

Circolare n. 46 IDR/cc  
13 giugno 2014

**NOVITÀ CODICE DEL  
CONSUMO: NUOVA  
DISCIPLINA DEI  
DIRITTI DEI  
CONSUMATORI NEI  
CONTRATTI.**

**ENTRATA IN VIGORE  
13 GIUGNO 2014**

**(D.LGS. 21 FEBBRAIO  
2014, N. 21).**

modulo di  
recesso

Oggi, 13 giugno 2014, sono entrate in vigore importanti modifiche al Codice del Consumo (d.lgs 206/2005), attinenti novità in tema di *diritti dei Consumatori nei contratti*; come si evincerà dall'estesa trattazione che segue, siamo innanzi ad una significativa ed articolata nuova disciplina applicabile a tutti i contratti, **tra imprese e consumatori (c.d. B2C)**, conclusi dal 14 giugno c.a..

Le modifiche di cui sopra sono state previste con decreto legislativo del 21 febbraio 2014, il quale recepisce e ricalca quasi pedissequamente, nel nostro Paese, la direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, di cui abbiamo dato ampia informativa con nostra precedente circolare n. 13 del 10 aprile 2012.

Tali novità vertono sulla sostituzione del Capo I, Titolo III, Parte III, del vecchio testo del Codice del Consumo, ora rubricato «*Dei diritti dei consumatori nei contratti*» (con modifica degli articoli da 45 a 67) e così facendo è stata fortemente riformata, in particolare, la disciplina dei contratti conclusi fuori dei locali commerciali e a distanza, soprattutto con riguardo ai profili relativi alle informazioni pre-contrattuali ed al diritto di recesso.

Vengono inoltre previste maggiori informazioni precontrattuali anche per le altre tipologie di contratti, diversi da quelli fuori dei locali commerciali e a distanza, nonché una nuova disciplina dei termini per la consegna e per il passaggio del rischio e dei costi a carico del consumatore.

Al riguardo, infine, è importante segnalare che l'attesa di ulteriori pronunciamenti da parte delle Istituzioni europee (la Commissione sta lavorando alla predisposizione di linee guida per l'applicazione uniforme della direttiva) e delle competenti Autorità nazionali (in particolare, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato) che si auspica possano chiarire alcuni aspetti di difficile attuazione della disciplina in esame, al fine di assicurarne una corretta applicazione da parte degli operatori economici nel rispetto del principio di proporzionalità degli oneri a carico di questi ultimi.

Di seguito, si propone – comunque senza alcuna pretesa di esaustività – una disamina della disciplina normativa in esame, ivi compresi aspetti già consolidati nel tempo, anche al fine di chiarire alcuni dei dubbi più frequenti che ricorrono nei quesiti provenienti dal sistema.

#### **AMBITO D'APPLICAZIONE: casistiche escluse.**

Ai sensi del riformulato art. 46 Codice del consumo, le nuove disposizioni si applicano a qualsiasi contratto concluso tra un professionista e un consumatore avente ad oggetto qualsiasi bene mobile materiale ad **esclusione** dei beni oggetto di vendita forzata o comunque venduti secondo altre modalità dalle autorità giudiziarie, **inclusi** i contratti per la fornitura di acqua, gas, elettricità o teleriscaldamento, anche da parte di prestatori pubblici, nella misura in cui detti prodotti di base sono forniti su base contrattuale.

Inoltre, secondo il nuovo art. 47 sono espressamente **esclusi** dall'applicazione della normativa in esame i contratti che hanno ad oggetto:

a) servizi sociali;b) assistenza sanitaria;c) lotterie e giochi d'azzardo;

d) servizi finanziari;e) beni immobili;f) la costruzione di nuovi edifici, trasformazione sostanziale di edifici esistenti, locazione di alloggi, a scopo residenziale;g) i viaggi, le vacanze ed i circuiti "tutto compreso";h) multiproprietà e affini;i) stipulati con l'intervento di un pubblico ufficiale;l) di fornitura di alimenti, bevande o altri beni destinati al consumo corrente nella famiglia e fisicamente forniti da un professionista in giri frequenti e regolari al domicilio, alla residenza o al posto di lavoro del consumatore;m) servizi di trasporto passeggeri;n) conclusi tramite distributori automatici o locali commerciali automatizzati;o) conclusi con operatori delle telecomunicazioni impiegando telefoni pubblici a pagamento per il loro utilizzo o conclusi per l'utilizzo di un solo collegamento tramite telefono, Internet o fax, stabilito dal consumatore.

In particolare, si evidenzia che, a differenza di quanto previsto dall'art. 51, lett. e), del testo precedente alla riforma in esame, che escludeva dall'applicazione della disciplina dei contratti fuori dai locali commerciali e a distanza anche i **contratti conclusi in occasione di una vendita all'asta**, nell'attuale elenco delle esclusioni tale fattispecie è venuta meno, con la conseguenza che anche a tali contratti si applicherà, naturalmente a condizione che ne sussistano i presupposti, la disciplina in oggetto.

Viene, inoltre, innalzata ad **€ 50** euro la soglia del corrispettivo dovuto dal consumatore (attualmente corrisponde ad € 26) al di sotto della quale è ulteriormente esclusa l'applicazione della presente disciplina. Tuttavia, al fine di evitare che tale soglia venga strumentalmente utilizzata con finalità elusive, attraverso il ricorso a pagamenti frazionati a carico del consumatore, l'esclusione non opera in caso di più contratti stipulati contestualmente tra le medesime parti, qualora l'entità del corrispettivo globale che il consumatore deve pagare, indipendentemente dall'importo dei singoli contratti, superi l'importo di 50 euro.

**DEFINIZIONI: cosa si intende per contratto a distanza e per contratto negoziato fuori dei locali commerciali.**

Ai sensi del nuovo art. 45 Codice del consumo viene definito **contratto a distanza** "qualsiasi contratto concluso tra il professionista e il consumatore nel quadro di un regime organizzato di vendita o di prestazione di servizi **a distanza senza la presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, mediante l'uso esclusivo di uno o più mezzi di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso**".

Per **contratto negoziato fuori dei locali commerciali** si intende, invece, diversamente che in passato, "qualsiasi contratto tra il professionista e il consumatore:

1) concluso alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, in un **luogo diverso dai locali** del professionista;

2) per cui è stata fatta un'offerta da parte del consumatore, nelle stesse circostanze di cui al numero 1;

3) concluso nei locali del professionista o mediante qualsiasi mezzo di

comunicazione a distanza **immediatamente dopo che il consumatore è stato avvicinato personalmente e singolarmente in un luogo diverso dai locali** del professionista, alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore; oppure;

4) **concluso durante un viaggio promozionale** organizzato dal professionista e avente lo scopo o l'effetto di promuovere e vendere beni o servizi al consumatore;"

Una novità è invece rappresentata dalla definizione di **locali commerciali** intesi come:

"1) qualsiasi locale **immobile** adibito alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la sua attività su base permanente; oppure;

2) qualsiasi locale **mobile** adibito alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la propria attività a carattere abituale".

A tal proposito, il considerando 23 della direttiva fornisce un ulteriore chiarimento specificando che "I locali commerciali dovrebbero includere qualsiasi forma di locale (ad esempio negozi, chioschi o camion) che serva da luogo permanente o abituale di commercio per il professionista. I chioschi di vendita al mercato o in una fiera dovrebbero essere considerati locali commerciali se soddisfano tale condizione. I locali adibiti alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la sua attività a carattere stagionale, per esempio durante la stagione turistica in una località sciistica o balneare, dovrebbero essere considerati locali commerciali in quanto il professionista svolge la sua attività in tali locali in modo abituale."Parimenti, sono considerati locali commerciali anche quelli "di una persona che agisce in nome o per conto del professionista".

---

## A) CONTRATTI A DISTANZA E NEGOZIATI FUORI DAI LOCALI COMMERCIALI

### INFORMATIVA PRECONTRATTUALE

Come anticipato in premessa, la disciplina dell'informativa precontrattuale nei contratti **a distanza e fuori dai locali commerciali**, viene oggi uniformata prevedendo una serie di obblighi specifici e puntuali a carico del venditore che opera con queste modalità, (al riguardo, si evidenzia che tali obblighi informativi non sostituiscono quelli eventualmente previsti da altre specifiche discipline di settore).

Nel merito, il nuovo art. 49 Codice del consumo dispone che, prima che il consumatore sia vincolato da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali o da una corrispondente offerta, il professionista è obbligato a fornire in maniera chiara e comprensibile le seguenti informazioni (il cui onere probatorio è a carico del medesimo professionista) che formano parte integrante del contratto a distanza o del contratto negoziato fuori dei locali commerciali e non possono essere modificate se non con accordo espresso delle parti:

"a) le **caratteristiche principali** dei beni o servizi, nella misura adeguata al

supporto e ai beni o servizi;

b) **l'identità** del professionista;

c) **l'indirizzo geografico** dove il **professionista è stabilito** e il suo numero di telefono, di fax e l'indirizzo elettronico, ove disponibili, per consentire al consumatore di contattare rapidamente il professionista e comunicare efficacemente con lui e, se applicabili, l'indirizzo geografico e l'identità del professionista per conto del quale agisce;

d) **se diverso** dall'indirizzo fornito in conformità della lettera c), **l'indirizzo geografico** della **sede** del professionista a **cui il consumatore può indirizzare** eventuali reclami e, se applicabile, quello del professionista per conto del quale agisce;

e) il **prezzo totale** dei beni o dei servizi **comprensivo delle imposte** o, se la natura dei beni o servizi comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo e, se del caso, **tutte le spese aggiuntive** di spedizione, consegna o postali e **ogni altro costo** oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore; nel caso di un contratto a tempo indeterminato o di un contratto comprendente un abbonamento, il prezzo totale include i costi totali per periodo di fatturazione; quando tali contratti prevedono l'addebitamento di una tariffa fissa, il prezzo totale equivale anche ai costi mensili totali; se i costi totali non possono essere ragionevolmente calcolati in anticipo, devono essere fornite le modalità di calcolo del prezzo;

f) il **costo dell'utilizzo del mezzo di comunicazione a distanza per la conclusione** del contratto quando tale costo è calcolato su una base diversa dalla tariffa di base;

g) le **modalità di pagamento, consegna ed esecuzione**, la data entro la quale il professionista si impegna a consegnare i beni o a prestare i servizi e, se del caso, il trattamento dei reclami da parte del professionista;

h) in caso di sussistenza di un **diritto di recesso, le condizioni, i termini e le procedure** per esercitare tale diritto conformemente all'articolo 54, comma 1, nonché il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B;

i) se applicabile, l'informazione che il consumatore dovrà sostenere il costo della restituzione dei beni in caso di recesso e in caso di contratti a distanza qualora i beni per loro natura non possano essere normalmente restituiti a mezzo posta;

l) che, se il consumatore esercita il diritto di recesso dopo aver presentato una richiesta ai sensi dell'articolo 50, comma 3, o dell'articolo 51, comma 8, egli è responsabile del pagamento al professionista di costi ragionevoli, ai sensi dell'articolo 57, comma 3;

m) se non è previsto un diritto di recesso ai sensi dell'articolo 59, l'informazione che il consumatore non beneficerà di un diritto di recesso o, se del caso, le circostanze in cui il consumatore perde il diritto di recesso;

n) un **promemoria dell'esistenza della garanzia legale** di conformità per i

beni;

*o) se applicabili, l'esistenza e le condizioni dell'assistenza postvendita al consumatore, dei servizi postvendita e delle **garanzie commerciali**;*

*p) l'esistenza di codici di condotta pertinenti, come definiti all'articolo 18, comma 1, lettera f), del presente Codice, e come possa esserne ottenuta copia, se del caso;*

*q) la durata del contratto, se applicabile, o, se il contratto è a tempo indeterminato o è un contratto a rinnovo automatico, le condizioni per recedere dal contratto;*

*r) se applicabile, la durata minima degli obblighi del consumatore a norma del contratto;*

*s) se applicabili, l'esistenza e le condizioni di depositi o altre garanzie finanziarie che il consumatore è tenuto a pagare o fornire su richiesta del professionista;*

*t) se applicabile, la funzionalità del contenuto digitale, comprese le misure applicabili di protezione tecnica;*

*u) qualsiasi interoperabilità pertinente del contenuto digitale con l'hardware e il software, di cui il professionista sia a conoscenza o di cui ci si può ragionevolmente attendere che sia venuto a conoscenza, se applicabile;*

*v) se applicabile, la possibilità di servirsi di un meccanismo extra-giudiziale di reclamo e ricorso cui il professionista è soggetto e le condizioni per avervi accesso."*

Significative risultano inoltre le prescrizioni di cui alle lettere e) ed i), ai sensi delle quali i venditori dovranno indicare in modo chiaro e comprensibile il **costo totale del prodotto o servizio** offerto, comprensivo di qualsiasi extra, ed i consumatori non saranno tenuti a pagare costi aggiuntivi se non sono stati espressamente informati dei costi stessi prima di inviare l'ordine. Le richiamate disposizioni prevedono infatti che se il venditore intende addebitare al consumatore **spese aggiuntive o altri costi** ovvero i **costi della restituzione del bene** conseguente all'esercizio del diritto di recesso, deve informarlo sull'esistenza dei costi stessi indicando il costo massimo. In mancanza di tali informazioni, i medesimi costi e le spese ivi previsti saranno a carico del venditore.

Riguardo alle fattispecie di cui alle lettere t) ed u), nelle definizioni viene chiarito che per contenuto digitale si intendono "*i dati prodotti e forniti in formato digitale*" che il considerando 19 della direttiva specifica trattarsi di programmi informatici, applicazioni, giochi, musica, video o testi, indipendentemente dal fatto che l'accesso a tali dati avvenga tramite download, streaming, supporto materiale o tramite qualsiasi altro mezzo. Il venditore è pertanto tenuto ad informare il consumatore su eventuali limiti o restrizioni del contenuto digitale nonché sulla sua compatibilità con il software (ad es. sistema operativo) o con l'hardware necessari per il corretto funzionamento.

Molto importanti sono, infine, le prescrizioni **in materia di recesso (di**

**seguito illustrate più approfonditamente**), in particolare l'obbligo di informare il consumatore della sussistenza di tale diritto, delle condizioni, termini e procedure per l'esercizio del medesimo nonché, se non è previsto un diritto di recesso, l'obbligo di informare il consumatore di tale circostanza o, se del caso, delle circostanze in cui il consumatore perde il diritto di recesso

Riguardo al diritto di recesso, una delle principali novità della nuova disciplina è rappresentata dalla predisposizione di un **modello standard (valido per tutti i Paesi europei)**, allegato al decreto, di cui dovrà essere informato il consumatore affinché possa servirsene per esercitare il diritto di recesso (pur rimanendo valida qualsiasi altra forma di manifestazione della volontà di recedere).

Si ricorda fin da ora che l'adempimento da parte del venditore degli obblighi informativi relativi al recesso è molto importante in quanto, come si avrà modo di illustrare successivamente, in caso di inadempimento il termine per l'esercizio di tale diritto da parte del consumatore viene prorogato di un anno.

### **BREVE CENNO AI REQUISITI FORMALI PER I CONTRATTI A DISTANZA E FUORI DAI LOCALI COMMERCIALI**

Si informa, principalmente che, ai sensi del nuovo art. 50 Codice del consumo, che disciplina i requisiti formali dei contratti negoziati **fuori dei locali commerciali** il venditore è tenuto a fornire al consumatore le informazioni precontrattuali illustrate in precedenza (la norma specifica ulteriormente che devono essere leggibili e presentate in un linguaggio semplice e comprensibile) su un **supporto cartaceo** o in alternativa, a condizione che vi sia un accordo in tal senso con il consumatore, su un altro **mezzo durevole**.

Sarà pertanto possibile fornire le informative precontrattuali attraverso documenti cartacei o, qualora il consumatore presti il proprio consenso, anche attraverso e-mail, sms, chiavi USB, CD-ROM, DVD, memory card, hard-disk, etc.

Oltre a quanto sopra, vi sono poi ulteriori adempimenti per i quali – per dovere di celerità e scorrevolezza della presente nota informativa – si rimanda al testo di legge.

### **DIRITTO DI RECESSO**

Il diritto di recesso, che si applica **solo alla tipologia dei contratti a distanza, nonché fuori dai locali commerciali**, ha subito talune importanti modifiche che di seguito analizzeremo.

Preliminarmente, con l'auspicio di fugare definitivamente i dubbi che spesso emergono in capo agli Associati, **qualora l'acquisto di un bene avvenga secondo modalità ordinarie all'interno di un esercizio commerciale, non sussiste alcun tipo di diritto di recesso in favore del consumatore** che, nel caso voglia tornar indietro sulla propria decisione a causa di un ripensamento, potrà solo affidarsi alla discrezionalità del

venditore che rimane libero di decidere se accontentare o meno il proprio cliente.

Inoltre, altra ipotesi diversa e da non confondere con il diritto di recesso (che presuppone un semplice ripensamento del consumatore, senza la necessità di fornire alcuna motivazione), è la richiesta di sostituzione/riparazione di un bene difettoso. In questo caso, infatti, il presupposto necessario affinché scatti l'obbligo legale di prestare l'assistenza postvendita è rappresentato dalla sussistenza di un difetto di conformità del bene.

Entrando, dunque, nel merito delle nuove disposizioni in materia di recesso, mentre il termine per l'esercizio del diritto di recesso previsto dalla disciplina previgente era di 10 giorni, il nuovo art. 52 Codice del consumo prevede oggi un termine maggiore rispetto al passato in quanto attribuisce al consumatore "**un periodo di 14 giorni per recedere da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali senza dover fornire alcuna motivazione e senza dover sostenere costi**", se non quelli diretti per la restituzione previsti dall'art. 56, comma 2, e dall'art. 57.

Il **momento iniziale**, da cui decorre il termine di 14 gg per l'esercizio del diritto di recesso, è stabilito:

a) nel caso dei contratti di **servizi**, dal giorno della conclusione del contratto;

b) nel caso di contratti di **vendita**, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico dei beni (di fatto in occasione della consegna del bene).

La norma disciplina anche ulteriori casi particolari ai fini della determinazione del momento iniziale riconducibili alle seguenti ipotesi:

- nel caso di beni multipli ordinati dal consumatore mediante un solo ordine e consegnati separatamente, ovvero nel caso di consegna di un bene costituito da lotti o pezzi multipli, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico dell'ultimo bene ovvero dell'ultimo lotto o pezzo;
- nel caso di contratti per la consegna periodica di beni, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico del primo bene;
- nel caso di contratti per la fornitura di acqua, gas o elettricità, di teleriscaldamento o di contenuto digitale non fornito su un supporto materiale, dal giorno della conclusione del contratto.

Come si è avuto modo di anticipare, in caso di **mancato adempimento** da parte del venditore **degli obblighi informativi precontrattuali**, ai sensi dell'art. 49, comma 1, lettera h), in merito al **diritto di recesso**, l'art. 53 prevede che il termine per l'esercizio di tale diritto da parte del consumatore sia prolungato fino a 12 mesi (in precedenza 60/90 giorni) dopo la fine del periodo di recesso iniziale.

Se, tuttavia, durante questo periodo il venditore fornisce le prescritte

informativa precontrattuale al consumatore, il periodo di recesso termina decorsi 14 giorni dal momento in cui il consumatore riceve tali informazioni.

Ai sensi del nuovo art. 54, il consumatore, su cui grava il relativo onere della prova, può esercitare il proprio diritto di recesso informando il professionista della sua decisione - prima della scadenza del termine - attraverso l'utilizzo di un **modello standard**, valido per tutti i Paesi europei, di cui all'allegato I, parte B del Decreto stesso (si tratta di una novità importante che, al pari del modulo contenente le istruzioni tipo sul recesso di cui all'Allegato I, parte A, si consiglia di fornire al consumatore ai fini del corretto adempimento degli obblighi in esame), ferma restando la possibilità di "*presentare una qualsiasi altra dichiarazione esplicita della sua decisione di recedere dal contratto*".

#### **CASI DI ESCLUSIONE:**

L'art. 59 contiene infine il seguente elenco tassativo, più circostanziato e puntuale rispetto alla previgente disciplina, di casi in cui il diritto di recesso è **escluso** (ad es., secondo il considerando 49, perché potrebbe essere inappropriato in relazione alla natura di taluni beni o servizi):

- a) i contratti di servizi dopo la completa prestazione del servizio se l'esecuzione è iniziata con l'accordo espresso del consumatore e con l'accettazione della perdita del diritto di recesso a seguito della piena esecuzione del contratto da parte del professionista;
- b) la fornitura di beni o servizi il cui prezzo è legato a fluttuazioni nel mercato finanziario;
- c) la fornitura di beni confezionati su misura o chiaramente personalizzati (ad esempio tende, mobili, i capi d'abbigliamento su misura etc.);
- d) la fornitura di beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente;
- e) la fornitura di beni sigillati che non si prestano ad essere restituiti per motivi igienici o connessi alla protezione della salute e sono stati aperti dopo la consegna;
- f) la fornitura di beni che, dopo la consegna, risultano, per loro natura, inscindibilmente mescolati con altri beni (l'es. di cui al considerando 49 è il combustibile, che "*è un bene per natura inseparabile da altri beni dopo la consegna*");
- g) la fornitura di bevande alcoliche, il cui prezzo è concordato alla conclusione del contratto, con consegna a 30 giorni e il cui valore effettivo dipenda da fluttuazioni sul mercato: sempre secondo il richiamato considerando 49 "*è il caso ad esempio di un vino fornito molto tempo dopo la conclusione di un contratto di natura speculativa in cui il valore dipende dalle fluttuazioni nel mercato («vin en primeur»*");
- h) i contratti in cui il consumatore ha specificamente richiesto una visita da parte del professionista ai fini dell'effettuazione di lavori urgenti di riparazione o manutenzione. Se il professionista fornisce servizi ulteriori o beni diversi dai pezzi di ricambio necessari, il recesso si applica a tali servizi o beni supplementari;

- i) la fornitura di registrazioni audio o video sigillate o di software informatici sigillati che sono stati aperti dopo la consegna;
- l) la fornitura di giornali, periodici e riviste ad eccezione dei contratti di abbonamento per tali pubblicazioni;
- m) i contratti conclusi in occasione di un'asta pubblica;
- n) la fornitura di alloggi per fini non residenziali, il trasporto di beni, i servizi di noleggio di autovetture, i servizi di catering o i servizi riguardanti le attività del tempo libero qualora il contratto preveda una data o un periodo di esecuzione specifici (in questi casi l'eccezione sarebbe giustificata dall' *"accantonamento di disponibilità che il professionista potrebbe avere difficoltà a recuperare, se fosse esercitato il diritto di recesso. Sarebbe il caso, ad esempio, delle prenotazioni alberghiere o relative a case di vacanza, o a eventi culturali o sportivi"*);
- o) la fornitura di contenuto digitale mediante un supporto non materiale se l'esecuzione è iniziata con l'accordo espresso del consumatore e con la sua accettazione del fatto che in tal caso avrebbe perso il diritto di recesso.

#### **DIRITTI ED OBBLIGHI CONSEGUENTI L'ESERCIZIO DEL RECESSO**

In caso di recesso del consumatore, il venditore, ai sensi del nuovo art. 56, è naturalmente tenuto al **rimborso** di tutti i pagamenti ricevuti dal consumatore, eventualmente comprensivi delle spese di consegna, utilizzando lo stesso mezzo di pagamento usato per la transazione iniziale (salvo che sia stato espressamente convenuto altrimenti e senza costo aggiuntivo) *"senza indebito ritardo e comunque entro **quattordici giorni** dal giorno in cui è informato della decisione del consumatore di recedere dal contratto"*.

Viene pertanto dimezzato il termine (30 gg) previsto in precedenza al fine di assicurare un più tempestivo rimborso. È inoltre prevista la **nullità** di qualsiasi clausola che preveda limitazioni al rimborso nei confronti del consumatore in caso di esercizio del diritto di recesso.

Il considerando 46 specifica inoltre che *"il rimborso non dovrebbe avvenire mediante buoni, salvo che il consumatore abbia utilizzato buoni nella transazione iniziale o ne abbia espressamente accettato l'uso"*. Il venditore non è tuttavia tenuto a rimborsare i costi supplementari, qualora il consumatore abbia scelto espressamente un tipo di consegna diversa da quello meno costoso offerto (ad esempio consegna rapida in 24 ore). In questi casi, il richiamato considerando chiarisce che *"la differenza tra i costi dei due tipi di consegna è a carico del consumatore"*.

Il venditore è comunque autorizzato a trattenere il rimborso finché non abbia ricevuto indietro la merce oppure finché il consumatore non abbia dimostrato di averla rispedita, salvo il caso in cui si sia offerto di ritirarla egli stesso.

Specularmente, infatti, il consumatore, ai sensi del successivo art. 57, è a sua volta obbligato a restituire i beni *"senza indebito ritardo e in ogni caso entro quattordici giorni dalla data in cui ha comunicato al professionista la sua decisione di recedere dal contratto"*. Tale termine è rispettato se il

consumatore rispedisce i beni prima della sua scadenza.

**NB: Gli unici costi che possono essere imputati a carico del consumatore sono quelli diretti alla restituzione dei beni, salvo che il venditore "non abbia concordato di sostenerlo o abbia omissis di informare il consumatore che tale costo è a suo carico".** Una specifica previsione riguarda inoltre i contratti fuori dai locali commerciali "in cui i beni sono stati consegnati al domicilio del consumatore al momento della conclusione del contratto", nel qual caso il venditore è tenuto a ritirarli a sue spese qualora gli stessi, per loro natura (ad es. perché troppo ingombranti), non possano essere normalmente restituiti a mezzo posta.

Molto importante, è la previsione di cui all'art. 57 comma 2, secondo cui "il consumatore è responsabile unicamente della diminuzione del valore dei beni risultante da una manipolazione dei beni diversa da quella necessaria per stabilire la natura, le caratteristiche e il funzionamento dei beni". Tale responsabilità è invece esclusa se il venditore non ha adempito all'obbligo di informare il consumatore del suo diritto di recesso.

Per comprendere meglio la portata di tale previsione, è utile richiamare, ancora una volta, il dettato dei considerando della direttiva, ed in particolare il considerando 47 (di seguito riportato integralmente), che con molta chiarezza afferma che "Alcuni consumatori esercitano il proprio diritto di recesso dopo aver utilizzato i beni oltre quanto necessario per stabilirne la natura, le caratteristiche e il funzionamento. **In tal caso il consumatore non dovrebbe perdere il diritto di recesso, ma dovrebbe essere responsabile della diminuzione del valore dei beni.** Per stabilire la natura, le caratteristiche e il funzionamento dei beni il consumatore dovrebbe solo manipolarli e ispezionarli nello stesso modo in cui gli sarebbe consentito farlo in un negozio. Ad esempio, il consumatore dovrebbe solo provare un indumento, senza poterlo indossare. Di conseguenza, durante il periodo di recesso il consumatore dovrebbe manipolare e ispezionare i beni con la dovuta diligenza. Gli obblighi del consumatore in caso di recesso non dovrebbero scoraggiare il consumatore dall'esercitare il proprio diritto di recesso".

In concreto, pertanto, il consumatore che si limita a manipolare ed ispezionare la merce con diligenza, come gli sarebbe consentito in un negozio, al fine di verificarne la natura, le caratteristiche ed il funzionamento, ha diritto in caso di recesso al rimborso integrale di tutti i costi e le spese sostenute.

Diversamente da quanto previsto dalla precedente disciplina normativa (era richiesta la sostanziale integrità del bene ai fini dell'esercizio del diritto di recesso), invece, il consumatore conserva ugualmente il diritto di recesso (naturalmente entro il termine di 14 gg) anche nel caso in cui utilizzi il bene, ed a seguito di tale utilizzo lo stesso bene venga deteriorato (si pensi ad es. ad un paio di calzature acquistate on-line, utilizzate per qualche giorno e poi restituite a seguito di recesso), nel qual caso il venditore sarà comunque tenuto a rimborsare il consumatore detraendo, tuttavia, dall'importo dovuto una somma corrispondente alla diminuzione di valore del bene.

Si tratta, evidentemente, di disposizioni suscettibili di generare controversie e contenzioso tra le parti (come già segnalato da in occasione dell'iter

d'adozione del provvedimento in esame), in particolare riguardo l'esatta determinazione della diminuzione di valore di un bene, rispetto alle quali è necessario un intervento chiarificatore da parte della Commissione europea (ad es. attraverso le richiamate linee guida attuative, attualmente in fase di predisposizione) e delle competenti Autorità nazionali.

Qualora un consumatore eserciti il diritto di recesso dai contratti di fornitura di acqua, gas o elettricità, o teleriscaldamento, è tenuto a versare al professionista un importo proporzionale a quanto è stato fornito fino al momento in cui ha comunicato tale decisione, calcolato sulla base del prezzo totale concordato nel contratto. Se detto prezzo totale è eccessivo, l'importo proporzionale è calcolato sulla base del valore di mercato di quanto è stato fornito.

Ai sensi dell'art. 57, comma 4, **il consumatore non sostiene alcun costo** per:

*a) la prestazione di servizi o la fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata, o di teleriscaldamento, in tutto o in parte, durante il periodo di recesso quando:*

*1) il professionista ha ommesso di fornire informazioni in conformità all'articolo 49, comma 1, lettere h) ed l); oppure*

*2) il consumatore non ha espressamente chiesto che la prestazione iniziasse durante il periodo di recesso in conformità all'articolo 50, comma 3, e dell'articolo 51, comma 8; oppure*

*b) la fornitura, in tutto o in parte, del contenuto digitale che non è fornito su un supporto materiale quando:*

*1) il consumatore non ha dato il suo previo consenso espresso circa l'inizio della prestazione prima della fine del periodo di quattordici giorni di cui all'articolo 52;*

*2) il consumatore non ha riconosciuto di perdere il diritto di recesso quando ha espresso il suo consenso; oppure*

*3) il professionista ha ommesso di fornire la conferma conformemente all'articolo 50, comma 2, o all'articolo 51, comma 7.*

---

## **B) CONTRATTI CONCLUSI NEI LOCALI COMMERCIALI**

Come anticipato, alcuni **obblighi di informazione** che il professionista deve fornire al consumatore prima della conclusione del contratto – c.d. "*informativa precontrattuale*" – vengono estesi dal nuovo art. 48 Codice del Consumo anche ai contratti **diversi** da quelli a distanza e da quelli stipulati al di fuori dei locali commerciali, ivi inclusi i contratti per la fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata (vale a dire acqua imbottigliata, pile, bombole del gas, etc.), di teleriscaldamento o di contenuto digitale non fornito su un supporto materiale.

In particolare, fatta salva la possibilità di prevedere o mantenere obblighi aggiuntivi di informazione precontrattuale, il venditore è tenuto a fornire in modo chiaro e comprensibile, al consumatore (non necessariamente in forma scritta), prima che questi sia vincolato da un contratto o da una offerta, le informazioni relative agli elementi di seguito riportati qualora esse non siano già apparenti dal contesto.

Anche se tale nozione risulta piuttosto indefinita, rimane comunque funzionale a valorizzare le specifiche circostanze del caso concreto quali, ad esempio, l'indicazione delle informazioni prescritte attraverso listini, cartelli, avvisi, brochure e/o altro genere di materiale informativo eventualmente presente nell'esercizio commerciale.

Passando ad una rassegna più dettagliata di tali obblighi, le informazioni da fornire ai consumatori nei contratti diversi da quelli a distanza e da quelli stipulati al di fuori dei locali commerciali riguardano:

*a) le caratteristiche principali dei beni o servizi, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi;*

*b) l'identità del professionista, l'indirizzo geografico in cui è stabilito e il numero di telefono e, ove questa informazione sia pertinente, l'indirizzo geografico e l'identità del professionista per conto del quale egli agisce;*

*c) il prezzo totale dei beni o servizi comprensivo delle imposte o, se la natura dei beni o dei servizi comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo e, se applicabili, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore;*

*d) se applicabili, le modalità di pagamento, consegna ed esecuzione, la data entro la quale il professionista si impegna a consegnare i beni o a prestare il servizio e il trattamento dei reclami da parte del professionista;*

*e) oltre a un richiamo dell'esistenza della garanzia legale di conformità per i beni, l'esistenza e le condizioni del servizio postvendita e delle garanzie commerciali, se applicabili;*

*f) la durata del contratto, se applicabile, o, se il contratto è a tempo indeterminato o è un contratto a rinnovo automatico, le condizioni di risoluzione del contratto;*

*g) se applicabile, la funzionalità del contenuto digitale, comprese le misure applicabili di protezione tecnica;*

*h) qualsiasi interoperabilità pertinente del contenuto digitale con l'hardware e il software, di cui il professionista sia a conoscenza o di cui ci si può ragionevolmente attendere che sia venuto a conoscenza, se applicabili.*

Più in generale, le disposizioni di cui all'art. 48 sembrano ricomprendere sostanzialmente tutti i contratti stipulati tra professionisti e consumatori, con il conseguente obbligo a carico delle imprese di fornire ai consumatori la predetta informativa precontrattuale anche nel caso di contratti conclusi

all'interno dei locali commerciali.

Al riguardo, tuttavia, occorre tuttavia precisare che il comma 3 del medesimo art. 48 stabilisce che *"Gli obblighi di informazione precontrattuali, di cui al comma 1, non si applicano ai contratti che implicano **transazioni quotidiane e che sono eseguiti immediatamente al momento della loro conclusione**".*

A ben guardare, anche in questo caso, siamo innanzi ad una previsione che, salvo qualche rara eccezione (ad es. l'acquisto di un caffè al bar o di un quotidiano/rivista in edicola), è destinata a far sorgere non pochi dubbi e conseguenti problemi interpretativi in merito alla precisa individuazione di quali siano, in concreto, i contratti che *«implicano transazioni quotidiane»* e che, pertanto, restano esclusi dagli obblighi di informazione precontrattuale.

Come detto anche sopra, si attende, quindi, un chiarimento da parte delle Autorità europee e nazionali, che tenga in adeguata considerazione la necessità di una proporzionalità degli oneri informativi a carico delle imprese.

### **CONSEGNA E PASSAGGIO DEL RISCHIO**

In relazione a tutti i contratti di vendita (B2C), a prescindere dalle specifiche modalità o circostanze con cui vengono conclusi, i nuovi artt. 61 e 63 del Codice del consumo prevedono importanti novità in relazione ad aspetti fondamentali quali la consegna dei beni ed il passaggio del rischio per il perimento dei medesimi.

In particolare, salvo che le parti non concordino un termine diverso, il venditore è obbligato a consegnare i beni al consumatore senza ritardo ingiustificato e al più tardi entro trenta giorni dalla data di conclusione del contratto.

La ratio della previsione di termini così puntuali e ristretti è da ricollegare, secondo quanto riportato nel considerando 51, alla circostanza che *"Le principali difficoltà incontrate dai consumatori, e una delle più importanti fonti di controversie con i professionisti, riguardano la consegna dei beni, inclusi quelli che sono persi o danneggiati durante il trasporto, e la consegna parziale o tardiva."*

A tal fine, viene pertanto previsto che la **consegna** ha luogo con il trasferimento della disponibilità materiale o comunque del controllo dei beni al consumatore.

Se il venditore non adempie all'obbligo di consegna nei termini previsti dalla legge o dal contratto, il consumatore ha l'onere di invitarlo ad effettuare la consegna entro un termine supplementare appropriato alle circostanze (si tratta di una specie di diffida ad adempiere). Decorso invano anche il termine supplementare così concesso, il consumatore ha diritto alla **risoluzione del contratto**, con il conseguente rimborso, senza indebito ritardo, di tutte le somme versate in esecuzione del contratto, nonché al **risarcimento dei danni** eventualmente subiti.

Il consumatore è sollevato dal suddetto onere se:

- a) il venditore si è espressamente rifiutato di consegnare i beni;
- b) tenuto conto di tutte le circostanze, il termine di consegna pattuito dalle parti deve considerarsi essenziale (ad es. il caso di scuola dell'abito nuziale che deve essere consegnato prima delle nozze);
- c) se il consumatore ha informato il venditore, prima della conclusione del contratto, che il termine di consegna è essenziale (a tal fine, il consumatore può usare i dati di contatto del professionista).

Anche in questi casi, se la consegna non avviene entro il termine pattuito con il venditore ovvero prescritto dalla legge, il consumatore ha diritto all'immediata risoluzione del contratto ed all'eventuale risarcimento dei danni, con il conseguente rimborso, senza indebito ritardo, di tutte le somme versate in esecuzione del contratto

Quando i beni sono spediti al consumatore dal venditore, **il rischio della perdita o del danneggiamento** per causa non imputabile al venditore si trasferisce al consumatore soltanto nel momento in cui quest'ultimo, o un terzo da lui designato e diverso dal vettore, entra materialmente in possesso dei beni.

La *ratio* di tale novità è riconducibile alla volontà del legislatore, esplicitata nel considerando 55, evitare l'insorgere di controversie circa il momento del trasferimento del rischio, tutelando il consumatore "*contro ogni rischio di perdita o danneggiamento dei beni che avvenga prima che egli abbia preso fisicamente possesso dei beni*", in particolare "*durante un trasporto organizzato o effettuato dal professionista, anche quando il consumatore abbia scelto un metodo di consegna particolare da una gamma di opzioni presentate dal professionista*".

Diversamente, tale disposizione non si applica ed il rischio si trasferisce al consumatore già nel momento della consegna del bene quando è quest'ultimo a prendere in consegna i beni ovvero sia stato lui stesso a scegliere il vettore e tale scelta non sia stata proposta dal venditore, nel qual caso sono fatti salvi, naturalmente, i diritti del consumatore nei confronti del vettore.

### **TARIFFE, COSTI E ALTRI PAGAMENTI EXTRA**

L'art. 62, richiamando l'art. 3, comma 4, d.lgs. 27 gennaio 2010, n. 11, in materia di servizi di pagamento, ribadisce espressamente **il divieto a carico dei professionisti di imporre ai consumatori spese in relazione all'uso di determinati strumenti di pagamento** (ad es. costi extra legati all'utilizzo di carte di credito per acquisti on-line. Si tratta, in questi casi, di fattispecie già ripetutamente sanzionate dall'Antitrust sotto il profilo dell'ingannevolezza) o, nei casi espressamente stabiliti, tariffe che superino quelle sostenute dal professionista.

Una specifica disposizione riguarda altresì la previsione di **tariffe base per i numeri telefonici dedicati**. Ai sensi del nuovo art. 64, infatti, qualora il professionista utilizza una linea telefonica allo scopo di essere contattato dal consumatore per telefono in merito al contratto concluso (ad es. numeri dedicati all'assistenza post-vendita), al consumatore non può essere imposto di pagare un costo superiore alla tariffa base della linea telefonica

utilizzata dall'impresa che viene stabilita da ciascun operatore telefonico.

Un'altra importante novità introdotta dal decreto in oggetto è rinvenibile nel nuovo art. 65 Codice del consumo, ai sensi del quale il venditore è tenuto a richiedere il consenso espresso del consumatore, prima che questi sia vincolato dal contratto o dall'offerta, *"per qualsiasi pagamento supplementare oltre alla remunerazione concordata per l'obbligo contrattuale principale"*.

Le opzioni per eventuali acquisti aggiuntivi dovranno pertanto essere appositamente selezionate dal consumatore (c.d. meccanismo di opt-in) e, di conseguenza, il venditore non potrà più servirsi di **opzioni prestabilite** (c.d. meccanismo di opt-out), in base alle quali è il consumatore a dover rifiutare espressamente, ad esempio deselezionando una casella precompilata, per evitare il pagamento supplementare di una prestazione che altrimenti si intende tacitamente richiesta o accettata (il caso esemplare e più frequentemente citato è quello della vendita tramite siti web di biglietti aerei cui spesso è associata anche la vendita di servizi assicurativi, di trasporto e finanche alberghieri attraverso simili meccanismi di caselle di prebarrate).

Nel caso in cui in venditore non abbia ottenuto il consenso espresso del consumatore ma abbia fatto ricorso ugualmente ad un sistema di opzioni prestabilite, "il consumatore ha diritto al rimborso di tale pagamento".

Per quanto riguarda invece i casi di **forniture non richieste**, il nuovo art. 66-quinquies esonera il consumatore dall'obbligo di fornire qualsiasi prestazione corrispettiva in caso di fornitura non richiesta di beni, acqua, gas, elettricità, teleriscaldamento o contenuto digitale o di prestazione non richiesta di servizi, aggiungendo in tal modo un rimedio contrattuale al divieto già previsto dall'art. 20, comma 5, e dall'art. 26, comma 1, lettera f), del medesimo Codice del consumo in quanto fattispecie di pratiche commerciali scorrette.

Al riguardo, viene inoltre specificato che *"In tali casi, l'assenza di una risposta da parte del consumatore in seguito a tale fornitura non richiesta non costituisce consenso"*.

La medesima norma prevede infine il divieto a carico del venditore di "adempiere eseguendo una fornitura diversa da quella pattuita, anche se di valore e qualità equivalenti o superiori", salvo che il consumatore non abbia prestato il suo consenso a tale possibilità prima o, al più tardi, al momento della conclusione del contratto.

## **ACCESSO ALLA GIUSTIZIA**

Al fine di garantire la tutela amministrativa e giurisdizionale del consumatore, in generale, l'art. 66 dispone un rinvio espresso alle norme del Codice del consumo in materia di pratiche commerciali scorrette, di legittimazione delle associazioni dei consumatori, di azioni inibitorie collettive e azioni di classe nonché di composizione stragiudiziale delle controversie (artt. 27, 139, 140, 140-bis, 141 e 144)

La medesima norma, inoltre, stabilisce la competenza dell'**Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato** che, d'ufficio o su istanza di

ogni soggetto o organizzazione che ne abbia interesse, è tenuta ad accertare le eventuali violazioni della disciplina in oggetto, inibirne la continuazione ed eliminarne gli effetti, prevedendo al contempo, l'applicazione del procedimento istruttorio e sanzionatorio in materia di pratiche commerciali scorrette. Al riguardo, viene altresì previsto un innalzamento del limite massimo delle **sanzioni** fino ad un importo pari ad **€ 5.000.000**.

Relativamente alle competenze dell'AGCM, si segnala una novità importante, già operativa dal 26 marzo 2014, che riguarda l'art. 27 Codice del consumo il cui testo viene integrato con un nuovo comma 1-bis ai sensi del quale "Anche nei settori regolati, ai sensi dell'articolo 19, comma 3, la competenza ad intervenire nei confronti delle condotte dei professionisti che integrano una pratica commerciale scorretta, fermo restando il rispetto della regolazione vigente, spetta, in via esclusiva, all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, che la esercita in base ai poteri di cui al presente articolo, acquisito il parere dell'Autorità di regolazione competente. Resta ferma la competenza delle Autorità di regolazione ad esercitare i propri poteri nelle ipotesi di violazione della regolazione che non integrino gli estremi di una pratica commerciale scorretta. Le Autorità possono disciplinare con protocolli di intesa gli aspetti applicativi e procedurali della reciproca collaborazione, nel quadro delle rispettive competenze".

Si tratta di una disposizione resasi necessaria per superare i precedenti contrasti interpretativi che hanno generato conflitti sulla competenza, in materia di tutela dei consumatori nei settori regolamentati (ad es. telecomunicazioni, energia, trasporti, banche, assicurazioni, servizi finanziari etc) causati dalla sovrapposizione tra la disciplina (generale e trasversale) del Codice del consumo sulle pratiche commerciali scorrette, di competenza dell'AGCM, e le disposizioni per la tutela dei consumatori previste dalle normative settoriali dei mercati regolati da altre Autorità indipendenti.

La previsione di una tutela di carattere amministrativo affidata all'AGCM, non esclude in ogni caso la possibilità per il consumatore di adire il giudice ordinario (nel qual caso il foro competente esclusivo è quello del luogo di residenza o di domicilio del consumatore) così come di promuovere la risoluzione extragiudiziale delle controversie inerenti al rapporto di consumo presso gli appositi organismi istituiti dalle Camere di commercio.

I diritti previsti dalle disposizioni in esame, infine, non possono costituire oggetto di rinuncia da parte dei consumatori, ed eventuali clausole contrattuali che escludano o limitino, direttamente o indirettamente, tali diritti, non vincolano il consumatore.