consultazione di esperti). Infine, può disporre che l'operatore pubblicitario fornisca prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto contenuti nella pubblicità, se tale esigenza risulti giustificata, date le circostanze del caso specifico e se tale prova è omessa o viene ritenuta insufficiente, i dati di fatto dovranno essere considerati inesatti. In caso di inottemperanza alle richieste di fornire le informazioni o la documentazione, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 2.000 euro a 20.000 euro. Qualora le informazioni o la documentazione fornite non siano veritiere, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 4.000 euro a 40.000 euro. L'Autorità provvede con decisione motivata. Se il messaggio pubblicitario è stato o deve essere diffuso attraverso la stampa periodica o quotidiana ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione, l'Autorità, prima di provvedere, richiede il parere dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Quanto ai tipi di decisione, se ritiene la pubblicità ingannevole o il messaggio di pubblicità comparativa illecito, accoglie il ricorso, vietando la pubblicità non ancora portata a conoscenza del pubblico o la continuazione di quella già iniziata. Con la decisione di accoglimento può essere disposta anche la pubblicazione della pronuncia, nonché, eventualmente, di un'apposita dichiarazione rettificativa in modo da impedire che la pubblicità ingannevole o il messaggio di pubblicità comparativa ritenuto illecito, continuino a produrre effetti. L'Autorità dispone, inoltre, l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 1.000 euro a 100.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione. Nel caso dei messaggi pubblicitari ingannevoli di cui agli articoli 5 e 6 del codice

(omesse informazioni ai consumatori sul contenuto minimo dei prodotti) la sanzione non può essere inferiore a 25.000 euro. In caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 euro a 50.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Tutela giurisdizionale: Sono previste due ipotesi: A) decisione dell'Autorità garante. La decisione dell'Autorità può essere impugnata innanzi alla giurisdizione esclusiva del giudice amministrativo. Per le sole sanzioni amministrative comminate dall'Autorità garante si osservano, in quanto applicabili, le disposizioni contenute nella legge 24 novembre 1981, n. 689; B) provvedimenti amministrativi di autorizzazione della pubblicità, emessi previa verifica del carattere non ingannevole della stessa o di liceità del messaggio di pubblicità comparativa. Essi possono essere impugnati con ricorso al giudice amministrativo avverso il predetto provvedimento. Ciò detto, è comunque fatta salva la giurisdizione del giudice ordinario in materia di atti di concorrenza sleale, a norma dell'articolo 2598 del codice civile, nonché, per quanto concerne la pubblicità comparativa, in materia di atti compiuti in violazione della disciplina sul diritto d'autore protetto dalla legge 22 aprile 1941, n. 633, e successive modificazioni, e del marchio d'impresa protetto a norma del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, e successive modificazioni, nonché delle denominazioni di origine riconosciute e protette in Italia e di altri segni distintivi di imprese, beni e servizi concorrenti.

7. LE TELEVENDITE.

Il codice si occupa anche delle televendite e degli spot di televendita, incluse quelle di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili ed i servizi relativi a concorsi o giochi comportanti ovvero strutturati in guisa di pronostici.

Anzitutto si dispone che le televendite devono evitare ogni forma di sfruttamento della superstizione, della credulità o della paura e non devono contenere scene di violenza fisica o morale o tali da offendere il gusto e la sensibilità dei consumatori per indecenza, volgarità o ripugnanza.

E' vietata la televendita che offenda la dignità umana, comporti discriminazioni di razza, sesso o nazionalità, offenda convinzioni religiose e politiche, induca a comportamenti pregiudizievole per la salute o la sicurezza o la protezione dell'ambiente.

E' vietata anche la televendita di sigarette o di altri prodotti a base di tabacco.

Le televendite non devono contenere dichiarazioni o rappresentazioni che possono indurre in errore gli utenti o i consumatori, anche per mezzo di omissioni, ambiguità o esagerazioni, in particolare per ciò che riguarda le caratteristiche e gli effetti del servizio, il prezzo, le condizioni di vendita o di pagamento, le modalità della fornitura, gli eventuali premi, l'identità delle persone rappresentate.

La televendita non deve esortare i minorenni a stipulare contratti di compravendita o di locazione di prodotti e di servizi.

La televendita non deve arrecare pregiudizio morale o fisico ai minorenni e deve rispettare i seguenti criteri a loro tutela: *a)* non esortare i minorenni ad acquistare un prodotto o un servizio, sfruttandone l'inesperienza o la credulità; *b)* non esortare i minorenni a persuadere genitori o altri ad acquistare tali prodotti o servizi; *c)* non sfruttare la particolare fiducia che i minorenni ripongono nei genitori, negli insegnanti o in altri; *d)* non mostrare minorenni in situazioni pericolose.

In tutti i casi in cui si verificano delle trasgressioni ai divieti di cui sopra, salvo che il fatto costituisca reato e fatte salve le sanzioni stabilite dagli articoli 50-61 del codice, nonché le ulteriori disposizioni stabilite in materia di pubblicità, alle televendite sono applicabili le sanzioni di cui alla legge 14 novembre 1995, n. 481, e di cui alla legge 31 luglio 1997, n. 249.

8. I CONTRATTI DEL CONSUMATORE.

Il codice si sofferma sul tema dei contratti del consumatore e delle clausole in essi contenute.

Trattasi di una parte assai importante della nuova normativa, salvo quanto stabilito dal codice civile.

Le clausole contrattuali, se proposte al consumatore per iscritto, devono sempre essere redatte in modo chiaro e comprensibile ed, in caso di dubbio sul senso di una clausola, prevale l'interpretazione più favorevole al consumatore.

Ancora una volta, poi, viene introdotto il concetto di "clausola vessatoria".

Ai sensi del codice del consumo è vessatoria - e, dunque, è nulla (art. 36) - la clausola che, che, malgrado la buona fede, determina a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

La vessatorietà di una clausola è valutata dal codice anche 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.

In ogni caso, nel contratto standard (con sottoscrizione di moduli o formulari), incombe sulla parte forte (il professionista) l'onere di provare che le clausole, malgrado siano dal medesimo unilateralmente predisposte, siano state oggetto di specifica trattativa con il consumatore e, dunque, non siano vessatorie.

Segue, al comma 2° dell'art. 33 del codice, un elenco esplicito di clausole che si presumono vessatorie, "fino a prova contraria".

Alcune di esse (lettere h), m), n) ed o) trovano un regime particolare, se inserite in contratti che hanno ad oggetto la prestazione di servizi finanziari, mentre le stesse non si applicano proprio ai contratti aventi ad oggetto valori mobiliari, strumenti finanziari ed altri prodotti o servizi il cui prezzo è collegato alle fluttuazioni 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) ed o) non si applicano alle clausole di indicizzazione dei prezzi, ove consentite dalla legge, a condizione che le modalità di variazione siano espressamente descritte.

Sono poi nulle anche quelle clausole che, ancorché non vessatorie, perché 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.

Si noti bene che la nullità opera soltanto a vantaggio del consumatore e può essere rilevata d'ufficio dal giudice e che il venditore ha diritto di regresso nei confronti del fornitore per i danni che ha subito in conseguenza della declaratoria di nullità delle clausole dichiarate abusive.

L'art. 37 del codice, a tutela dei consumatori, prevede la possibilità per le associazioni rappresentative degli stessi, per le associazioni rappresentative dei professionisti e per le camere di commercio di esperire un'azione c.d. "inibitoria", in caso di impiego di condizioni generali di contratto abusive e vessatorie.

Per le associazioni di cui al paragrafo 18 del presente scritto l'azione inibitoria prevista dall'articolo 37 in materia di clausole vessatorie nei contratti stipulati con i consumatori, si esercita ai sensi dell'art. 140 del codice (v. paragrafo 18).

Tale azione consente di richiedere al giudice competente che inibisca l'uso delle clausole di cui sia accertata l'abusività ai sensi del codice del consumo, anche attraverso la procedura cautelare di cui agli artt. 669-*bis* e seguenti del codice di procedura civile.

A detta pronuncia potrà aggiungersi l'ordine del giudice affinché il provvedimento sia pubblicato in uno o più giornali, di cui uno almeno a diffusione nazionale.

9. CONTRATTI NEGOZIATI FUORI DEI LOCALI COMMERCIALI.

In tema resta ferma la disciplina di cui agli articoli 18 (vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione), 19 (vendite al domicilio dei consumatori) e 20 (propaganda a fini commerciali) del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al settore del commercio.

I contratti qui trattati sono quelli negoziati tra un professionista ed un consumatore, riguardanti la fornitura di beni o la prestazione di servizi, aventi qualunque forma e stipulati: *a)* durante la visita del professionista al domicilio del consumatore o di un altro consumatore ovvero sul posto di lavoro del consumatore o nei locali nei quali il consumatore si trovi, anche temporaneamente, per motivi di lavoro, di studio o di cura; *b)* durante una escursione organizzata dal professionista al di fuori dei propri locali commerciali; *c)* in area pubblica o aperta al pubblico, mediante la sottoscrizione di una nota d'ordine, comunque denominata; *d)* per corrispondenza o, comunque, in base ad un catalogo che il consumatore ha avuto modo di consultare senza la presenza del professionista (a questi ultimi si applicano, se più favorevoli, le disposizioni di cui sopra in tema di clausole vessatorie).

Le disposizioni del codice in tema di contratti siglati fuori dai locali commerciali si applicano anche nel caso di proposte contrattuali effettuate dal consumatore in condizioni analoghe a quelle sopra specificate, per le quali non sia ancora intervenuta l'accettazione del professionista.

Restano invece escluse le ipotesi di cui all'art. 46 del codice (p. es. contratti di assicurazione o quelli il cui corrispettivo globale, che deve essere pagato da parte del consumatore, non supera l'importo di 26 euro).

Per i contratti negoziati al di fuori dei locali commerciali, il professionista deve informare il consumatore del suo diritto di recesso.

L'informazione deve essere fornita per iscritto e deve contenere: *a)* l'indicazione dei termini, delle modalità e delle eventuali condizioni per l'esercizio del diritto di recesso; *b)* l'indicazione del soggetto nei cui riguardi va esercitato il diritto di recesso ed il suo indirizzo o, se si tratti di società o

altra persona giuridica, la denominazione e la sede della stessa, nonché l'indicazione del soggetto al quale deve essere restituito il prodotto eventualmente già consegnato, se diverso.

Qualora il contratto preveda che l'esercizio del diritto di recesso non sia soggetto ad alcun termine o modalità, l'informazione deve comunque contenere l'indicazione del soggetto nei cui riguardi va esercitato il diritto di recesso ed il suo indirizzo o, se si tratti di società o altra persona giuridica, la denominazione e la sede della stessa, nonché l'indicazione del soggetto al quale deve essere restituito il prodotto eventualmente già consegnato, se diverso.

Per tutti i contratti negoziati al di fuori dei locali commerciali - esclusi quelli conclusi per corrispondenza o, comunque, in base ad un catalogo che il consumatore ha avuto modo di consultare senza la presenza del professionista - qualora sia sottoposta al consumatore, per la sottoscrizione, una nota d'ordine, comunque denominata, l'informazione sul recesso deve essere riportata nella suddetta nota d'ordine, separatamente dalle altre clausole contrattuali e con caratteri tipografici uguali o superiori a quelli degli altri elementi indicati nel documento.

Una copia della nota d'ordine, recante l'indicazione del luogo e della data di sottoscrizione, deve essere consegnata al consumatore.

Qualora non venga predisposta una nota d'ordine, l'informazione deve essere comunque fornita al momento della stipulazione del contratto ed il relativo documento deve contenere, in caratteri chiaramente leggibili - oltre alla indicazione dei termini, delle modalità e delle eventuali condizioni per l'esercizio del diritto di recesso ed alla indicazione del soggetto nei cui riguardi va esercitato il diritto di recesso ed il suo indirizzo - l'indicazione del luogo e della data in cui viene consegnato al consumatore, nonché gli elementi necessari per identificare il contratto.

Di tale documento il professionista può richiederne una copia sottoscritta dal consumatore.

Per i contratti stipulati per corrispondenza o, comunque, in base ad un catalogo che il consumatore ha avuto modo di consultare senza la presenza del professionista, l'informazione sul diritto di recesso deve essere riportata nel catalogo o altro documento illustrativo della merce o del servizio oggetto del contratto o nella relativa nota d'ordine, con caratteri tipografici uguali o superiori a quelli delle altre informazioni concernenti la stipulazione del contratto, contenute nel documento.

Nella nota d'ordine, comunque, in luogo della indicazione completa dei termini, delle modalità e delle eventuali condizioni per l'esercizio del diritto di recesso e della indicazione del soggetto nei cui riguardi va esercitato il diritto di recesso ed il suo indirizzo, può essere riportato il solo riferimento al diritto di esercitare il recesso, con la specificazione del relativo termine e con rinvio alle indicazioni contenute nel catalogo o altro documento illustrativo della merce o del servizio per gli ulteriori elementi previsti nell'informazione.

In caso di trasgressione alle disposizioni del codice in tema di contratti negoziati fuori dei locali commerciali, si applicano le sanzioni di cui all'art. 62 del codice stesso.

Per le controversie civili inerenti i contratti negoziati fuori dei locali commerciali la competenza territoriale inderogabile è del giudice del luogo di residenza o di domicilio del consumatore.

10. CONTRATTI A DISTANZA.

E' contratto a distanza quello avente per oggetto beni o servizi e stipulato tra un professionista e un consumatore nell'ambito di un sistema a distanza organizzato dal professionista stesso, che, per tale

contratto, impiega esclusivamente una o più tecniche di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso.

Ai contratti a distanza, oltre al codice del consumo, si applicano, altresì, le disposizioni di cui all'articolo 18 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al commercio.

Sono escluse le ipotesi elencate all'art. 51 del codice (contratti: *a*) relativi ai servizi finanziari, un elenco indicativo dei quali e' riportato nell'allegato I; *b*) conclusi tramite distributori automatici o locali commerciali automatizzati; *c*) conclusi con gli operatori delle telecomunicazioni impiegando telefoni pubblici; *d*) relativi alla costruzione e alla vendita o ad altri diritti relativi a beni immobili, con esclusione della locazione; *e*) conclusi in occasione di una vendita all'asta).

L'articolo 58 del codice precisa che l'impiego da parte di un professionista del telefono, della posta elettronica, di sistemi automatizzati di chiamata senza l'intervento di un operatore o di fax richiede il consenso preventivo del consumatore e che tecniche di comunicazione a distanza diverse da quelle di cui poc'anzi, qualora consentano una comunicazione individuale, possono essere impiegate dal professionista se il consumatore non si dichiara esplicitamente contrario

In tempo utile, prima della conclusione di qualsiasi contratto a distanza, il consumatore deve ricevere le seguenti informazioni: *a*) identità del professionista e, in caso di contratti che prevedono il pagamento anticipato, l'indirizzo del professionista; *b*) caratteristiche essenziali del bene o del servizio; *c*) prezzo del bene o del servizio, comprese tutte le tasse e le imposte; *d*) spese di consegna; *e*) modalità del pagamento, della consegna del bene o della prestazione del servizio e di ogni altra forma di esecuzione del contratto; *f*) esistenza del diritto di recesso o di esclusione dello stesso, ai sensi dell'articolo 55, comma 2; *g*) modalità e tempi di restituzione o di ritiro del bene in caso di esercizio del diritto di recesso; *h*) costo dell'utilizzo della tecnica di comunicazione a distanza, quando è calcolato su una base diversa dalla tariffa di base; *i*) durata della validità dell'offerta e del prezzo; *l*) durata minima del contratto in caso di contratti per la fornitura di prodotti o la prestazione di servizi ad esecuzione continuata o periodica.

Nel caso di contratti a distanza riguardanti la fornitura di beni o la prestazione di servizi, sulla base di offerte effettuate al pubblico tramite il mezzo televisivo o altri mezzi audiovisivi e finalizzate ad una diretta stipulazione del contratto stesso, nonché nel caso di contratti conclusi mediante l'uso di strumenti informatici e telematici, l'informazione sul diritto di recesso di cui alle lettere *f*) e *g*), deve essere fornita nel corso della presentazione del prodotto o del servizio oggetto del contratto (precisamente all'inizio e nel corso della trasmissione), compatibilmente con le particolari esigenze poste dalle caratteristiche dello strumento impiegato e dalle relative evoluzioni tecnologiche.

L'informazione sul diritto di recesso deve essere altresì fornita per iscritto, non oltre il momento in cui viene effettuata la consegna della merce ed il termine per l'invio della comunicazione per l'esercizio del diritto di recesso decorre dalla data di ricevimento della merce.

Le informazioni sopra elencate (punti da *a*) ad *l*), il cui scopo commerciale deve essere inequivocabile, devono essere fornite in modo chiaro e comprensibile, con ogni mezzo adeguato alla tecnica di comunicazione a distanza impiegata, osservando, in particolare, i principi di buona fede e di lealtà in materia di transazioni commerciali, valutati alla stregua delle esigenze di protezione delle categorie di consumatori particolarmente vulnerabili.

Il consumatore deve ricevere conferma per iscritto - o, a sua scelta, su altro supporto duraturo a sua disposizione ed a lui accessibile - di tutte le informazioni sopra previste, prima od al momento della esecuzione del contratto.

Entro tale momento e nelle stesse forme devono comunque essere fornite al consumatore anche le seguenti informazioni (a meno che si tratti di servizi siano forniti in un'unica soluzione e siano fatturati dall'operatore della tecnica di comunicazione e salva, comunque, la fornitura dell'indirizzo geografico della sede del professionista cui poter presentare reclami): *a)* un'informazione sulle condizioni e le modalità di esercizio del diritto di recesso; *b)* l'indirizzo geografico della sede del professionista a cui il consumatore può presentare reclami; *c)* le informazioni sui servizi di assistenza e sulle garanzie commerciali esistenti; *d)* le condizioni di recesso dal contratto in caso di durata indeterminata o superiore ad un anno.

Informazioni e conferma scritta delle informazioni non si applicano: *a)* ai contratti di fornitura di generi alimentari, di bevande o di altri beni per uso domestico di consumo corrente forniti al domicilio del consumatore, al suo luogo di residenza o al suo luogo di lavoro, da distributori che effettuano giri frequenti e regolari; *b)* ai contratti di fornitura di servizi relativi all'alloggio, ai trasporti, alla ristorazione, al tempo libero, quando all'atto della conclusione del contratto il professionista si impegna a fornire tali prestazioni ad una data determinata o in un periodo prestabilito.

In caso di comunicazioni telefoniche, l'identità del professionista e lo scopo commerciale della telefonata devono essere dichiarati in modo inequivocabile all'inizio della conversazione con il consumatore, a pena di nullità del contratto.

In caso di utilizzo della posta elettronica, si applica la disciplina prevista dall'articolo 9 del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70 (obbligo di trasparenza del mittente e diritto di opposizione per il ricevente), fatti salvi anche gli obblighi di cui ai decreti legislativi nn. 185/99 e 171/98.

In caso di commercio elettronico, gli obblighi informativi dovuti dal professionista vanno integrati con le informazioni previste dall'articolo 12 del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70 (sulle fasi tecniche da seguire per la conclusione del contratto, sul modo in cui il contratto concluso sarà archiviato e le relative modalità di accesso, sui mezzi per correggere eventuali errori di inserimento dei dati, ecc...ecc...).

Il contratto a distanza deve contenere il riferimento alle disposizioni del codice.

Salvo diverso accordo tra le parti, il professionista deve eseguire l'ordinazione entro trenta giorni a decorrere dal giorno successivo a quello in cui il consumatore ha trasmesso l'ordinazione al professionista.

In caso di mancata esecuzione dell'ordinazione da parte del professionista, dovuta alla indisponibilità, anche temporanea, del bene o del servizio richiesto, il professionista, entro il termine di cui sopra, informa il consumatore e provvede al rimborso delle somme eventualmente già corrisposte per il pagamento della fornitura.

Salvo consenso del consumatore, da esprimersi prima o al momento della conclusione del contratto, il professionista non può adempiere eseguendo una fornitura diversa da quella pattuita, anche se di valore e qualità equivalenti o superiori.

Il consumatore può effettuare il pagamento mediante carta ove ciò sia previsto tra le modalità di pagamento.

L'istituto di emissione della carta di pagamento riaccredita al consumatore i pagamenti dei quali questi dimostri l'eccedenza rispetto al prezzo pattuito ovvero l'effettuazione mediante l'uso fraudolento della propria carta di pagamento da parte del professionista o di un terzo, fatta salva l'applicazione della legge 5 luglio 1991, n. 197.

L'istituto di emissione della carta di pagamento ha diritto di addebitare al professionista le somme riaccreditate al consumatore.

E' vietata la fornitura di beni o servizi al consumatore in mancanza di una sua previa ordinazione nel caso in cui la fornitura comporti una richiesta di pagamento.

Il consumatore non è tenuto ad alcuna prestazione corrispettiva in caso di fornitura non richiesta.

In ogni caso, la mancata risposta non significa consenso.

In caso di trasgressione alle disposizioni del codice in tema di contratti a distanza, si applicano le sanzioni di cui all'art. 62 del codice stesso.

Per le controversie civili inerenti i contratti a distanza la competenza territoriale inderogabile è del giudice del luogo di residenza o di domicilio del consumatore.

11. RECESSO NEI CONTRATTI NEGOZIATI FUORI DAI LOCALI COMMERCIALI E NEI CONTRATTI A DISTANZA.

Fermo restando che le parti possono convenire garanzie più ampie nei confronti dei consumatori rispetto a quanto previsto dal codice, per i contratti e per le proposte contrattuali a distanza ovvero negoziati fuori dai locali commerciali, il consumatore ha diritto di recedere senza alcuna penalità e senza specificarne il motivo, entro il termine di dieci giorni lavorativi.

Il diritto di recesso si esercita con l'invio, entro detto termine, di una comunicazione scritta alla sede del professionista, mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento.

La comunicazione può essere inviata, entro lo stesso termine, anche mediante telegramma, telex, posta elettronica e fax, a condizione che sia confermata mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento entro le quarantotto ore successive; la raccomandata si intende spedita in tempo utile se consegnata all'ufficio postale accettante entro i termini previsti dal codice o dal contratto, ove diversi.

L'avviso di ricevimento non è, comunque, condizione essenziale per provare l'esercizio del diritto di recesso.

Qualora espressamente previsto nell'offerta o nell'informazione concernente il diritto di recesso, in luogo di una specifica comunicazione è sufficiente la restituzione, entro il termine sopra indicato, della merce ricevuta.

Per i contratti o le proposte contrattuali negoziati fuori dei locali commerciali, il termine di dieci giorni per l'esercizio del diritto di recesso decorre: a) dalla data di sottoscrizione della nota d'ordine ovvero, nel caso in cui non sia predisposta una nota d'ordine, dalla data di ricezione

dell'informazione stessa, per i contratti riguardanti la prestazione di servizi ovvero per i contratti riguardanti la fornitura di beni, qualora al consumatore sia stato preventivamente mostrato o illustrato dal professionista il prodotto oggetto del contratto; *b*) dalla data di ricevimento della merce, se successiva, per i contratti riguardanti la fornitura di beni, qualora l'acquisto sia stato effettuato senza la presenza del professionista ovvero sia stato mostrato o illustrato un prodotto di tipo diverso da quello oggetto del contratto.

Per i contratti a distanza, il termine per l'esercizio del diritto di recesso di cui all'articolo 64 decorre: *A*) per i beni, dal giorno del loro ricevimento da parte del consumatore ove siano stati soddisfatti gli obblighi di informazione di cui all'articolo 52 (circa la 1) identità del professionista e, in caso di contratti che prevedono il pagamento anticipato, l'indirizzo del professionista; 2) caratteristiche essenziali del bene o del servizio; 3) prezzo del bene o del servizio, comprese tutte le tasse e le imposte; 4) spese di consegna; 5) modalità del pagamento, della consegna del bene o della prestazione del servizio e di ogni altra forma di esecuzione del contratto; 6) esistenza del diritto di recesso o di esclusione dello stesso; 7) modalità e tempi di restituzione o di ritiro del bene in caso di esercizio del diritto di recesso; 8) costo dell'utilizzo della tecnica di comunicazione a distanza, quando è calcolato su una base diversa dalla tariffa di base; 9) durata della validità dell'offerta e del prezzo; 10) durata minima del contratto in caso di contratti per la fornitura di prodotti o la prestazione di servizi ad esecuzione continuata o periodica) o dal giorno in cui questi ultimi siano stati soddisfatti, qualora ciò avvenga dopo la conclusione del contratto purché non oltre il termine di tre mesi dalla conclusione stessa; *B*) per i servizi, dal giorno della conclusione del contratto o dal giorno in cui siano stati soddisfatti gli obblighi di informazione di cui all'articolo 52, qualora ciò avvenga dopo la conclusione del contratto purché non oltre il termine di tre mesi dalla conclusione stessa.

Nel caso in cui il professionista non abbia soddisfatto, per i contratti o le proposte contrattuali negoziati fuori dei locali commerciali gli obblighi di informazione di cui all'articolo 47 (informazioni sul diritto di recesso) ovvero, per i contratti a distanza, gli obblighi di informazione di cui agli articoli 52, comma 1, lettere *f*) e *g*) (circa *f*) esistenza del diritto di recesso o di esclusione dello stesso; *g*) modalità e tempi di restituzione o di ritiro del bene in caso di esercizio del diritto di recesso), e 53 (conferma scritta delle informazioni) ovvero ancora nel caso in cui il professionista fornisca una informazione incompleta o errata che non consenta il corretto esercizio del diritto di recesso, il termine per l'esercizio del diritto di recesso è, rispettivamente, di sessanta o di novanta giorni e decorre, per i beni, dal giorno del loro ricevimento da parte del consumatore, per i servizi, dal giorno della conclusione del contratto.

Con la ricezione da parte del professionista della comunicazione di recesso, le parti sono sciolte dalle rispettive obbligazioni derivanti dal contratto o dalla proposta contrattuale, fatte salve, nell'ipotesi in cui le obbligazioni stesse siano state nel frattempo in tutto o in parte eseguite, le ulteriori obbligazioni (riconsegna del bene integro e, se utilizzato, in normale stato di conservazione, a spese del consumatore e secondo le modalità ed i tempi previsti dal contratto, rimborso delle somme versate dal consumatore).

12. LA MULTIPROPRIETA'.

Gli articoli 69 e seguenti del codice si occupano dei c.d. *“contratti relativi all'acquisizione di un diritto di godimento ripartito di beni immobili”*.

Trattasi di contratti della durata di almeno tre anni, con i quali, verso il pagamento di un prezzo globale, si costituisce, si trasferisce o si promette di costituire o trasferire, direttamente o

indirettamente, un diritto reale ovvero un altro diritto avente ad oggetto il godimento di uno o più beni immobili, per un periodo determinato o determinabile dell'anno non inferiore ad una settimana.

Il codice prevede una prima importante garanzia per il compratore: il venditore - quando non ha la forma giuridica di società di capitali ovvero quando ha un capitale sociale versato inferiore a 5.164.569 euro e non ha sede legale e sedi secondarie nel territorio dello Stato ovvero allorché l'immobile oggetto del contratto sia in corso di costruzione - è obbligato a prestare idonea fideiussione bancaria o assicurativa a garanzia della corretta esecuzione del contratto e delle fideiussioni deve farsi espressa menzione nel contratto a pena di nullità.

Inoltre il venditore è tenuto a consegnare ad ogni persona che richiede informazioni sul bene immobile un documento informativo, in cui sono indicati con precisione i seguenti elementi: *a)* il diritto oggetto del contratto, con specificazione della natura e delle condizioni di esercizio di tale diritto; *b)* l'identità ed il domicilio del venditore, con specificazione della sua qualità giuridica, l'identità ed il domicilio del proprietario; *c)* se l'immobile è determinato: 1) la descrizione dell'immobile e la sua ubicazione; 2) gli estremi del permesso di costruire ovvero di altro titolo edilizio e delle leggi regionali che regolano l'uso dell'immobile con destinazione turistico-ricettiva e, per gli immobili situati all'estero, gli estremi degli atti che garantiscano la loro conformità alle prescrizioni vigenti in materia; *d)* se l'immobile non è ancora determinato: 1) gli estremi della concessione edilizia e delle leggi regionali che regolano l'uso dell'immobile con destinazione turistico-ricettiva e, per gli immobili situati all'estero, gli estremi degli atti che garantiscano la loro conformità alle prescrizioni vigenti in materia, nonché lo stato di avanzamento dei lavori di costruzione dell'immobile e la data entro la quale è prevedibile il completamento degli stessi; 2) lo stato di avanzamento dei lavori relativi ai servizi, quali il collegamento alla rete di distribuzione di gas, elettricità, acqua e telefono; 3) in caso di mancato completamento dell'immobile, le garanzie relative al rimborso dei pagamenti già effettuati e le modalità di applicazione di queste garanzie; *e)* i servizi comuni ai quali l'acquirente ha o avrà accesso, quali luce, acqua, manutenzione, raccolta di rifiuti, e le relative condizioni di utilizzazione; *f)* le strutture comuni alle quali l'acquirente ha o avrà accesso, quali piscina, sauna, ed altre, e le relative condizioni di utilizzazione; *g)* le norme applicabili in materia di manutenzione e riparazione dell'immobile, nonché in materia di amministrazione e gestione dello stesso; *h)* il prezzo globale, comprensivo di IVA, che l'acquirente verserà quale corrispettivo; la stima dell'importo delle spese, a carico dell'acquirente, per l'utilizzazione dei servizi e delle strutture comuni e la base di calcolo dell'importo degli oneri connessi all'occupazione dell'immobile da parte dell'acquirente, delle tasse e imposte, delle spese amministrative accessorie per la gestione, la manutenzione e la riparazione, nonché le eventuali spese di trascrizione del contratto; *i)* informazioni circa il diritto di recesso dal contratto con l'indicazione degli elementi identificativi della persona alla quale deve essere comunicato il recesso stesso, precisando le modalità della comunicazione e l'importo complessivo delle spese, specificando quelle che l'acquirente in caso di recesso è tenuto a rimborsare; informazioni circa le modalità per risolvere il contratto di concessione di credito connesso al contratto, in caso di recesso; *l)* le modalità per ottenere ulteriori informazioni.

Se il contratto non contiene uno degli elementi di cui alle lettere *a)*, *b)*, *c)*, *d)*, numero 1), *h)* e *i)*, l'acquirente può recedere dallo stesso entro tre mesi dalla conclusione.

Se entro tre mesi dalla conclusione del contratto sono comunicati gli elementi di cui sopra, l'acquirente può esercitare il diritto di recesso entro dieci giorni dalla data di ricezione della comunicazione degli elementi stessi.

Se l'acquirente non esercita il diritto di recesso entro tre mesi per mancanza degli elementi sopra indicati ed il venditore non effettua la comunicazione degli stessi nello stesso termine, l'acquirente

può esercitare il diritto di recesso entro il termine di dieci giorni lavorativi dal giorno successivo alla scadenza dei tre mesi dalla conclusione del contratto.

Eventuali modifiche del documento informativo, se le stesse siano dovute a circostanze indipendenti dalla volontà del venditore, devono essere comunicate alla parte interessata prima della conclusione del contratto ed inserite nello stesso.

Comunque, dopo la consegna del documento informativo, le parti possono accordarsi per modificare il documento stesso.

Il contratto deve essere redatto per iscritto, a pena di nullità.

Esso contiene, oltre a tutti gli elementi di cui sopra, lettere da *a*) a *i*), i seguenti ulteriori elementi: *a*) l'identità ed il domicilio dell'acquirente; *b*) la durata del contratto ed il termine a partire dal quale il consumatore può esercitare il suo diritto di godimento; *c*) una clausola in cui si afferma che l'acquisto non comporta per l'acquirente altri oneri, obblighi o spese diversi da quelli stabiliti nel contratto; *d*) la possibilità o meno di partecipare ad un sistema di scambio ovvero di vendita del diritto oggetto del contratto, nonché i costi eventuali, qualora il sistema di scambio ovvero di vendita sia organizzato dal venditore o da un terzo da questi designato nel contratto; *e*) la data ed il luogo di sottoscrizione del contratto.

Se il contratto non contiene gli elementi di cui alle lettere *b*) e *d*), e non contiene la data di cui alla lettera *e*), l'acquirente può recedere dallo stesso entro tre mesi dalla conclusione.

Se entro tre mesi dalla conclusione del contratto sono comunicati gli elementi di cui sopra, l'acquirente può esercitare il diritto di recesso entro dieci giorni dalla data di ricezione della comunicazione degli elementi stessi.

Se l'acquirente non esercita il diritto di recesso entro tre mesi per mancanza degli elementi sopra indicati ed il venditore non effettua la comunicazione degli stessi nello stesso termine, l'acquirente può esercitare il diritto di recesso entro il termine di dieci giorni lavorativi dal giorno successivo alla scadenza dei tre mesi dalla conclusione del contratto.

Quanto al diritto di recesso, entro dieci giorni lavorativi dalla conclusione del contratto l'acquirente può recedere dallo stesso senza specificarne il motivo.

In tale caso l'acquirente non è tenuto a pagare alcuna penalità e deve rimborsare al venditore solo le spese sostenute e documentate per la conclusione del contratto e di cui è fatta menzione nello stesso, purché si tratti di spese relative ad atti da espletare tassativamente prima dello scadere del periodo di recesso.

Il diritto di recesso si esercita dandone comunicazione alla persona indicata nel contratto e, in mancanza, al venditore.

La comunicazione deve essere sottoscritta dall'acquirente e deve essere inviata mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento entro il termine previsto.

Essa può essere inviata, entro lo stesso termine, anche mediante telegramma, telex e fax, a condizione che sia confermata con lettera raccomandata con avviso di ricevimento entro le quarantotto ore successive.

Fino alla scadenza dei termini concessi per l'esercizio del diritto di recesso è fatto divieto al venditore di esigere o ricevere dall'acquirente il versamento di somme di danaro a titolo di anticipo, di acconto o di caparra.

Salvo quanto specificamente disposto, ai contratti disciplinati dal presente capo si applicano le disposizioni dettate dal codice in tema di recesso nei contratti negoziati fuori dai locali commerciali e nei contratti a distanza ed, ove ne ricorrano i relativi presupposti, le più favorevoli disposizioni dettate dal capo I del titolo III della parte III (sempre in tema di contratti negoziati fuori dai locali commerciali e di contratti a distanza).

Sono nulle le clausole contrattuali o i patti aggiunti di rinuncia dell'acquirente ai diritti previsti dal presente capo o di limitazione delle responsabilità previste a carico del venditore.

Il venditore che contravviene alle norme di cui agli articoli 70, comma 1, lettere *a*), *b*), *c*), numero 1), *d*), numeri 2) e 3), *e*), *f*), *g*), *h*) e *i*) (sui contenuti del documento informativo), 71, comma 3 (sui requisiti del contratto), 72 (sugli obblighi specifici del venditore), 74 (sul divieto di acconti) e 78 (sulla nullità delle clausole contrattuali e di patti aggiunti di rinuncia o di limitazione di responsabilità), è punito con la sanzione amministrativa pecuniaria da 500 euro a 3.000 euro.

Si applica anche la sanzione amministrativa accessoria della sospensione dall'esercizio dell'attività da quindici giorni a tre mesi al venditore che abbia commesso una ripetuta violazione delle disposizioni anzidette.

13. I SERVIZI TURISTICI.

Il codice del consumo (artt. 82 e segg.) si occupa anche della vendita - anche a distanza - in Italia dei c.d. "pacchetti turistici".

I pacchetti turistici hanno ad oggetto i viaggi, le vacanze ed i circuiti tutto compreso, risultanti dalla combinazione di almeno due di questi elementi: *a*) trasporto; *b*) alloggio; *c*) servizi turistici non accessori al trasporto o all'alloggio, di cui all'articolo 86, lettere *i*) ed *o*) (cioè: *i*) itinerario, visite, escursioni o altri servizi inclusi nel pacchetto turistico, ivi compresa la presenza di accompagnatori e guide turistiche; *o*) termine entro il quale il consumatore deve presentare reclamo per l'inadempimento o l'inesatta esecuzione del contratto) e che costituiscano parte significativa del pacchetto turistico.

Tali pacchetti sono venduti od offerti in vendita ad un prezzo forfettario e di durata superiore alle ventiquattro ore ovvero comprendente almeno una notte.

La revisione del prezzo forfettario di vendita di pacchetto turistico convenuto dalle parti (se in rialzo, comunque, non può, in ogni caso, avvenire nei 20 giorni che precedono la partenza e non può essere superiore al 10% del prezzo nel suo originario ammontare, salvo, in caso contrario, il diritto di recesso dell'acquirente, previo rimborso delle somme già versate alla controparte) è ammessa solo quando sia stata espressamente prevista nel contratto, anche con la definizione delle modalità di calcolo, in conseguenza della variazione del costo del trasporto, del carburante, dei diritti e delle tasse quali quelle di atterraggio, di sbarco o imbarco nei porti o negli aeroporti, del tasso di cambio applicato.

I costi devono essere adeguatamente documentati dal venditore.

Quando il consumatore recede dal contratto per revisione del prezzo (o anche quando il pacchetto turistico viene cancellato prima della partenza per qualsiasi motivo, tranne che per colpa del consumatore), questi ha diritto di usufruire di un altro pacchetto turistico di qualità equivalente o superiore senza supplemento di prezzo o di un pacchetto turistico qualitativamente inferiore, previa restituzione della differenza del prezzo, oppure gli è rimborsata, entro 7 giorni lavorativi dal momento del recesso o della cancellazione, la somma di danaro già corrisposta.

In detti casi il consumatore ha anche diritto ad essere risarcito di ogni ulteriore danno dipendente dalla mancata esecuzione del contratto (a meno che la cancellazione del pacchetto turistico dipenda dal mancato raggiungimento del numero minimo di partecipanti eventualmente richiesto ed il consumatore sia stato informato in forma scritta almeno 20 giorni prima della data prevista per la partenza, oppure da causa di forza maggiore, escluso in ogni caso l'eccesso di prenotazioni).

Nel corso delle trattative e, comunque, prima della conclusione del contratto di vendita di pacchetti turistici, il venditore o l'organizzatore forniscono per iscritto informazioni di carattere generale concernenti le condizioni applicabili ai cittadini dello Stato membro dell'Unione Europea in materia di passaporto e visto, con l'indicazione dei termini per il rilascio, nonché gli obblighi sanitari e le relative formalità per l'effettuazione del viaggio e del soggiorno.

Il contratto di vendita di pacchetti turistici è redatto in forma scritta in termini chiari e precisi.

Al consumatore deve essere rilasciata una copia del contratto stipulato, sottoscritto o timbrato dall'organizzatore o venditore.

Detto negozio contiene i seguenti elementi: *a)* destinazione, durata, data d'inizio e conclusione, qualora sia previsto un soggiorno frazionato, durata del medesimo con relative date di inizio e fine; *b)* nome, indirizzo, numero di telefono ed estremi dell'autorizzazione all'esercizio dell'organizzatore o venditore che sottoscrive il contratto; *c)* prezzo del pacchetto turistico, modalità della sua revisione, diritti e tasse sui servizi di atterraggio, sbarco ed imbarco nei porti ed aeroporti e gli altri oneri posti a carico del viaggiatore; *d)* importo, comunque non superiore al venticinque per cento del prezzo, da versarsi all'atto della prenotazione, nonché il termine per il pagamento del saldo; il suddetto importo è versato a titolo di caparra, ma gli effetti di cui all'articolo 1385 del codice civile non si producono qualora il recesso dipenda da fatto sopraggiunto non imputabile, ovvero sia giustificato dal grave inadempimento della controparte; *e)* estremi della copertura assicurativa e delle ulteriori polizze convenute con il viaggiatore; *f)* presupposti e modalità di intervento del fondo di garanzia di cui all'articolo 100; *g)* mezzi, caratteristiche e tipologie di trasporto, data, ora, luogo della partenza e del ritorno, tipo di posto assegnato; *h)* ove il pacchetto turistico includa la sistemazione in albergo, l'ubicazione, la categoria turistica, il livello, l'eventuale idoneità all'accoglienza di persone disabili, nonché le principali caratteristiche, la conformità alla regolamentazione dello Stato membro ospitante, i pasti forniti; *i)* itinerario, visite, escursioni o altri servizi inclusi nel pacchetto turistico, ivi compresa la presenza di accompagnatori e guide turistiche; *l)* termine entro cui il consumatore deve essere informato dell'annullamento del viaggio per la mancata adesione del numero minimo dei partecipanti eventualmente previsto; *m)* accordi specifici sulle modalità del viaggio espressamente convenuti tra l'organizzatore o il venditore e il consumatore al momento della prenotazione; *n)* eventuali spese poste a carico del consumatore per la cessione del contratto ad un terzo; *o)* termine entro il quale il consumatore deve presentare reclamo per l'inadempimento o l'inesatta esecuzione del contratto; *p)* termine entro il quale il consumatore deve comunicare la propria scelta in relazione alle modifiche delle condizioni contrattuali di cui all'articolo 91.

Prima della partenza l'organizzatore o il venditore che abbia necessità di modificare in modo significativo uno o più elementi del contratto, ne dà immediato avviso in forma scritta al consumatore, indicando il tipo di modifica e la variazione del prezzo che ne consegue.

Ove non accetti la proposta di modifica, il consumatore può recedere, senza pagamento di penali, ed ha diritto a quanto previsto nell'articolo 92 (oltre al diritto ad essere risarcito di ogni ulteriore danno dipendente dalla mancata esecuzione del contratto, ha il diritto di usufruire di un altro pacchetto turistico di qualità equivalente o superiore senza supplemento di prezzo, o di un pacchetto turistico qualitativamente inferiore previa restituzione della differenza del prezzo, oppure diritto al rimborso, entro 7 giorni lavorativi dal momento del recesso, della somma di danaro già corrisposta)

Il consumatore comunica la propria scelta all'organizzatore o al venditore entro 2 giorni lavorativi.

Dopo la partenza, quando una parte essenziale dei servizi previsti dal contratto non può essere effettuata, l'organizzatore predispone adeguate soluzioni alternative per la prosecuzione del viaggio programmato non comportanti oneri di qualsiasi tipo a carico del consumatore, oppure rimborsa quest'ultimo nei limiti della differenza tra le prestazioni originariamente previste e quelle effettuate, salvo il risarcimento del danno.

Se non è possibile alcuna soluzione alternativa o il consumatore non l'accetta per un giustificato motivo, l'organizzatore gli mette a disposizione un mezzo di trasporto equivalente per il ritorno al luogo di partenza o ad altro luogo convenuto, e gli restituisce la differenza tra il costo delle prestazioni previste e quello delle prestazioni effettuate fino al momento del rientro anticipato.

Dopo la stipula del contratto (ma se il contratto è stipulato nell'imminenza della partenza, contestualmente alla stipula), in ogni caso prima dell'inizio del viaggio l'organizzatore ed il venditore comunicano al consumatore per iscritto le seguenti informazioni: *a)* orari, località di sosta intermedia e coincidenze; *b)* generalità e recapito telefonico di eventuali rappresentanti locali dell'organizzatore o venditore ovvero di uffici locali contattabili dal viaggiatore in caso di difficoltà; *c)* recapito telefonico dell'organizzatore o venditore utilizzabile in caso di difficoltà in assenza di rappresentanti locali; *d)* per i viaggi ed i soggiorni di minorenne all'estero, recapiti telefonici per stabilire un contatto diretto con questi o con il responsabile locale del suo soggiorno; *e)* circa la sottoscrizione facoltativa di un contratto di assicurazione a copertura delle spese sostenute dal consumatore per l'annullamento del contratto o per il rimpatrio in caso di incidente o malattia.

Se il contratto è stipulato nell'imminenza della partenza, le indicazioni di cui poc'anzi devono essere fornite contestualmente alla stipula del contratto.

Qualora l'organizzatore o il venditore si avvalgano di opuscoli, essi devono indicare in modo chiaro e preciso: *a)* la destinazione, il mezzo, il tipo, la categoria di trasporto utilizzato; *b)* la sistemazione in albergo o altro tipo di alloggio, l'ubicazione, la categoria o il livello e le caratteristiche principali, la sua approvazione e classificazione dello Stato ospitante; *c)* i pasti forniti; *d)* l'itinerario; *e)* le informazioni di carattere generale applicabili al cittadino di uno Stato membro dell'Unione europea in materia di passaporto e visto con indicazione dei termini per il rilascio, nonché gli obblighi sanitari e le relative formalità da assolvere per l'effettuazione del viaggio e del soggiorno; *f)* l'importo o la percentuale di prezzo da versare come acconto e le scadenze per il versamento del saldo; *g)* l'indicazione del numero minimo di partecipanti eventualmente necessario per l'effettuazione del viaggio tutto compreso e del termine entro il quale il consumatore deve essere informato dell'annullamento del pacchetto turistico; *h)* i termini, le modalità, il soggetto nei cui riguardi si esercita il diritto di recesso ai sensi degli articoli da 64 a 67, nel caso di contratto negoziato fuori dei locali commerciali o a distanza.

Le informazioni contenute nell'opuscolo vincolano l'organizzatore e il venditore in relazione alle rispettive responsabilità, a meno che le modifiche delle condizioni ivi indicate non siano comunicate per iscritto al consumatore prima della stipula del contratto o vengano concordate dai contraenti, mediante uno specifico accordo scritto, successivamente alla stipulazione.

Il codice prevede anche la possibilità di una cessione del contratto relativo al pacchetto turistico.

Il consumatore, infatti, ove comunichi per iscritto all'organizzatore o al venditore, entro e non oltre quattro giorni lavorativi prima della partenza, di trovarsi nell'impossibilità di usufruire del pacchetto turistico e le generalità del cessionario, può sostituire a sé un terzo, che soddisfi tutte le condizioni per la fruizione del servizio, nei rapporti derivanti dal contratto.

In ogni caso, il cedente ed il cessionario sono solidamente obbligati nei confronti dell'organizzatore o del venditore al pagamento del prezzo e delle spese ulteriori eventualmente derivanti dalla cessione.

Il codice, infine, si occupa di eventuali danni cagionati dalla vendita dei pacchetti turistici.

Anzitutto, fissa il c.d. principio del reclamo, secondo cui ogni mancanza nell'esecuzione del contratto deve essere contestata dal consumatore senza ritardo, affinché l'organizzatore, il suo rappresentante locale o l'accompagnatore vi pongano tempestivamente rimedio.

Il consumatore può altresì sporgere reclamo mediante l'invio di una raccomandata, con avviso di ricevimento, all'organizzatore o al venditore, entro e non oltre dieci giorni lavorativi dalla data del rientro nel luogo di partenza.

In secondo luogo, l'organizzatore e il venditore devono essere coperti dall'assicurazione per la responsabilità civile verso il consumatore per il risarcimento dei danni.

Nell'ambito dei danni da mancato o inesatto adempimento, poi, il codice distingue i danni alla persona, dai danni diversi da quelli alla persona.

Danni da mancato o inesatto adempimento in generale. In caso di mancato o inesatto adempimento delle obbligazioni assunte con la vendita del pacchetto turistico, l'organizzatore e il venditore sono tenuti al risarcimento del danno, secondo le rispettive responsabilità, se non provano che il mancato o inesatto adempimento è stato determinato da impossibilità della prestazione derivante da causa a loro non imputabile.

In altri termini, sono esonerati dalla responsabilità quando la mancata o inesatta esecuzione del contratto è imputabile al consumatore (in tal caso hanno diritto al risarcimento del danno eventualmente patito) è dipesa dal fatto di un terzo a carattere imprevedibile o inevitabile, ovvero da un caso fortuito o di forza maggiore.

L'organizzatore o il venditore, oltre al risarcimento del danno, apprestano con sollecitudine ogni rimedio utile al soccorso del consumatore al fine di consentirgli la prosecuzione del viaggio.

Inoltre, l'organizzatore o il venditore che si avvale di altri prestatori di servizi è comunque tenuto a risarcire il danno sofferto dal consumatore, salvo il diritto di rivalersi nei loro confronti.

Danni alla persona. Il danno derivante alla persona dall'inadempimento o dalla inesatta esecuzione delle prestazioni che formano oggetto del pacchetto turistico è risarcibile nei limiti stabiliti delle

convenzioni internazionali che disciplinano la materia, di cui sono parte l'Italia o l'Unione europea, ed, in particolare, nei limiti previsti dalla convenzione di Varsavia del 1929 sul trasporto aereo internazionale (resa esecutiva con legge 19 maggio 1932, n. 841), dalla convenzione di Berna del 1961 sul trasporto ferroviario (resa esecutiva con legge 2 marzo 1963, n. 806) e dalla convenzione di Bruxelles del 1970 (C.C.V.) (resa esecutiva con legge 27 dicembre 1977, n. 1084) per ogni altra ipotesi di responsabilità dell'organizzatore e del venditore, così come recepite nell'ordinamento ovvero nei limiti stabiliti dalle ulteriori convenzioni, rese esecutive nell'ordinamento italiano, alle quali aderiscono i Paesi dell'Unione europea ovvero la stessa Unione europea.

Il diritto al risarcimento del danno si prescrive in 3 anni dalla data del rientro del viaggiatore, salvo il termine di 18 o 12 mesi per quanto attiene all'inadempimento di prestazioni di trasporto comprese nel pacchetto turistico, per le quali si applica l'articolo 2951 del codice civile.

E' nullo ogni accordo che stabilisca limiti di risarcimento inferiori a quelli sin qui citati.

Danni diversi da quelli alla persona. Le parti contraenti possono convenire in forma scritta - fatta salva in ogni caso l'applicazione degli articoli 1341 del codice civile e degli articoli da 33 a 37 del codice - limitazioni al risarcimento del danno, diverso dal danno alla persona, derivante dall'inadempimento o dall'inesatta esecuzione delle prestazioni che formano oggetto del pacchetto turistico.

La limitazione non può essere, a pena di nullità, comunque inferiore a quanto previsto dall'articolo 13 della convenzione internazionale relativa al contratto di viaggio (C.C.V.), firmata a Bruxelles nel 1970 (resa esecutiva dalla legge 29 dicembre 1977, n. 1084).

In assenza di specifica pattuizione, il risarcimento del danno è ammesso nei limiti previsti dall'articolo 13 della convenzione internazionale relativa al contratto di viaggio (C.C.V.), firmata a Bruxelles nel 1970 (resa esecutiva dalla legge 29 dicembre 1977, n. 1084) e dagli articoli dal 1783 al 1786 del codice civile.

Il diritto al risarcimento del danno si prescrive in 1 anno dal rientro del viaggiatore.

L'organizzatore o il venditore che hanno risarcito il consumatore sono surrogati in tutti i diritti e azioni di quest'ultimo verso i terzi responsabili.

A tal uopo, il consumatore fornisce all'organizzatore o al venditore tutti i documenti, le informazioni e gli elementi in suo possesso utili per l'esercizio del diritto di surroga.

Infine, il codice (art. 100) prevede l'istituzione di un fondo di garanzia:

A) per consentire, in caso di insolvenza o di fallimento del venditore o dell'organizzatore, il rimborso del prezzo versato ed il rimpatrio del consumatore nel caso di viaggi all'estero;

B) per fornire una immediata disponibilità economica in caso di rientro forzato di turisti da paesi extracomunitari, in occasione di emergenze, imputabili o meno al comportamento dell'organizzatore.

14. SICUREZZA DEI PRODOTTI.

Il codice del consumo dedica la sua parte IV alla sicurezza e qualità dei prodotti.

Il fine è quello di garantire ai consumatori che i prodotti immessi sul mercato siano sicuri.

Il prodotto è sicuro quando, in condizioni di uso normali, la sua installazione e la sua manutenzione, non presenti alcun rischio oppure presenti unicamente rischi minimi, compatibili con l'impiego del prodotto e considerati accettabili nell'osservanza di un livello elevato di tutela della salute e della sicurezza delle persone.

Il codice (art. 105) introduce anche una presunzione di sicurezza.

Un prodotto si presume sicuro quando è conforme alla legislazione vigente nello Stato membro in cui il prodotto stesso è commercializzato e con riferimento ai requisiti cui deve rispondere sul piano sanitario e della sicurezza.

Si presume che un prodotto sia sicuro, per quanto concerne i rischi e le categorie di rischi disciplinati dalla normativa nazionale, quando è conforme alle norme nazionali non cogenti che recepiscono le norme europee.

Comunque, la possibilità di raggiungere un livello di sicurezza superiore o di procurarsi altri prodotti che presentano un rischio minore non costituisce un motivo sufficiente per considerare un prodotto come non sicuro o pericoloso.

Il produttore deve immettere sul mercato solo prodotti sicuri.

Sono fatte salve le disposizioni di cui agli artt. 114 e segg. del codice, in materia di responsabilità del produttore per danno da prodotti difettosi e l'art. 112 che introduce anche sanzioni penali a suo carico, in caso di commercializzazione di prodotti pericolosi.

Il produttore deve anche fornire al consumatore tutte le informazioni utili alla valutazione e alla prevenzione dei rischi derivanti dall'uso normale o ragionevolmente prevedibile del prodotto, se non sono immediatamente percettibili senza adeguate avvertenze, e alla prevenzione contro detti rischi.

Il produttore, inoltre, (su base volontaria o su richiesta delle competenti autorità) adotta misure proporzionate in funzione delle caratteristiche del prodotto fornito (per esempio: a) l'indicazione, in base al prodotto o al suo imballaggio, dell'identità e degli estremi del produttore; b) il riferimento al tipo di prodotto o, eventualmente, alla partita di prodotti di cui fa parte, salva l'omissione di tale indicazione nei casi in cui sia giustificata; b) i controlli a campione sui prodotti commercializzati, l'esame dei reclami e, se del caso, la tenuta di un registro degli stessi, nonché l'informazione ai distributori in merito a tale sorveglianza), per consentire al consumatore di essere informato sui rischi connessi al suo uso e per intraprendere le iniziative opportune per evitare tali rischi, compresi il ritiro del prodotto dal mercato, il richiamo e l'informazione appropriata ed efficace dei consumatori.

Il distributore deve agire con diligenza nell'esercizio della sua attività per contribuire a garantire l'immissione sul mercato di prodotti sicuri.

In particolare, egli è tenuto: a) a non fornire prodotti di cui conosce o avrebbe dovuto conoscere la pericolosità in base alle informazioni in suo possesso e nella sua qualità di operatore professionale; b) a partecipare al controllo di sicurezza del prodotto immesso sul mercato, trasmettendo le informazioni concernenti i rischi del prodotto al produttore e alle autorità competenti per le azioni di rispettiva competenza; c) a collaborare alle azioni intraprese di cui alla lettera b), conservando e

fornendo la documentazione idonea a rintracciare l'origine dei prodotti per un periodo di dieci anni dalla data di cessione al consumatore finale.

Qualora i produttori e i distributori sappiano o debbano sapere, sulla base delle informazioni in loro possesso e in quanto operatori professionali, che un prodotto da loro immesso sul mercato o altrimenti fornito al consumatore presenta per il consumatore stesso rischi incompatibili con l'obbligo generale di sicurezza, informano immediatamente le amministrazioni competenti.

Nei limiti delle rispettive attività, produttori e distributori collaborano con le Autorità competenti, ove richiesto dalle medesime, in ordine alle azioni intraprese per evitare i rischi presentati dai prodotti che essi forniscono o hanno fornito.

Le Autorità competenti adottano le misure necessarie per limitare o impedire l'immissione sul mercato o chiedere il ritiro o il richiamo dal mercato del prodotto, se questo si rivela, nonostante la conformità, pericoloso per la salute e la sicurezza del consumatore.

A tal proposito, l'art. 107 del codice stabilisce che i Ministeri delle attività produttive, della salute, del lavoro e delle politiche sociali, dell'interno, dell'economia e delle finanze, delle infrastrutture e trasporti, nonché le altre amministrazioni pubbliche di volta in volta competenti per materia controllano che i prodotti immessi sul mercato siano sicuri.

Detti soggetti possono adottare tra l'altro le misure seguenti: **a) per qualsiasi prodotto:** 1) disporre, adeguate verifiche delle sue caratteristiche di sicurezza fino allo stadio dell'utilizzo o del consumo, anche procedendo ad ispezioni presso gli stabilimenti di produzione e di confezionamento, presso i magazzini di stoccaggio e presso i magazzini di vendita; 2) esigere tutte le informazioni necessarie dalle parti interessate; 3) prelevare campioni di prodotti per sottoporli a prove ed analisi volte ad accertare la sicurezza, redigendone processo verbale di cui deve essere rilasciata copia agli interessati; **b) per qualsiasi prodotto che possa presentare rischi in determinate condizioni:** 1) richiedere l'apposizione sul prodotto di adeguate avvertenze sui rischi che esso può presentare, redatte in italiano, in modo chiaro e facilmente comprensibile; 2) sottoporne l'immissione sul mercato a condizioni preventive, in modo da renderlo sicuro; **c) per qualsiasi prodotto che possa presentare rischi per determinati soggetti:** 1) disporre che tali soggetti siano avvertiti tempestivamente ed in una forma adeguata di tale rischio, anche mediante la pubblicazione di avvisi specifici; **d) per qualsiasi prodotto che può essere pericoloso:** 1) vietare, per il tempo necessario allo svolgimento dei controlli, delle verifiche o degli accertamenti sulla sicurezza del prodotto, di fornirlo, di proporne la fornitura o di esporlo; 2) disporre, entro un termine perentorio, l'adeguamento del prodotto o di un lotto di prodotti già commercializzati agli obblighi di sicurezza previsti dal presente titolo, qualora non vi sia un rischio imminente per la salute e l'incolumità pubblica; **e) per qualsiasi prodotto pericoloso:** 1) vietarne l'immissione sul mercato e adottare le misure necessarie a garantire l'osservanza del divieto; **f) per qualsiasi prodotto pericoloso già immesso sul mercato rispetto al quale l'azione già intrapresa dai produttori e dai distributori sia insoddisfacente o insufficiente:** 1) ordinare o organizzare il suo ritiro effettivo e immediato e l'informazione dei consumatori circa i rischi da esso presentati. I costi relativi sono posti a carico del produttore e, ove ciò non sia in tutto o in parte possibile, a carico del distributore; 2) ordinare o coordinare o, se del caso, organizzare con i produttori e i distributori, il suo richiamo anche dai consumatori e la sua distruzione in condizioni opportune.

Si noti bene che il provvedimento che limita l'immissione sul mercato di un prodotto o ne dispone il ritiro o il richiamo, deve essere adeguatamente motivato, con l'indicazione dei termini e delle Autorità competenti cui è possibile ricorrere e deve essere notificato entro sette giorni dall'adozione.

Fatti salvi i casi di grave o immediato pericolo per la salute o per la pubblica o privata incolumità, prima dell'adozione delle misure di sopra, agli interessati deve essere consentito di partecipare alla fase del procedimento amministrativo e di presenziare agli accertamenti riguardanti i propri prodotti, in base agli articoli 7 e seguenti della legge 7 agosto 1990, n. 241.

In particolare, gli interessati possono presentare all'Autorità competente osservazioni scritte e documenti, anche in seguito all'emanazione del provvedimento ed anche quando, a causa dell'urgenza della misura da adottare, non hanno potuto partecipare al procedimento.

Ai sensi dell'art. 110 del codice, il Ministero delle attività produttive notifica alla Commissione europea, precisando le ragioni che li hanno motivati, i provvedimenti di cui sopra (salvo che il provvedimento adottato riguarda un rischio che si ritiene limitato al territorio nazionale ed il Ministero delle attività produttive non ritenga che il provvedimento contenga informazioni suscettibili di presentare un interesse, quanto alla sicurezza dei prodotti, per gli altri Stati membri).

Il Ministero delle attività produttive comunica all'amministrazione competente le decisioni eventualmente adottate dalla Commissione europea relativamente a prodotti che presentano un rischio grave per la salute e la sicurezza dei consumatori in diversi Stati membri e che quindi necessitano, entro un termine di venti giorni, dell'adozione di provvedimenti idonei.

Le Autorità competenti assicurano alle parti interessate la possibilità di esprimere entro un mese dall'adozione della decisione della Commissione europea, pareri ed osservazioni per il successivo inoltro alla Commissione stessa.

Si noti bene che i costi relativi all'adozione di tutte le misure sopra citate sono posti a carico dei produttori e dei distributori.

Si rammenti che le misure di cui sopra possono riguardare, rispettivamente: *a)* il produttore; *b)* il distributore, e, in particolare, il responsabile della prima immissione in commercio; *c)* qualsiasi altro detentore del prodotto, qualora ciò sia necessario al fine di collaborare alle azioni intraprese per evitare i rischi derivanti dal prodotto stesso.

I Ministeri delle attività produttive, della salute, del lavoro e delle politiche sociali, dell'interno, dell'economia e delle finanze, delle infrastrutture e trasporti, nonché le altre amministrazioni pubbliche di volta in volta competenti per materia assicurano, altresì, la gestione dei reclami presentati dai consumatori e dagli altri interessati con riguardo alla sicurezza dei prodotti e alle attività di controllo e sorveglianza.

15. RESPONSABILITA' PER DANNO DA PRODOTTI DIFETTOSI.

Fatta salva altra normativa ed esclusi i prodotti messi in circolazione prima del 30 Luglio 1988, in base all'art. 114 del codice il produttore è ritenuto responsabile del danno cagionato da difetti del suo prodotto.

Se più produttori sono responsabili del medesimo danno, tutti sono obbligati in solido al risarcimento (e colui che ha risarcito il danno ha regresso contro gli altri nella misura determinata dalle dimensioni del rischio riferibile a ciascuno, dalla gravità delle eventuali colpe e dalla entità delle conseguenze che ne sono derivate. Nel dubbio la ripartizione avviene in parti uguali).

E' nullo qualsiasi patto che escluda o limiti preventivamente, nei confronti del danneggiato, la responsabilità prevista dal codice.

E' risarcibile in base alle disposizioni del presente titolo: *a)* il danno cagionato dalla morte o da lesioni personali; *b)* la distruzione o il deterioramento di una cosa diversa dal prodotto difettoso, purché di tipo normalmente destinato all'uso o consumo privato e così principalmente utilizzata dal danneggiato.

Il danno a cose è risarcibile solo nella misura che ecceda la somma di euro trecentottantasette.

Un prodotto è difettoso quando non offre la sicurezza che ci si può legittimamente attendere tenuto conto di tutte le circostanze, tra cui: *a)* il modo in cui il prodotto è stato messo in circolazione, la sua presentazione, le sue caratteristiche palesi, le istruzioni e le avvertenze fornite; *b)* l'uso al quale il prodotto può essere ragionevolmente destinato e i comportamenti che, in relazione ad esso, si possono ragionevolmente prevedere; *c)* il tempo in cui il prodotto è stato messo in circolazione.

Un prodotto, comunque, è difettoso se non offre la sicurezza offerta normalmente dagli altri esemplari della medesima serie.

In ogni caso, un prodotto non può essere considerato difettoso per il solo fatto che un prodotto più perfezionato sia stato in qualunque tempo messo in commercio.

La responsabilità del produttore è esclusa: *a)* se il produttore non ha messo il prodotto in circolazione; *b)* se il difetto che ha cagionato il danno non esisteva quando il produttore ha messo il prodotto in circolazione; *c)* se il produttore non ha fabbricato il prodotto per la vendita o per qualsiasi altra forma di distribuzione a titolo oneroso né lo ha fabbricato o distribuito nell'esercizio della sua attività professionale; *d)* se il difetto è dovuto alla conformità del prodotto a una norma giuridica imperativa o a un provvedimento vincolante; *e)* se lo stato delle conoscenze scientifiche e tecniche, al momento in cui il produttore ha messo in circolazione il prodotto, non permetteva ancora di considerare il prodotto come difettoso; *f)* nel caso del produttore o fornitore di una parte componente o di una materia prima, se il difetto è interamente dovuto alla concezione del prodotto in cui è stata incorporata la parte o materia prima o alla conformità di questa alle istruzioni date dal produttore che la ha utilizzata.

Quando il produttore non sia individuato, è sottoposto alla stessa responsabilità il fornitore che abbia distribuito il prodotto nell'esercizio di un'attività commerciale, se ha omesso di comunicare al danneggiato, entro il termine di tre mesi dalla richiesta, l'identità e il domicilio del produttore o della persona che gli ha fornito il prodotto.

La richiesta dell'utente è necessaria e deve essere fatta con le modalità di cui all'art. 116.

Se la notificazione dell'atto introduttivo del giudizio non è stata preceduta dalla richiesta, il convenuto può effettuare la comunicazione entro i tre mesi successivi.

In ogni caso, su istanza del fornitore presentata alla prima udienza del giudizio di primo grado, il giudice, se le circostanze lo giustificano, può fissare un ulteriore termine non superiore a tre mesi per la comunicazione.

Il terzo indicato come produttore o precedente fornitore può essere chiamato nel processo a norma dell'articolo 106 del codice di procedura civile e il fornitore convenuto può essere estromesso, se la persona indicata compare e non contesta l'indicazione.

Se la notificazione dell'atto introduttivo del giudizio non è stata preceduta dalla richiesta dell'utente ed il terzo indicato come produttore o precedente fornitore viene chiamato nel processo a norma

dell'articolo 106 del codice di procedura civile, con estromissione del convenuto per mancata contestazione della chiamata in giudizio, questi può chiedere la condanna dell'attore al rimborso delle spese cagionategli dalla chiamata in giudizio.

Il danneggiato deve provare in giudizio il difetto, il danno, e la connessione causale tra difetto e danno.

Il produttore, invece, deve provare i fatti che possono escludere la sua responsabilità.

Ai fini dell'esclusione da responsabilità è sufficiente dimostrare che, tenuto conto delle circostanze, è probabile che il difetto non esistesse ancora nel momento in cui il prodotto è stato messo in circolazione.

Se è verosimile che il danno sia stato causato da un difetto del prodotto, il giudice può ordinare che le spese della consulenza tecnica siano anticipate dal produttore.

Il risarcimento non è dovuto quando il danneggiato sia stato consapevole del difetto del prodotto e del pericolo che ne derivava e nondimeno vi si sia volontariamente esposto.

Nelle ipotesi di concorso del fatto colposo del danneggiato il risarcimento si valuta secondo le disposizioni dell'articolo 1227 del codice civile.

Il diritto al risarcimento si prescrive in tre anni dal giorno in cui il danneggiato ha avuto o avrebbe dovuto avere conoscenza del danno, del difetto e dell'identità del responsabile.

Nel caso di aggravamento del danno, la prescrizione non comincia a decorrere prima del giorno in cui il danneggiato ha avuto o avrebbe dovuto avere conoscenza di un danno di gravità sufficiente a giustificare l'esercizio di un'azione giudiziaria.

Il diritto al risarcimento si estingue anche alla scadenza di dieci anni dal giorno in cui il produttore ha messo in circolazione il prodotto che ha cagionato il danno.

La decadenza è impedita solo dalla domanda giudiziale.

16. LA GARANZIA DI CONFORMITÀ

Il codice si occupa anche della vendita di beni di consumo usati e dei loro difetti, tenuto conto del tempo del pregresso utilizzo, limitatamente ai difetti non derivanti dall'uso normale della cosa.

Esso distingue la garanzia di conformità legale dalla garanzia di conformità legale.

Garanzia di conformità legale.

Il venditore ha l'obbligo di consegnare al consumatore beni usati conformi al contratto di vendita.

Si presume che i beni di consumo usati siano conformi al contratto se coesistono le seguenti circostanze: *a)* sono idonei all'uso al quale servono abitualmente beni dello stesso tipo; *b)* sono conformi alla descrizione fatta dal venditore e possiedono le qualità del bene che il venditore ha presentato al consumatore come campione o modello; *c)* presentano la qualità e le prestazioni abituali di un bene dello stesso tipo, che il consumatore può ragionevolmente aspettarsi, tenuto conto della natura del bene e, se del caso, delle dichiarazioni pubbliche sulle caratteristiche

specifiche dei beni fatte al riguardo dal venditore o dal produttore, in particolare nella pubblicità o sull'etichettatura (tuttavia, il venditore non è vincolato dalle suddette dichiarazioni pubbliche, quando, in via anche alternativa, dimostra che: 1) non era a conoscenza della dichiarazione e non poteva conoscerla con l'ordinaria diligenza; 2) la dichiarazione è stata adeguatamente corretta entro il momento della conclusione del contratto in modo da essere conoscibile al consumatore; 3) la decisione di acquistare il bene di consumo non è stata influenzata dalla dichiarazione); *d*) sono, altresì, idonei all'uso particolare voluto dal consumatore e che sia stato da questi portato a conoscenza del venditore al momento della conclusione del contratto e che il venditore abbia accettato anche per fatti concludenti.

Per converso, salvo prova contraria, si presume che i difetti di conformità che si manifestano entro sei mesi dalla consegna del bene esistessero già a tale data, a meno che tale ipotesi sia incompatibile con la natura del bene o con la natura del difetto di conformità.

Non vi è difetto di conformità se, al momento della conclusione del contratto, il consumatore era a conoscenza del difetto non poteva ignorarlo con l'ordinaria diligenza o se il difetto di conformità deriva da istruzioni o materiali forniti dal consumatore.

Il venditore è ritenuto responsabile nei confronti del consumatore per qualsiasi difetto di conformità esistente al momento della consegna del bene, salvo il regresso nei confronti del soggetto o dei soggetti responsabili facenti parte della suddetta catena distributiva.

Il venditore è responsabile quando il difetto di conformità si manifesta entro il termine di due anni dalla consegna del bene e vi è la denuncia (salvo riconoscimento del venditore o suo occultamento del difetto) al venditore del difetto di conformità entro il termine di due mesi dalla data in cui è stato scoperto il difetto.

Se si tratta di difetti non dolosamente occultati dal venditore, la relativa azione si prescrive nel termine di ventisei mesi dalla consegna del bene.

In caso di difetto di conformità - salvo altro rimedio proposto dal venditore, comunque non vincolante - il consumatore ha diritto al ripristino - senza spese, entro congruo termine e senza notevoli inconvenienti - della conformità del bene mediante riparazione o sostituzione ovvero ad una riduzione adeguata del prezzo o alla risoluzione del contratto.

In particolare, il consumatore può richiedere, a sua scelta, una congrua riduzione del prezzo o la risoluzione del contratto ove ricorra una delle seguenti situazioni: *a*) la riparazione e la sostituzione sono impossibili o eccessivamente onerose; *b*) il venditore non ha provveduto alla riparazione o alla sostituzione del bene entro il termine congruo di cui al comma 6; *c*) la sostituzione o la riparazione precedentemente effettuata ha arrecato notevoli inconvenienti al consumatore.

Un difetto di conformità di lieve entità per il quale non è stato possibile o è eccessivamente oneroso esperire i rimedi della riparazione o della sostituzione, non dà diritto alla risoluzione del contratto.

Nel determinare l'importo della riduzione o la somma da restituire si tiene conto dell'uso del bene.

Garanzia di conformità convenzionale.

La garanzia convenzionale vincola chi la offre secondo le modalità indicate nella dichiarazione di garanzia medesima o nella relativa pubblicità.

La garanzia deve, a cura di chi la offre, almeno indicare: *a)* la specificazione che il consumatore e' titolare dei diritti previsti dal presente paragrafo e che la garanzia medesima lascia impregiudicati tali diritti; *b)* in modo chiaro e comprensibile l'oggetto della garanzia e gli elementi essenziali necessari per farla valere, compresi la durata e l'estensione territoriale della garanzia, nonche' il nome o la ditta e il domicilio o la sede di chi la offre.

A richiesta del consumatore, la garanzia deve essere disponibile per iscritto o su altro supporto duraturo a lui accessibile.

E' nullo ogni patto volto ad escludere o limitare, anche in modo indiretto, i diritti riconosciuti dal presente paragrafo al consumatore.

E' nulla ogni clausola contrattuale che, prevedendo l'applicabilità al contratto di una legislazione di un Paese extracomunitario, abbia l'effetto di privare il consumatore della protezione assicurata dal presente paragrafo, laddove il contratto presenti uno stretto collegamento con il territorio di uno Stato membro dell'Unione europea.

Nel caso di beni usati, le parti possono limitare la durata della responsabilità per difetto di conformità, di cui all'articolo 1519-*sexies*, I comma, c.c. ad un periodo di tempo in ogni caso non inferiore ad un anno.

Le disposizioni del presente capo non escludono ne' limitano i diritti che sono attribuiti al consumatore da altre norme dell'ordinamento giuridico.

Per quanto non previsto dal presente titolo, si applicano le disposizioni del codice civile in tema di contratto di vendita.

17. ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI A LIVELLO NAZIONALE.

Il codice del consumo istituisce il c.d. consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti presso il Ministero delle attività produttive.

E' compito del Consiglio: *a)* esprimere pareri, ove richiesto, sugli schemi di atti normativi che riguardino i diritti e gli interessi dei consumatori e degli utenti; *b)* formulare proposte in materia di tutela dei consumatori e degli utenti, anche in riferimento ai programmi e alle politiche comunitarie; *c)* promuovere studi, ricerche e conferenze sui problemi del consumo e sui diritti dei consumatori e degli utenti, ed il controllo della qualità e della sicurezza dei prodotti e dei servizi; *d)* elaborare programmi per la diffusione delle informazioni presso i consumatori e gli utenti; *e)* favorire iniziative volte a promuovere il potenziamento dell'accesso dei consumatori e degli utenti ai mezzi di giustizia previsti per la soluzione delle controversie; *f)* favorire ogni forma di raccordo e coordinamento tra le politiche nazionali e regionali in materia di tutela dei consumatori e degli utenti, assumendo anche iniziative dirette a promuovere la più ampia rappresentanza degli interessi dei consumatori e degli utenti nell'ambito delle autonomie locali; *g)* stabilire rapporti con organismi pubblici o privati di altri Paesi e dell'Unione europea; *h)* segnalare alla Presidenza del Consiglio dei Ministri eventuali difficoltà, impedimenti od ostacoli, relativi all'attuazione delle disposizioni in materia di semplificazione procedimentale e documentale nelle pubbliche amministrazioni.

Le segnalazioni sono verificate dal predetto Dipartimento anche mediante l'Ispettorato della funzione pubblica e l'Ufficio per l'attività normativa e amministrativa di semplificazione delle norme e delle procedure.

Altresì, presso il Ministero delle attività produttive e' istituito l'elenco delle altre associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale.

L'iscrizione nell'elenco e' subordinata al possesso, da comprovare con la presentazione di documentazione conforme alle prescrizioni e alle procedure stabilite con decreto del Ministro delle attività produttive, dei requisiti di cui all'art. 137.

Il Ministero delle attività produttive provvede annualmente all'aggiornamento dell'elenco.

18. LE AZIONI INIBITORIE E L'ACCESSO ALLA GIUSTIZIA.

In base all'art. 139 del codice le associazioni dei consumatori e degli utenti inserite nell'elenco di cui al paragrafo che precede sono legittimate ad agire a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti.

Le disposizioni di cui al predetto articolo del codice comunque non precludono il diritto ad azioni individuali dei consumatori che siano danneggiati dalle medesime violazioni.

Le dette associazioni sono legittimate ad agire nelle ipotesi di violazione degli interessi collettivi dei consumatori contemplati nelle materie disciplinate dal codice del consumo, nonché dalle seguenti disposizioni legislative:

- legge 6 agosto 1990, n. 223 (disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato);
- legge 30 aprile 1998, n. 122 (differimento di termini previsti dalla L. 31 Luglio 197, n. 249, relativi all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nonché norme in materia di programmazione e di interruzioni pubblicitarie televisive);
- decreto legislativo 30 dicembre 1992, n. 541, come modificato dal decreto legislativo 18 febbraio 1997, n. 44 (attuazione della direttiva 92/28/CEE concernente la pubblicità dei medicinali per uso umano);
- legge 14 ottobre 1999, n. 362 (disposizioni urgenti in materia sanitaria).

Stesso potere viene riconosciuto dal codice agli organismi pubblici indipendenti nazionali ed alle organizzazioni riconosciute in altro Stato dell'Unione Europea ed inseriti nell'elenco degli enti legittimati pubblicato nella Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee.

Tutti i soggetti sin qui indicati sono legittimati ad agire a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti, richiedendo al tribunale competente: *a)* di inibire gli atti e i comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori e degli utenti; *b)* di adottare le misure idonee a correggere o eliminare gli effetti dannosi delle violazioni accertate; *c)* di ordinare 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.

Con il provvedimento che definisce il giudizio il giudice fissa un termine per l'adempimento degli obblighi stabiliti e dispone, in caso di inadempimento, il pagamento di una somma di denaro da 516 euro a 1.032 euro, per ogni inadempimento ovvero giorno di ritardo rapportati alla gravità del fatto.

Nei casi in cui ricorrano giusti motivi di urgenza, l'azione inibitoria si svolge a norma degli articoli da 669-*bis* a 669-*quaterdecies* del codice di procedura civile.

I soggetti qui sopra indicati possono anche attivare, prima del ricorso al giudice competente, la procedura di conciliazione dinanzi alla camera di commercio competente per territorio, *ex art. 2, comma 4, lettera a)*, della legge 29 dicembre 1993, n. 580, nonché innanzi agli altri organismi di composizione extragiudiziale per la composizione delle controversie in materia di consumo a norma dell'articolo 141 del codice.

La procedura viene, in ogni caso, definita entro sessanta giorni.

L'eventuale processo verbale di conciliazione, sottoscritto dalle parti e dal rappresentante dell'organismo di composizione extragiudiziale adito, è depositato per l'omologazione nella cancelleria del tribunale del luogo nel quale si è svolto il procedimento di conciliazione.

Il tribunale, in composizione monocratica, accertata la regolarità formale del processo verbale, lo dichiara esecutivo con decreto.

Il verbale di conciliazione omologato costituisce titolo esecutivo.

In caso di inadempimento degli obblighi risultanti dal verbale di conciliazione, le parti possono adire il tribunale con procedimento in camera di consiglio, affinché, accertato l'inadempimento, disponga il pagamento delle somme di denaro ivi previste.

In ogni caso, l'azione giudiziale può essere proposta solo dopo che siano decorsi quindici giorni dalla data in cui le associazioni abbiano richiesto al soggetto da esse ritenuto responsabile, a mezzo lettera raccomandata con avviso di ricevimento, la cessazione del comportamento lesivo degli interessi dei consumatori e degli utenti.

Il soggetto al quale viene chiesta la cessazione del comportamento lesivo o che sia stato chiamato in giudizio, può attivare la procedura di conciliazione di cui sopra, senza alcun pregiudizio per l'azione giudiziale da avviarsi o già avviata.

La favorevole conclusione, anche nella fase esecutiva, del procedimento di conciliazione viene valutata ai fini della cessazione della materia del contendere.

Si rammenti che, in base all'art. 141 del codice, nei rapporti tra consumatore e professionista, le parti possono avviare procedure di composizione extragiudiziale per la risoluzione delle controversie in materia di consumo tramite organi di composizione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo, dei quali esiste un apposito elenco.

In ogni caso, si considerano organi di composizione extragiudiziale delle controversie le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura.

Il consumatore non può essere privato in nessun caso del diritto di adire il giudice competente, qualunque sia l'esito della procedura di composizione extragiudiziale.

