

Codice del consumo

Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n.206

(Pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'8 ottobre 2005, n.235 - Supplemento Ordinario)

così come rettificato con avviso pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 2 del 3 gennaio 2006 e modificato:

a) dal D. L.vo n. 146 del 02 agosto 2007 pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 207 del 06/09/2007

b) dal D. L.vo n. 221 del 23ottobre 2007 pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 278 del 29/11/2007

c) dalla legge n. 244 del 24 dicembre 2007 pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale n. 300 del 28 dicembre 2007 – S.O. n. 285)

a cura di **Francesco Tedeschi**

INDICE	
Parte I	
DISPOSIZIONI GENERALI	
Titolo I	
DISPOSIZIONI GENERALI E FINALITÀ	
Art. 1. Finalità ed oggetto	3
Art. 2. Diritti dei consumatori	3
Art. 3. Definizioni	3
Parte II	
EDUCAZIONE, INFORMAZIONE, PRATICHE COMMERCIALI, PUBBLICITÀ	
Titolo I	
EDUCAZIONE DEL CONSUMATORE	
Art. 4. Educazione del consumatore	4
Titolo II	
INFORMAZIONI AI CONSUMATORI	
Capo I	
Disposizioni Generali	
Art. 5. Obblighi generali	4
Capo II	
Indicazione dei prodotti	
Art. 6. Contenuto minimo delle informazioni	5
Art. 7. Modalità di indicazione	5
Art. 8. Ambito di applicazione	5
Art. 9. Indicazioni in lingua italiana	5
Art. 10. Attuazione	5
Art. 11. Divieti di commercializzazione	6
Art. 12. Sanzioni	6
Capo III	
Particolari modalità di informazione	
Sezione I	
Indicazione dei prezzi per unità di misura	
Art. 13. Definizioni	6
Art. 14. Campo di applicazione	7
Art. 15. Modalità di indicazione del prezzo per unità di misura	7
Art. 16. Esenzioni	7
Art. 17. Sanzioni	8

Titolo III	
PUBBLICITÀ E ALTRE COMUNICAZIONI COMMERCIALI	
Capo I	
Disposizioni generali	
Art. 18. Definizioni	8
Art. 19. Ambito di applicazione	9
Capo II	
Pratiche commerciali corrette	
Art. 20. Divieto delle pratiche commerciali scorrette	10
Sezione I	
Pratiche commerciali ingannevoli	
Art. 21. Azioni ingannevoli	10
Art. 22. Omissioni ingannevoli	11
Art. 23. Pratiche commerciali considerate in ogni caso ingannevoli	12
Sezione II	
Pratiche commerciali aggressive	
Art. 24. Pratiche commerciali aggressive	13
Art. 25. Ricorso a molestie coercizione o indebito condizionamento	14
Art. 26. Pratiche commerciali considerate in ogni caso aggressive	14
Capo III	
Applicazione	
Art. 27. Tutela amministrativa e giurisdizionale	15
Art. 27 bis. Codici di condotta	17
Art. 27 ter. Autodisciplina	17
Art. 27 quater. Oneri di informazione	17
Titolo IV	
Particolari modalità della comunicazione pubblicitaria	
Capo I	
Rafforzamento della tutela del consumatore in materia di televendite	
Art. 28. Ambito di applicazione	18
Art. 29. Prescrizioni	18
Art. 30. Divieti	18
Art. 31. Tutela dei minori	18
Art. 32. Sanzioni	18
Parte III	
IL RAPPORTO DI CONSUMO	
Titolo I	
DEI CONTRATTI DEL CONSUMATORE IN GENERALE	

Art. 33.Clausole vessatorie nel contratto tra professionista e consumatore	19
Art. 34.Accertamento della vessatorietà delle clausole	20
Art. 35.Forma e interpretazione	21
Art. 36.Nullità di protezione	21
Art. 37.Azione inibitoria	21
Art. 38.Rinvio	22
Titolo II	
ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ COMMERCIALE	
Capo I	
Disposizioni generali	
Art. 39.Regole nelle attività commerciali	22
Capo II	
Promozione delle vendite	
Sezione I	
Credito al consumo	
Art. 40.Credito al consumo	22
Art. 41.Tasso annuo effettivo globale e pubblicità	22
Art. 42.Inadempimento del fornitore	23
Art. 43.Rinvio al testo unico bancario	23
Titolo III	
MODALITÀ CONTRATTUALI	
Art. 44.Contratti negoziati nei locali commerciali. Rinvio	23
Capo I	
Particolari modalità di conclusione del contratto	
Sezione I	
Contratti negoziati fuori dei locali commerciali	
Art. 45.Campo di applicazione	23
Art. 46.Esclusioni	24
Art. 47.Informazione sul diritto di recesso	24
Art. 48.Esclusione del recesso	25
Art. 49.Norme applicabili	25
Sezione II	
Contratti a distanza	
Art. 50.Definizioni	25
Art. 51.Campo di applicazione	25
Art. 52.Informazioni per il consumatore	26
Art. 53.Conferma scritta delle informazioni	26
Art. 54.Esecuzione del contratto	27
Art. 55.Esclusioni	27
Art. 56.Pagamento mediante carta	28
Art. 57.Fornitura non richiesta	28

Art. 58.Limiti all'impiego di talune tecniche di comunicazione a distanza	28
Art. 59.Vendita tramite mezzo televisivo o altri mezzi audiovisivi	28
Art. 60.Riferimenti	29
Art. 61.Rinvio	29
Sezione III	
Disposizioni comuni	
Art. 62.Sanzioni	29
Art. 63.Foro competente	29
Sezione IV	
Diritto di recesso	
Art. 64.Esercizio del diritto di recesso	29
Art. 65.Decorrenze	30
Art. 66.Effetti del diritto di recesso	31
Art. 67.Ulteriori obbligazioni delle parti	31
Sezione VI bis	
Commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori	
Art. 67 bis. Oggetto e campo di applicazione.	32
Art. 67-ter. Definizioni	32
Art. 67-quater. Informazione del consumatore prima della conclusione del contratto a distanza	33
Art. 67-quinquies. Informazioni relative al fornitore	33
Art. 67-sexies. Informazioni relative al servizio finanziario	33
Art. 67-septies. Informazioni relative al contratto a distanza	34
Art. 67-octies. Informazioni relative al ricorso	35
Art. 67-novies. Comunicazioni mediante telefonia vocale	35
Art. 67-decies. Requisiti aggiuntivi in materia di informazioni	35
Art. 67-undecies. Comunicazione delle condizioni contrattuali e delle informazioni preliminari	36
Art. 67-duodecies. Diritto di recesso	36
Art. 67-ter decies. Pagamento del servizio fornito prima del recesso	37
Art. 67-quater decies. Pagamento dei servizi finanziari offerti a distanza	38
Art. 67-quinquies decies. Servizi non richiesti	38
Art. 67-sexies decies. Comunicazioni non richieste	38
Art. 67-septies decies. Sanzioni	39
Art. 67-octies decies. Irrinunciabilità dei diritti	39
Art. 67-novies decies. Ricorso giurisdizionale o amministrativo	39
Art. 67-vicies. Composizione extragiudiziale delle controversie	40
Art. 67-vicies semel. Onere della prova	40
Art. 67-vicies bis. Misure transitorie	40
Capo II	
Commercio elettronico	
Art. 68.Rinvio	41

Titolo IV	
DISPOSIZIONI RELATIVE A SINGOLI CONTRATTI	
Capo I	
Contratti relativi all'acquisizione di un diritto di godimento ripartito di beni immobili	
Art. 69. Definizioni	41
Art. 70. Documento informativo	41
Art. 71. Requisiti del contratto	42
Art. 72. Obblighi specifici del venditore	43
Art. 73. Diritto di recesso	43
Art. 74. Divieto di acconti	44
Art. 75. Rinvio alla generale disciplina dei contratti con particolari modalità di conclusione	44
Art. 76. Obbligo di fideiussione	44
Art. 77. Risoluzione del contratto di concessione di credito	44
Art. 78. Nullità di clausole contrattuali o patti aggiunti	44
Art. 79. Competenza territoriale inderogabile	44
Art. 80. Diritti dell'acquirente nel caso di applicazione di legge straniera	45
Art. 81. Sanzioni	45
Capo II	
Servizi turistici	
Art. 82. Ambito di applicazione	45
Art. 83. Definizioni	45
Art. 84. Pacchetti turistici	45
Art. 85. Forma del contratto di vendita di pacchetti turistici	46
Art. 86. Elementi del contratto di vendita di pacchetti turistici	46
Art. 87. Informazione del consumatore	47
Art. 88. Opuscolo informativo	47
Art. 89. Cessione del contratto	48
Art. 90. Revisione del prezzo	48
Art. 91. Modifiche delle condizioni contrattuali	48
Art. 92. Diritti del consumatore in caso di recesso o annullamento del servizio	49
Art. 93. Mancato o inesatto adempimento	49
Art. 94. Responsabilità per danni alla persona	49
Art. 95. Responsabilità per danni diversi da quelli alla persona	50
Art. 96. Esonero di responsabilità	50
Art. 97. Diritto di surrogazione	50
Art. 98. Reclamo	50
Art. 99. Assicurazione	50
Art. 100. Fondo di garanzia	51
Titolo V	
EROGAZIONE DI SERVIZI PUBBLICI	
Capo I	
Servizi pubblici	

Art. 101. Norma di rinvio	51
Parte IV SICUREZZA E QUALITÀ Titolo I SICUREZZA DEI PRODOTTI	
Art. 102. Finalità e campo di applicazione	51
Art. 103. Definizioni	52
Art. 104. Obblighi del produttore e del distributore	53
Art. 105. Presunzione e valutazione di sicurezza	54
Art. 106. Procedure di consultazione e coordinamento	54
Art. 107. Controlli	55
Art. 108. Disposizioni procedurali	57
Art. 109. Sorveglianza del mercato	57
Art. 110. Notificazione e scambio di informazioni	57
Art. 111. Responsabilità del produttore	58
Art. 112. Sanzioni	58
Art. 113. Rinvio	59
Titolo II RESPONSABILITÀ PER DANNO DA PRODOTTI DIFETTOSI	
Art. 114. Responsabilità del produttore	59
Art. 115. Prodotto	59
Art. 116. Responsabilità del fornitore	59
Art. 117. Prodotto difettoso	60
Art. 118. Esclusione della responsabilità	60
Art. 119. Messa in circolazione del prodotto	60
Art. 120. Prova	60
Art. 121. Pluralità di responsabili	61
Art. 122. Colpa del danneggiato	61
Art. 123. Danno risarcibile	61
Art. 124. Clausole di esonero da responsabilità	61
Art. 125. Prescrizione	61
Art. 126. Decadenza	62
Art. 127. Responsabilità secondo altre disposizioni di legge	62
Titolo III GARANZIA LEGALE DI CONFORMITÀ E GARANZIE COMMERCIALI PER I BENI DI CONSUMO	
Capo I Della vendita dei beni di consumo	
Art. 128. Ambito di applicazione e definizioni	62
Art. 129. Conformità al contratto	63
Art. 130. Diritti del consumatore	63
Art. 131. Diritto di regresso	64
Art. 132. Termini	64
Art. 133. Garanzia convenzionale	65

Art. 134. Carattere imperativo delle disposizioni	65
Art. 135. Tutela in base ad altre disposizioni	65
Parte V	
ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI E ACCESSO ALLA GIUSTIZIA	
Titolo I	
LE ASSOCIAZIONI RAPPRESENTATIVE A LIVELLO NAZIONALE	
Art. 136. Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti	66
Art. 137. Elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale	67
Art. 138. Agevolazioni e contributi	68
Titolo II	
ACCESSO ALLA GIUSTIZIA	
Art. 139. Legittimazione ad agire	68
Art. 140. Procedura	68
Art. 140 bis Azione collettiva risarcitoria	70
Art. 141. Composizione extragiudiziale delle controversie	71
Parte VI	
DISPOSIZIONI FINALI	
Art. 142. Modifiche al codice civile	71
Art. 143. Irrinunciabilità dei diritti	72
Art. 144. Aggiornamenti	72
Art. 145. Competenze delle regioni e delle province autonome	72
Art. 146. Abrogazioni	72
Allegato I	73
Allegato II	73
Appendice:	
Relazione Governativa di accompagnamento al Codice del Consumo.	79
Avviso di rettifica in G.U. n. 2 del 3 gennaio 2006	95
Decreto Legislativo n. 146 del 2 agosto 2007.	97
Decreto Legislativo n. 221 del 23 ottobre 2007.	101

Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n.206

Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229.

(Pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'8 ottobre 2005, n. 235 - Supplemento Ordinario)
così come rettificato con avviso pubblicato sulla G.U. n. 2 del 3 gennaio 2006 e modificato :
a) dal D. L.vo n. 146 del 02 agosto 2007 pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 207 del 06/09/2007 **in vigore dal 21/09/2007**)
b) dal D. L.vo n. 221 del 23 ottobre 2007 pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 278 del 29/11/2007 **in vigore dal 14/12/2007**)

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Visti gli articoli 76 e 87 della Costituzione;

Visto l'articolo 153 del Trattato della Comunità europea;

Visto l'articolo 117 della Costituzione, come sostituito dalla legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3, con riferimento ai principi di unità, continuità e completezza dell'ordinamento giuridico, nel rispetto dei valori di sussidiarietà orizzontale e verticale;

Visto l'articolo 14 della legge 23 agosto 1988, n. 400;

Vista la legge 29 luglio 2003, n. 229, recante interventi urgenti in materia di qualità della regolazione, riassetto normativo e semplificazione - legge di semplificazione per il 2001, ed in particolare l'articolo 7 che delega il Governo ad adottare uno o più decreti legislativi per il riassetto delle disposizioni vigenti in materia di tutela dei consumatori ai sensi e secondo i principi e i criteri direttivi di cui all'articolo 20 della legge 15 marzo 1997, n. 59, come sostituito dall'articolo 1 della citata legge n. 229 del 2003, e nel rispetto dei principi e dei criteri direttivi ivi richiamati;

Visto l'articolo 2 della legge 27 luglio 2004, n. 186, di conversione, con modificazioni, del decreto legge 28 maggio 2004, n. 136, nonché l'articolo 7 della legge 27 dicembre 2004, n. 306;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 24 maggio 1988, n. 224, recante attuazione della direttiva 85/374/CEE relativa al ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di responsabilità per danno da prodotti difettosi, ai sensi dell'articolo 15 della legge 16 aprile 1987, n. 183, come modificato dal decreto legislativo 2 febbraio 2001, n. 25, di attuazione della direttiva 1999/34/CE;¹

Vista la legge 10 aprile 1991, n. 126, recante norme per l'informazione del consumatore, e successive modificazioni, nonché il relativo regolamento di attuazione di cui al decreto del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato 8 febbraio 1997, n. 101;

Visto il decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50, recante attuazione della direttiva 85/577/CEE in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali;

Visto il decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, recante attuazione della direttiva 84/450/CEE in materia di pubblicità ingannevole;

Visto il testo unico delle leggi in materia bancaria e creditizia di cui al decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, come modificato dai decreti legislativi 4 agosto 1999, n. 333, e 4 agosto 1999, n. 342;

Visto il decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 111, recante attuazione della direttiva 90/314/CEE concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti tutto compreso;

Vista la legge 6 febbraio 1996, n. 52, recante attuazione della direttiva 93/13/CEE concernente le clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori ed in particolare l'articolo 25, e successive modificazioni;

Visto il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al settore del commercio, ed in particolare gli articoli 18 e 19;

¹ Capoverso modificato dall'art. 1 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

Vista la legge 30 luglio 1998, n. 281, recante disciplina dei diritti dei consumatori e degli utenti e successive modificazioni;

Visto il decreto legislativo 9 novembre 1998, n. 427, recante attuazione della direttiva 94/47/CE concernente la tutela dell'acquirente per taluni aspetti dei contratti relativi all'acquisizione di un diritto di godimento a tempo parziale di beni immobili;

Visto il decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 185, recante attuazione della direttiva 97/7/CE relativa alla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza;

Visto il decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 63, recante attuazione della direttiva 98/7/CE, che modifica la direttiva 87/102/CEE, in materia di credito al consumo;

Visto il decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 67, recante attuazione della direttiva 97/55/CE, che modifica la direttiva 84/450/CEE, in materia di pubblicità ingannevole e comparativa;

Visto il decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 84, recante attuazione della direttiva 98/6/CE relativa alla protezione dei consumatori, in materia di indicazione dei prezzi offerti ai medesimi;

Visto il decreto legislativo 28 luglio 2000, n. 253, recante attuazione della direttiva 97/5/CE sui bonifici transfrontalieri;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 6 aprile 2001, n. 218, regolamento recante disciplina delle vendite sottocosto, a norma dell'articolo 15, comma 8, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114;

Visto il decreto legislativo 23 aprile 2001, n. 224, come modificato dal decreto legislativo 2 febbraio 2001, n. 25, recante attuazione della direttiva 98/27/CE relativa a provvedimenti inibitori a tutela degli interessi dei consumatori, nonché il decreto del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato 19 gennaio 1999, n. 20, recante norme per l'iscrizione nell'elenco delle Associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale;

Visto il decreto legislativo 2 febbraio 2002, n. 24, recante attuazione della direttiva 1999/44/CE su taluni aspetti della vendita e delle garanzie di consumo;

Visto il decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, recante codice in materia di protezione dei dati personali e successive modificazioni;

Visto il decreto legislativo 21 maggio 2004, n. 172, recante attuazione della direttiva 2001/95/CE relativa alla sicurezza generale dei prodotti;

Vista la legge 6 aprile 2005, n. 49, recante modifiche all'articolo 7 del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, in materia di messaggi pubblicitari ingannevoli diffusi attraverso mezzi di comunicazione;

Vista la preliminare deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 28 ottobre 2004;

Acquisito il parere della Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, reso nella seduta del 16 dicembre 2004;

Udito il parere del Consiglio di Stato espresso nella sezione consultiva per gli atti normativi nell'adunanza generale del 20 dicembre 2004;

Acquisito il parere delle competenti Commissioni parlamentari del Senato della Repubblica, espresso il 9 marzo 2005, e della Camera dei deputati, espresso il 10 marzo 2005;

Vista la segnalazione del Garante della concorrenza e del mercato in data 10 maggio 2005;

Vista la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 22 luglio 2005;

Sulla proposta del Ministro delle attività produttive e del Ministro per le politiche comunitarie, di concerto con i Ministri per la funzione pubblica, della giustizia, dell'economia e delle finanze e della salute;

E m a n a

il seguente decreto legislativo:

Parte I
DISPOSIZIONI GENERALI

Titolo I
DISPOSIZIONI GENERALI E FINALITÀ

Art. 1.

Finalità ed oggetto

1. Nel rispetto della Costituzione ed in conformità ai principi contenuti nei trattati istitutivi delle Comunità europee, nel trattato dell'Unione europea, nella normativa comunitaria con particolare riguardo all'articolo 153 del Trattato istitutivo della Comunità economica europea, nonché nei trattati internazionali, il presente codice armonizza e riordina le normative concernenti i processi di acquisto e consumo, al fine di assicurare un elevato livello di tutela dei consumatori e degli utenti.

Art. 2.

Diritti dei consumatori

1. Sono riconosciuti e garantiti i diritti e gli interessi individuali e collettivi dei consumatori e degli utenti, ne è promossa la tutela in sede nazionale e locale, anche in forma collettiva e associativa, sono favorite le iniziative rivolte a perseguire tali finalità, anche attraverso la disciplina dei rapporti tra le associazioni dei consumatori e degli utenti e le pubbliche amministrazioni.
2. Ai consumatori ed agli utenti sono riconosciuti come fondamentali i diritti:
 - a) alla tutela della salute;
 - b) alla sicurezza e alla qualità dei prodotti e dei servizi;
 - c) ad una adeguata informazione e ad una corretta pubblicità;
 - c-bis) all'esercizio delle pratiche commerciali secondo principi di buona fede, correttezza e lealtà;²
 - d) all'educazione al consumo;
 - e) alla correttezza, alla trasparenza ed all'equità nei rapporti contrattuali;
 - f) alla promozione e allo sviluppo dell'associazionismo libero, volontario e democratico tra i consumatori e gli utenti;
 - g) all'erogazione di servizi pubblici secondo standard di qualità e di efficienza.

Art. 3.

Definizioni

1. Ai fini del presente codice ove non diversamente previsto, si intende per:³
 - a. **consumatore** o utente: la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta;
 - b. **associazioni dei consumatori e degli utenti**: le formazioni sociali che abbiano per scopo statutario esclusivo la tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori o degli utenti;
 - c. **professionista**: la persona fisica o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale, ovvero un suo intermediario;
 - d. **produttore**: fatto salvo quanto stabilito nell'articolo 103, comma 1, lettera d), e nell'articolo 115, comma 2 bis, il fabbricante del bene o il fornitore del servizio, o un suo intermediario, nonché l'importatore del bene o del servizio nel territorio dell'Unione europea o qualsiasi altra persona fisica o giuridica che si presenta come

² Lettera aggiunta dall'art. 2 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

³ Primo comma modificato dall'art. 3 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

- produttore identificando il bene o il servizio con il proprio nome, marchio o altro segno distintivo;
- e. **prodotto**: fatto salvo quanto stabilito nell'articolo 18, comma 1, lettera c), e nell'articolo 115, comma 1, qualsiasi prodotto destinato al consumatore, anche nel quadro di una prestazione di servizi, o suscettibile, in condizioni ragionevolmente prevedibili, di essere utilizzato dal consumatore, anche se non a lui destinato, fornito o reso disponibile a titolo oneroso o gratuito nell'ambito di un'attività commerciale, indipendentemente dal fatto che sia nuovo, usato o rimesso a nuovo; tale definizione non si applica ai prodotti usati, forniti come pezzi d'antiquariato, o come prodotti da riparare o da rimettere a nuovo prima dell'utilizzazione, purchè il fornitore ne informi per iscritto la persona cui fornisce il prodotto;
 - f. **codice**: il presente decreto legislativo di riassetto delle disposizioni vigenti in materia di tutela dei consumatori.

Parte II **EDUCAZIONE, INFORMAZIONE, PUBBLICITA' ⁴**

Titolo I **EDUCAZIONE DEL CONSUMATORE**

Art. 4.

Educazione del consumatore

1. L'educazione dei consumatori e degli utenti è orientata a favorire la consapevolezza dei loro diritti e interessi, lo sviluppo dei rapporti associativi, la partecipazione ai procedimenti amministrativi, nonché la rappresentanza negli organismi esponenziali.
2. Le attività destinate all'educazione dei consumatori, svolte da soggetti pubblici o privati, non hanno finalità promozionale, sono dirette ad esplicitare le caratteristiche di beni e servizi e a rendere chiaramente percepibili benefici e costi conseguenti alla loro scelta; prendono, inoltre, in particolare considerazione le categorie di consumatori maggiormente vulnerabili.

Titolo II **INFORMAZIONI AI CONSUMATORI**

Capo I **Disposizioni Generali**

Art. 5.

Obblighi generali

1. Fatto salvo quanto disposto dall'articolo 3, comma 1, lettera a), ai fini del presente titolo, si intende per consumatore o utente anche la persona fisica alla quale sono dirette le informazioni commerciali.
2. Sicurezza, composizione e qualità dei prodotti e dei servizi costituiscono contenuto essenziale degli obblighi informativi.
3. 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.

⁴ Rubrica modificata dall'art. 1 d. l.vo 146/2007 in vigore dal 21/09/2007 il cui testo è in appendice

Capo II **Indicazione dei prodotti**

Art. 6.

Contenuto minimo delle informazioni

1. I prodotti o le confezioni dei prodotti destinati al consumatore, commercializzati sul territorio nazionale, riportano, chiaramente visibili e leggibili, almeno le indicazioni relative:
 - a. alla denominazione legale o merceologica del prodotto;
 - b. al nome o ragione sociale o marchio e alla sede legale del produttore o di un importatore stabilito nell'Unione europea;
 - c. al Paese di origine se situato fuori dell'Unione europea;
 - d. all'eventuale presenza di materiali o sostanze che possono arrecare danno all'uomo, alle cose o all'ambiente;
 - e. ai materiali impiegati ed ai metodi di lavorazione ove questi siano determinanti per la qualità o le caratteristiche merceologiche del prodotto;
 - f. alle istruzioni, alle eventuali precauzioni e alla destinazione d'uso, ove utili ai fini di fruizione e sicurezza del prodotto.

Art. 7.

Modalità di indicazione

1. Le indicazioni di cui all'articolo 6 devono figurare sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti nel momento in cui sono posti in vendita al consumatore. Le indicazioni di cui al comma 1, lettera f), dell'articolo 6 possono essere riportate, anzichè sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti, su altra documentazione illustrativa che viene fornita in accompagnamento dei prodotti stessi.

Art. 8.

Ambito di applicazione

1. Sono esclusi dall'applicazione del presente capo i prodotti oggetto di specifiche disposizioni contenute in direttive o in altre disposizioni comunitarie e nelle relative norme nazionali di recepimento.
2. Per i prodotti oggetto di disposizioni nazionali in materia di informazione del consumatore, le norme del presente capo si applicano per gli aspetti non disciplinati.

Art. 9.

Indicazioni in lingua italiana

1. Tutte le informazioni destinate ai consumatori e agli utenti devono essere rese almeno in lingua italiana.
2. Qualora le indicazioni di cui al presente titolo siano apposte in più lingue, le medesime sono apposte anche in lingua italiana e con caratteri di visibilità e leggibilità non inferiori a quelli usati per le altre lingue.
3. Sono consentite indicazioni che utilizzino espressioni non in lingua italiana divenute di uso comune.

Art. 10.

Attuazione

1. Con decreto del Ministro delle attività produttive, di concerto con il Ministro per le politiche comunitarie e con il Ministro della giustizia, sentito il parere della Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, sono adottate le norme di attuazione dell'articolo 6, al fine di assicurare, per i prodotti provenienti da Paesi dell'Unione europea, una applicazione compatibile con i principi del diritto

comunitario, precisando le categorie di prodotti o le modalità di presentazione per le quali non è obbligatorio riportare le indicazioni di cui al comma 1, lettere a) e b), dell'articolo 6. Tali disposizioni di attuazione disciplinano inoltre i casi in cui sarà consentito riportare in lingua originaria alcuni dati contenuti nelle indicazioni di cui all'articolo 6.

2. Fino alla data di entrata in vigore del decreto di cui al comma 1, restano in vigore le disposizioni di cui al decreto del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato 8 febbraio 1997, n. 101.

Art. 11.

Divieti di commercializzazione

1. È vietato il commercio sul territorio nazionale di qualsiasi prodotto o confezione di prodotto che non riporti, in forme chiaramente visibili e leggibili, le indicazioni di cui agli articoli 6, 7 e 9 del presente capo.

Art. 12.

Sanzioni

1. Fatto salvo quanto previsto nella parte IV, titolo II, e salvo che il fatto costituisca reato, per quanto attiene alle responsabilità del produttore, ai contravventori al divieto di cui all'articolo 11 si applica una sanzione amministrativa da 516 euro a 25.823 euro. La misura della sanzione è determinata, in ogni singolo caso, facendo riferimento al prezzo di listino di ciascun prodotto ed al numero delle unità poste in vendita.
2. Le sanzioni sono applicate ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689. Fermo restando quanto previsto in ordine ai poteri di accertamento degli ufficiali e degli agenti di polizia giudiziaria dall'articolo 13 della predetta legge 24 novembre 1981, n. 689, all'accertamento delle violazioni provvedono d'ufficio o su denuncia, gli organi di polizia amministrativa. Il rapporto previsto dall'articolo 17 della legge 24 novembre 1981, n. 689, è presentato all'ufficio della camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura della provincia in cui vi è la residenza o la sede legale del professionista.

Capo III

Particolari modalità di informazione

Sezione I

Indicazione dei prezzi per unità di misura

Art. 13.

Definizioni

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

stato immesso prima di essere posto in vendita, avvolta interamente o in parte in tale imballaggio ma comunque in modo che il contenuto non possa essere modificato senza che la confezione sia aperta o alterata.

Art. 14.

Campo di applicazione

1. Al fine di migliorare l'informazione del consumatore e di agevolare il raffronto dei prezzi, 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, fatto salvo quanto previsto all'articolo 16.
2. Il prezzo per unità di misura non deve essere indicato quando è identico al prezzo di vendita.
3. Per i prodotti commercializzati sfusi è indicato soltanto il prezzo per unità di misura.
4. La pubblicità in tutte le sue forme ed i cataloghi recano l'indicazione del prezzo per unità di misura quando è indicato il prezzo di vendita, fatti salvi i casi di esenzione di cui all'articolo 16.
5. La presente sezione non si applica:
 - 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.

Art. 15.

Modalità di indicazione del prezzo per unità di misura

1. Il prezzo per unità di misura si riferisce ad una quantità dichiarata conformemente alle disposizioni in vigore.
2. Per le modalità di indicazione del prezzo per unità di misura si applica quanto stabilito dall'articolo 14 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al settore del commercio.
3. Per i prodotti alimentari preconfezionati immersi in un liquido di governo, anche congelati o surgelati, il prezzo per unità di misura si riferisce al peso netto del prodotto sgocciolato.
4. È ammessa l'indicazione del prezzo per unità di misura di multipli o sottomultipli, decimali delle unità di misura, nei casi in cui taluni prodotti sono generalmente ed abitualmente commercializzati in dette quantità.
5. I prezzi dei prodotti petroliferi per uso di autotrazione, esposti e pubblicizzati presso gli impianti automatici di distribuzione dei carburanti, devono essere esclusivamente quelli effettivamente praticati ai consumatori. È fatto obbligo di esporre in modo visibile dalla carreggiata stradale i prezzi praticati al consumo.

Art. 16.

Esenzioni

1. Sono esenti dall'obbligo dell'indicazione del prezzo per unità di misura i prodotti per i quali tale indicazione non risulti utile a motivo della loro natura o della loro destinazione, o sia di natura tale da dare luogo a confusione. Sono da considerarsi tali i seguenti prodotti:
 - a. prodotti commercializzati sfusi che, in conformità alle disposizioni di esecuzione della legge 5 agosto 1981, n. 441, e successive modificazioni, recante disposizioni sulla vendita a peso netto delle merci, possono essere venduti a pezzo o a collo;
 - b. prodotti di diversa natura posti in una stessa confezione;
 - c. prodotti commercializzati nei distributori automatici;
 - d. prodotti destinati ad essere mescolati per una preparazione e contenuti in un unico imballaggio;

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

Art. 17.

Sanzioni

1. Chiunque omette di indicare il prezzo per unità di misura o non lo indica secondo quanto previsto dalla presente sezione è soggetto alla sanzione di cui all'articolo 22, comma 3, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, da irrogare con le modalità ivi previste.

Titolo III

PRATICHE COMMERCIALI, PUBBLICITÀ E ALTRE COMUNICAZIONI COMMERCIALI ⁵

Capo I

Disposizioni generali

Art. 18.

Definizioni ⁶

1. Ai fini del presente titolo, si intende per:
- a. "**consumatore**": qualsiasi persona fisica che, nelle pratiche commerciali oggetto del presente titolo, agisce per fini che non rientrano nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale;
 - b. "**professionista**": qualsiasi persona fisica o giuridica che, nelle pratiche commerciali oggetto del presente titolo, agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale e chiunque agisce in nome o per conto di un professionista;
 - c. "**prodotto**": qualsiasi bene o servizio, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni;
 - d. "**pratiche commerciali tra professionisti e consumatori**" (di seguito denominate: "pratiche commerciali"): qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale ivi compresa la pubblicità e la commercializzazione del prodotto, posta in essere da un professionista, in relazione alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori;
 - e. "**falsare in misura rilevante il comportamento economico dei consumatori**": l'impiego di una pratica commerciale idonea ad alterare sensibilmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole, inducendolo pertanto ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso;
 - f. "**codice di condotta**": un accordo o una normativa che non è imposta dalle disposizioni legislative, regolamentari o amministrative di uno Stato membro e che

⁵ Titolo modificato dall'art. 4 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

⁶ Articolo sostituito dall'art. 1 d. l.vo 146/2007 in vigore dal 21/09/2007 il cui testo è in appendice.

definisce il comportamento dei professionisti che si impegnano a rispettare tale codice in relazione a una o più pratiche commerciali o ad uno o più settori imprenditoriali specifici;

- g. "**responsabile del codice**": qualsiasi soggetto, compresi un professionista o un gruppo di professionisti, responsabile della formulazione e revisione di un codice di condotta ovvero del controllo del rispetto del codice da parte di coloro che si sono impegnati a rispettarlo;
- h. "**diligenza professionale**": il normale grado della specifica competenza ed attenzione che ragionevolmente i consumatori attendono da un professionista nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e di buona fede nel settore di attività del professionista;
- i. "**invito all'acquisto**": una comunicazione commerciale indicante le caratteristiche e il prezzo del prodotto in forme appropriate rispetto al mezzo impiegato per la comunicazione commerciale e pertanto tale da consentire al consumatore di effettuare un acquisto;
- l. "**indebito condizionamento**": lo sfruttamento di una posizione di potere rispetto al consumatore per esercitare una pressione, anche senza il ricorso alla forza fisica o la minaccia di tale ricorso, in modo da limitare notevolmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole;
- m. "**decisione di natura commerciale**": la decisione presa da un consumatore relativa a se acquistare o meno un prodotto, in che modo farlo e a quali condizioni, se pagare integralmente o parzialmente, se tenere un prodotto o disfarsene o se esercitare un diritto contrattuale in relazione al prodotto; tale decisione può portare il consumatore a compiere un'azione o all'astenersi dal compierla;
- n. "**professione regolamentata**": attività professionale, o insieme di attività professionali, l'accesso alle quali e il cui esercizio, o una delle cui modalità di esercizio, è subordinata direttamente o indirettamente, in base a disposizioni legislative, regolamentari o amministrative, al possesso di determinate qualifiche professionali.

Art. 19.

Ambito di applicazione ⁷

1. Il presente titolo si applica alle pratiche commerciali scorrette tra professionisti e consumatori poste in essere prima, durante e dopo un'operazione commerciale relativa a un prodotto.
2. Il presente titolo non pregiudica:
 - a. l'applicazione delle disposizioni normative in materia contrattuale, in particolare delle norme sulla formazione, validità od efficacia del contratto;
 - b. l'applicazione delle disposizioni normative, comunitarie o nazionali, in materia di salute e sicurezza dei prodotti;
 - c. l'applicazione delle disposizioni normative che determinano la competenza giurisdizionale;
 - d. l'applicazione delle disposizioni normative relative allo stabilimento, o ai regimi di autorizzazione, o i codici deontologici o altre norme specifiche che disciplinano le professioni regolamentate, per garantire livelli elevati di correttezza professionale.
3. In caso di contrasto, le disposizioni contenute in direttive o in altre disposizioni comunitarie e nelle relative norme nazionali di recepimento che disciplinano aspetti specifici delle pratiche commerciali scorrette prevalgono sulle disposizioni del presente titolo e si applicano a tali aspetti specifici.
4. Il presente titolo non è applicabile in materia di certificazione e di indicazioni concernenti il titolo degli articoli in metalli preziosi.

⁷ Vedi nota 6

Capo II **Pratiche commerciali scorrette**

Art. 20.

Divieto delle pratiche commerciali scorrette ⁸

1. Le pratiche commerciali scorrette sono vietate.
2. Una pratica commerciale è scorretta se è contraria alla diligenza professionale, ed è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori.
3. Le pratiche commerciali che, pur raggiungendo gruppi più ampi di consumatori, sono idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico solo di un gruppo di consumatori chiaramente individuabile, particolarmente vulnerabili alla pratica o al prodotto cui essa si riferisce a motivo della loro infermità mentale o fisica, della loro età o ingenuità, in un modo che il professionista poteva ragionevolmente prevedere, sono valutate nell'ottica del membro medio di tale gruppo. È fatta salva la pratica pubblicitaria comune e legittima consistente in dichiarazioni esagerate o in dichiarazioni che non sono destinate ad essere prese alla lettera.
4. In particolare, sono scorrette le pratiche commerciali:
 - a. ingannevoli di cui agli articoli 21, 22 e 23 o
 - b. aggressive di cui agli articoli 24, 25 e 26.
5. Gli articoli 23 e 26 riportano l'elenco delle pratiche commerciali, rispettivamente ingannevoli e aggressive, considerate in ogni caso scorrette.

SEZIONE I

Pratiche commerciali ingannevoli

Art. 21.

Azioni ingannevoli ⁹

1. È considerata ingannevole una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o è idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o più dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o è idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso:
 - a. l'esistenza o la natura del prodotto;
 - b. le caratteristiche principali del prodotto, quali la sua disponibilità, i vantaggi, i rischi, l'esecuzione, la composizione, gli accessori, l'assistenza post-vendita al consumatore e il trattamento dei reclami, il metodo e la data di fabbricazione o della prestazione, la consegna, l'idoneità allo scopo, gli usi, la quantità, la descrizione, l'origine geografica o commerciale o i risultati che si possono attendere dal suo uso, o i risultati e le caratteristiche fondamentali di prove e controlli effettuati sul prodotto;
 - c. la portata degli impegni del professionista, i motivi della pratica commerciale e la natura del processo di vendita, qualsiasi dichiarazione o simbolo relativi alla sponsorizzazione o all'approvazione dirette o indirette del professionista o del prodotto;
 - d. il prezzo o il modo in cui questo è calcolato o l'esistenza di uno specifico vantaggio quanto al prezzo;
 - e. la necessità di una manutenzione, ricambio, sostituzione o riparazione;

⁸ Vedi nota 6

⁹ Vedi nota 6

- f. la natura, le qualifiche e i diritti del professionista o del suo agente, quali l'identità, il patrimonio, le capacità, lo status, il riconoscimento, l'affiliazione o i collegamenti e i diritti di proprietà industriale, commerciale o intellettuale o i premi e i riconoscimenti;
 - g. i diritti del consumatore, incluso il diritto di sostituzione o di rimborso ai sensi dell'articolo 130 del presente Codice.
2. È altresì considerata ingannevole una pratica commerciale che, nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, induce o è idonea ad indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso e comporti:
 - a. una qualsivoglia attività di commercializzazione del prodotto che ingenera confusione con i prodotti, i marchi, la denominazione sociale e altri segni distintivi di un concorrente, ivi compresa la pubblicità comparativa illecita;
 - b. il mancato rispetto da parte del professionista degli impegni contenuti nei codici di condotta che il medesimo si è impegnato a rispettare, ove si tratti di un impegno fermo e verificabile, e il professionista indichi in una pratica commerciale che è vincolato dal codice.
 3. È considerata scorretta la pratica commerciale che, riguardando prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, omette di darne notizia in modo da indurre i consumatori a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza.
 4. È considerata, altresì, scorretta la pratica commerciale che, in quanto suscettibile di raggiungere bambini ed adolescenti, può, anche indirettamente, minacciare la loro sicurezza.

Art. 22.

Omissioni ingannevoli ¹⁰

1. È considerata ingannevole una pratica commerciale che nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, nonché dei limiti del mezzo di comunicazione impiegato, omette informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno in tale contesto per prendere una decisione consapevole di natura commerciale e induce o è idonea ad indurre in tal modo il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.
2. Una pratica commerciale è altresì considerata un'omissione ingannevole quando un professionista occulta o presenta in modo oscuro, incomprensibile, ambiguo o intempestivo le informazioni rilevanti di cui al comma 1, tenendo conto degli aspetti di cui al detto comma, o non indica l'intento commerciale della pratica stessa qualora questi non risultino già evidente dal contesto nonché quando, nell'uno o nell'altro caso, ciò induce o è idoneo a indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.
3. Qualora il mezzo di comunicazione impiegato per la pratica commerciale imponga restrizioni in termini di spazio o di tempo, nel decidere se vi sia stata un'omissione di informazioni, si tiene conto di dette restrizioni e di qualunque misura adottata dal professionista per rendere disponibili le informazioni ai consumatori con altri mezzi.
4. Nel caso di un invito all'acquisto sono considerate rilevanti, ai sensi del comma 1, le informazioni seguenti, qualora non risultino già evidenti dal contesto:
 - a. le caratteristiche principali del prodotto in misura adeguata al mezzo di comunicazione e al prodotto stesso;
 - b. l'indirizzo geografico e l'identità del professionista, come la sua denominazione sociale e, ove questa informazione sia pertinente, l'indirizzo geografico e l'identità del professionista per conto del quale egli agisce;
 - c. il prezzo comprensivo delle imposte o, se la natura del prodotto comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo

¹⁰ Vedi nota 6

- del prezzo e, se del caso, 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. le modalità di pagamento, consegna, esecuzione e trattamento dei reclami qualora esse siano difformi dagli obblighi imposti dalla diligenza professionale;
 - e. l'esistenza di un diritto di recesso o scioglimento del contratto per i prodotti e le operazioni commerciali che comportino tale diritto.
5. Sono considerati rilevanti, ai sensi del comma 1, gli obblighi di informazione, previsti dal diritto comunitario, connessi alle comunicazioni commerciali, compresa la pubblicità o la commercializzazione del prodotto.

Art. 23.

Pratiche commerciali considerate in ogni caso ingannevoli ¹¹

1. Sono considerate in ogni caso ingannevoli le seguenti pratiche commerciali:
 - a. affermazione non rispondente al vero, da parte di un professionista, di essere firmatario di un codice di condotta;
 - b. esibire un marchio di fiducia, un marchio di qualità o un marchio equivalente senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione;
 - c. asserire, contrariamente al vero, che un codice di condotta ha l'approvazione di un organismo pubblico o di altra natura;
 - d. asserire, contrariamente al vero, che un professionista, le sue pratiche commerciali o un suo prodotto sono stati autorizzati, accettati o approvati, da un organismo pubblico o privato o che sono state rispettate le condizioni dell'autorizzazione, dell'accettazione o dell'approvazione ricevuta;
 - e. invitare all'acquisto di prodotti ad un determinato prezzo senza rivelare l'esistenza di ragionevoli motivi che il professionista può avere per ritenere che non sarà in grado di fornire o di far fornire da un altro professionista quei prodotti o prodotti equivalenti a quel prezzo entro un periodo e in quantità ragionevoli in rapporto al prodotto, all'entità della pubblicità fatta del prodotto e al prezzo offerti;
 - f. invitare all'acquisto di prodotti ad un determinato prezzo e successivamente:
 1. rifiutare di mostrare l'articolo pubblicizzato ai consumatori, oppure
 2. rifiutare di accettare ordini per l'articolo o di consegnarlo entro un periodo di tempo ragionevole, oppure
 3. fare la dimostrazione dell'articolo con un campione difettoso, con l'intenzione di promuovere un altro prodotto.
 - g. dichiarare, contrariamente al vero, che il prodotto sarà disponibile solo per un periodo molto limitato o che sarà disponibile solo a condizioni particolari per un periodo di tempo molto limitato, in modo da ottenere una decisione immediata e privare i consumatori della possibilità o del tempo sufficiente per rendere una decisione consapevole;
 - h. impegnarsi a fornire l'assistenza post-vendita a consumatori con i quali il professionista ha comunicato prima dell'operazione commerciale in una lingua diversa dalla lingua ufficiale dello Stato membro in cui il professionista è stabilito e poi offrire concretamente tale servizio soltanto in un'altra lingua, senza che questo sia chiaramente comunicato al consumatore prima del suo impegno a concludere l'operazione;
 - i. affermare, contrariamente al vero, o generare comunque l'impressione che la vendita del prodotto è lecita;
 - l. presentare i diritti conferiti ai consumatori dalla legge come una caratteristica propria dell'offerta fatta dal professionista;
 - m. salvo quanto previsto dal decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni, impiegare contenuti redazionali nei mezzi di comunicazione per

¹¹ Vedi nota 6

- promuovere un prodotto, qualora i costi di tale promozione siano stati sostenuti dal professionista senza che ciò emerga dai contenuti o da immagini o suoni chiaramente individuabili per il consumatore;
- n. formulare affermazioni di fatto inesatte per quanto riguarda la natura e la portata dei rischi per la sicurezza personale del consumatore o della sua famiglia se egli non acquistasse il prodotto;
 - o. promuovere un prodotto simile a quello fabbricato da un altro produttore in modo tale da fuorviare deliberatamente il consumatore inducendolo a ritenere, contrariamente al vero, che il prodotto è fabbricato dallo stesso produttore;
 - p. avviare, gestire o promuovere un sistema di promozione a carattere piramidale nel quale il consumatore fornisce un contributo in cambio della possibilità di ricevere un corrispettivo derivante principalmente dall'entrata di altri consumatori nel sistema piuttosto che dalla vendita o dal consumo di prodotti;
 - q. affermare, contrariamente al vero, che il professionista è in procinto di cessare l'attività o traslocare;
 - r. affermare che alcuni prodotti possono facilitare la vincita in giochi basati sulla sorte;
 - s. affermare, contrariamente al vero, che un prodotto ha la capacità di curare malattie, disfunzioni o malformazioni;
 - t. comunicare informazioni inesatte sulle condizioni di mercato o sulla possibilità di ottenere il prodotto allo scopo d'indurre il consumatore all'acquisto a condizioni meno favorevoli di quelle normali di mercato;
 - u. affermare in una pratica commerciale che si organizzano concorsi o promozioni a premi senza attribuire i premi descritti o un equivalente ragionevole;
 - v. descrivere un prodotto come gratuito o senza alcun onere, se il consumatore deve pagare un supplemento di prezzo rispetto al normale costo necessario per rispondere alla pratica commerciale e ritirare o farsi recapitare il prodotto;
 - z. includere nel materiale promozionale una fattura o analoga richiesta di pagamento che lasci intendere, contrariamente al vero, al consumatore di aver già ordinato il prodotto;
 - aa. dichiarare o lasciare intendere, contrariamente al vero, che il professionista non agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, o presentarsi, contrariamente al vero, come consumatore;
 - bb. lasciare intendere, contrariamente al vero, che i servizi post-vendita relativi a un prodotto siano disponibili in uno Stato membro diverso da quello in cui è venduto il prodotto.

SEZIONE II

Pratiche commerciali aggressive

Art. 24.

Pratiche commerciali aggressive¹²

1. È considerata aggressiva una pratica commerciale che, nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, mediante molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica o indebito condizionamento, limita o è idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto e, pertanto, lo induce o è idonea ad indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

¹² Vedi nota 6

Art. 25.

Ricorso a molestie coercizione o indebito condizionamento¹³

1. Nel determinare se una pratica commerciale comporta, ai fini del presente capo, molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica, o indebito condizionamento, sono presi in considerazione i seguenti elementi:
 - a. i tempi, il luogo, la natura o la persistenza;
 - b. il ricorso alla minaccia fisica o verbale;
 - c. lo sfruttamento da parte del professionista di qualsivoglia evento tragico o circostanza specifica di gravità tale da alterare la capacità di valutazione del consumatore, al fine di influenzarne la decisione relativa al prodotto;
 - d. qualsiasi ostacolo non contrattuale, oneroso o sproporzionato, imposto dal professionista qualora un consumatore intenda esercitare diritti contrattuali, compresi il diritto di risolvere un contratto o quello di cambiare prodotto o rivolgersi ad un altro professionista;
 - e. qualsiasi minaccia di promuovere un'azione legale ove tale azione sia manifestamente temeraria o infondata.

Art. 26.

Pratiche commerciali considerate in ogni caso aggressive¹⁴

1. Sono considerate in ogni caso aggressive le seguenti pratiche commerciali:
 - a. creare l'impressione che il consumatore non possa lasciare i locali commerciali fino alla conclusione del contratto;
 - b. effettuare visite presso l'abitazione del consumatore, ignorando gli inviti del consumatore a lasciare la sua residenza o a non ritornarvi, fuorchè nelle circostanze e nella misura in cui siano giustificate dalla legge nazionale ai fini dell'esecuzione di un'obbligazione contrattuale;
 - c. effettuare ripetute e non richieste sollecitazioni commerciali per telefono, via fax, per posta elettronica o mediante altro mezzo di comunicazione a distanza, fuorchè nelle circostanze e nella misura in cui siano giustificate dalla legge nazionale ai fini dell'esecuzione di un'obbligazione contrattuale, fatti salvi l'articolo 58 e l'articolo 130 del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196;
 - d. imporre al consumatore che intenda presentare una richiesta di risarcimento del danno in virtù di una polizza di assicurazione di esibire documenti che non possono ragionevolmente essere considerati pertinenti per stabilire la fondatezza della richiesta, o omettere sistematicamente di rispondere alla relativa corrispondenza, al fine di dissuadere un consumatore dall'esercizio dei suoi diritti contrattuali;
 - e. salvo quanto previsto dal decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni, includere in un messaggio pubblicitario un'esortazione diretta ai bambini affinché acquistino o convincano i genitori o altri adulti ad acquistare loro i prodotti reclamizzati;
 - f. esigere il pagamento immediato o differito o la restituzione o la custodia di prodotti che il professionista ha fornito, ma che il consumatore non ha richiesto, salvo quanto previsto dall'articolo 54, comma 2, secondo periodo;
 - g. informare esplicitamente il consumatore che, se non acquista il prodotto o il servizio saranno in pericolo il lavoro o la sussistenza del professionista;
 - h. lasciare intendere, contrariamente al vero, che il consumatore abbia già vinto, vincerà o potrà vincere compiendo una determinata azione un premio o una vincita equivalente, mentre in effetti non esiste alcun premio nè vincita equivalente oppure che qualsiasi azione volta a reclamare il premio o altra vincita equivalente è

¹³ Vedi nota 6

¹⁴ Vedi nota 6

subordinata al versamento di denaro o al sostenimento di costi da parte del consumatore.

Capo III Applicazione

Art. 27.

Tutela amministrativa e giurisdizionale ¹⁵

1. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, di seguito denominata "Autorità", esercita le attribuzioni disciplinate dal presente articolo anche quale autorità competente per l'applicazione del regolamento 2006/2004/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 ottobre 2004, sulla cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa che tutela i consumatori, nei limiti delle disposizioni di legge.
2. L'Autorità, d'ufficio o su istanza di ogni soggetto o organizzazione che ne abbia interesse, inibisce la continuazione delle pratiche commerciali scorrette e ne elimina gli effetti. A tale fine, l'Autorità si avvale dei poteri investigativi ed esecutivi di cui al citato regolamento 2006/2004/CE anche in relazione alle infrazioni non transfrontaliere. Per lo svolgimento dei compiti di cui al comma 1 l'Autorità può avvalersi della Guardia di finanza che agisce con i poteri ad essa attribuiti per l'accertamento dell'imposta sul valore aggiunto e dell'imposta sui redditi. L'intervento dell'Autorità è indipendente dalla circostanza che i consumatori interessati si trovino nel territorio dello Stato membro in cui è stabilito il professionista o in un altro Stato membro.
3. L'Autorità può disporre, con provvedimento motivato, la sospensione provvisoria delle pratiche commerciali scorrette, laddove sussiste particolare urgenza. In ogni caso, comunica l'apertura dell'istruttoria al professionista e, se il committente non è conosciuto, può richiedere al proprietario del mezzo che ha diffuso la pratica commerciale ogni informazione idonea ad identificarlo. L'Autorità può, altresì, richiedere a imprese, enti o persone che ne siano in possesso le informazioni ed i documenti rilevanti al fine dell'accertamento dell'infrazione. Si applicano le disposizioni previste dall'articolo 14, commi 2, 3 e 4, della legge 10 ottobre 1990, n. 287.
4. In caso di inottemperanza, senza giustificato motivo, a quanto disposto dall'Autorità ai sensi dell'articolo 14, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 2.000,00 euro a 20.000,00 euro. Qualora le informazioni o la documentazione fornite non siano veritiere, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 4.000,00 euro a 40.000,00 euro.
5. L'Autorità può disporre che il professionista fornisca prove sull'esattezza dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale se, tenuto conto dei diritti o degli interessi legittimi del professionista e di qualsiasi altra parte nel procedimento, tale esigenza risulti giustificata, date le circostanze del caso specifico. Se tale prova è omessa o viene ritenuta insufficiente, i dati di fatto sono considerati inesatti. Incombe, in ogni caso, al professionista l'onere di provare, con allegazioni fattuali, che egli non poteva ragionevolmente prevedere l'impatto della pratica commerciale sui consumatori, ai sensi dell'articolo 20, comma 3.
6. Quando la pratica commerciale è stata o deve essere diffusa 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.
7. Ad eccezione dei casi di manifesta scorrettezza e gravità della pratica commerciale, l'Autorità può ottenere dal professionista responsabile l'assunzione dell'impegno di porre

¹⁵ Vedi nota 6

fine all'infrazione, cessando la diffusione della stessa o modificandola in modo da eliminare i profili di illegittimità. L'Autorità può disporre la pubblicazione della dichiarazione dell'impegno in questione a cura e spese del professionista. In tali ipotesi, l'Autorità, valutata l'idoneità di tali impegni, può renderli obbligatori per il professionista e definire il procedimento senza procedere all'accertamento dell'infrazione.

8. L'Autorità, se ritiene la pratica commerciale scorretta, vieta la diffusione, qualora non ancora portata a conoscenza del pubblico, o la continuazione, qualora la pratica sia già iniziata. Con il medesimo provvedimento può essere disposta, a cura e spese del professionista, la pubblicazione della delibera, anche per estratto, ovvero di un'apposita dichiarazione rettificativa, in modo da impedire che le pratiche commerciali scorrette continuino a produrre effetti.
9. Con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone inoltre l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000,00 euro a 500.000,00 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione. Nel caso di pratiche commerciali scorrette ai sensi dell'articolo 21, commi 3 e 4, la sanzione non può essere inferiore a 50.000,00 euro.
10. Nei casi riguardanti comunicazioni commerciali inserite sulle confezioni di prodotti, l'Autorità, nell'adottare i provvedimenti indicati nei commi 3 e 8, assegna per la loro esecuzione un termine che tenga conto dei tempi tecnici necessari per l'adeguamento.
11. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, con proprio regolamento, disciplina la procedura istruttoria, in modo da garantire il contraddittorio, la piena cognizione degli atti e la verbalizzazione.
12. In caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti di cui ai commi 3, 8 e 10 ed in caso di mancato rispetto degli impegni assunti ai sensi del comma 7, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività d'impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.
13. I ricorsi avverso le decisioni adottate dall'Autorità sono soggetti alla giurisdizione esclusiva del giudice amministrativo. Per le sanzioni amministrative pecuniarie conseguenti alle violazioni del presente decreto si osservano, in quanto applicabili, le disposizioni contenute nel capo I, sezione I, e negli articoli 26, 27, 28 e 29 della legge 24 novembre 1981, n. 689, e successive modificazioni. Il pagamento delle sanzioni amministrative di cui al presente articolo deve essere effettuato entro trenta giorni dalla notifica del provvedimento dell'Autorità.
14. Ove la pratica commerciale sia stata assentita con provvedimento amministrativo, preordinato anche alla verifica del carattere non scorretto della stessa, la tutela dei soggetti e delle organizzazioni che vi abbiano interesse, è esperibile in via giurisdizionale con ricorso al giudice amministrativo avverso il predetto provvedimento.
15. 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 dei marchi 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.

Art. 27-bis
Codici di condotta¹⁶

1. Le associazioni o le organizzazioni imprenditoriali e professionali possono adottare, in relazione a una o più pratiche commerciali o ad uno o più settori imprenditoriali specifici, appositi codici di condotta che definiscono il comportamento dei professionisti che si impegnano a rispettare tali codici con l'indicazione del soggetto responsabile o dell'organismo incaricato del controllo della loro applicazione.
2. Il codice di condotta è redatto in lingua italiana e inglese ed è reso accessibile dal soggetto o organismo responsabile al consumatore, anche per via telematica.
3. Nella redazione di codici di condotta deve essere garantita almeno la protezione dei minori e salvaguardata la dignità umana.
4. I codici di condotta di cui al comma 1 sono comunicati, per la relativa adesione, agli operatori dei rispettivi settori e conservati ed aggiornati a cura del responsabile del codice, con l'indicazione degli aderenti.
5. Dell'esistenza del codice di condotta, dei suoi contenuti e dell'adesione il professionista deve preventivamente informare i consumatori.

Art. 27-ter
Autodisciplina¹⁷

1. I consumatori, i concorrenti, anche tramite le loro associazioni o organizzazioni, prima di avviare la procedura di cui all'articolo 27, possono convenire con il professionista di adire preventivamente, il soggetto responsabile o l'organismo incaricato del controllo del codice di condotta relativo ad uno specifico settore la risoluzione concordata della controversia volta a vietare o a far cessare la continuazione della pratica commerciale scorretta.
2. In ogni caso il ricorso ai sensi del presente articolo, qualunque sia l'esito della procedura, non pregiudica il diritto del consumatore di adire l'Autorità, ai sensi dell'articolo 27, o il giudice competente.
3. Iniziata la procedura davanti ad un organismo di autodisciplina, le parti possono convenire di astenersi dall'adire l'Autorità fino alla pronuncia definitiva, ovvero possono chiedere la sospensione del procedimento innanzi all'Autorità, ove lo stesso sia stato attivato anche da altro soggetto legittimato, in attesa della pronuncia dell'organismo di autodisciplina. L'Autorità, valutate tutte le circostanze, può disporre la sospensione del procedimento per un periodo non superiore a trenta giorni.

Art. 27-quater
Oneri di informazione¹⁸

1. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato e le associazioni o le organizzazioni imprenditoriali e professionali di cui all'articolo 27-bis, comunicano periodicamente al Ministero dello sviluppo economico le decisioni adottate ai sensi del presente titolo.
2. Il Ministero dello sviluppo economico provvederà affinché sul proprio sito siano disponibili:
 - a. le informazioni generali sulle procedure relative ai meccanismi di reclamo e ricorso disponibili in caso di controversie, nonché sui codici di condotta adottati ai sensi dell'articolo 27-bis;
 - b. gli estremi delle Autorità, organizzazioni o associazioni presso le quali si possono ottenere ulteriori informazioni o assistenza;
 - c. gli estremi e la sintesi delle decisioni significative riguardo a controversie, comprese quelle adottate dagli organi di composizione extragiudiziale.

¹⁶ Articolo inserito dall'art. 1 d. l.vo 146/2007 in vigore dal 21/09/2007 il cui testo è in appendice.

¹⁷ Vedi nota 16

¹⁸ Vedi nota 16

Titolo IV
Particolari modalità della comunicazione pubblicitaria

Capo I
Rafforzamento della tutela del consumatore in materia di televendite

Art. 28.

Ambito di applicazione

1. Le disposizioni della presente sezione si applicano alle televendite, come definite nel regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite, adottato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001, comprese quelle di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili e di servizi relativi a concorsi o giochi comportanti ovvero strutturati in guisa di pronostici. Le medesime disposizioni si applicano altresì agli spot di televendita.

Art. 29.

Prescrizioni

1. Le televendite devono evitare ogni forma di sfruttamento della superstizione, della credulità o della paura, 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.

Art. 30.

Divieti

1. È vietata la televendita che offenda la dignità umana, comporti discriminazioni di razza, sesso o nazionalità, offenda convinzioni religiose e politiche, induca a comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza o la protezione dell'ambiente. È vietata la televendita di sigarette o di altri prodotti a base di tabacco.
2. 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.

Art. 31.

Tutela dei minori

1. 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.

Art. 32.

Sanzioni

1. Salvo che il fatto costituisca reato, e fatte salve le disposizioni ed il regime sanzionatorio stabiliti per i contratti a distanza, così come disciplinati alla parte III, titolo III, capo I, sezione II, dall'articolo 50 all'articolo 61, del codice, nonché le ulteriori disposizioni stabilite in materia di pubblicità, alle televendite sono applicabili

altresì le sanzioni di cui all'articolo 2, comma 20, lettera c), della legge 14 novembre 1995, n. 481, e di cui all'articolo 1, comma 31, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

Parte III IL RAPPORTO DI CONSUMO

Titolo I DEI CONTRATTI DEL CONSUMATORE IN GENERALE

Art. 33.

Clausole vessatorie nel contratto tra professionista e consumatore

1. Nel contratto concluso tra il consumatore ed il professionista si considerano vessatorie le clausole che, malgrado la buona fede, determinano a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.
2. Si presumono vessatorie fino a prova contraria le clausole che hanno per oggetto, o per effetto, di:
 - a. escludere o limitare la responsabilità del professionista in caso di morte o danno¹⁹ alla persona del consumatore, risultante da un fatto o da un'omissione del professionista;
 - b. escludere o limitare le azioni o i diritti del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista;
 - c. escludere o limitare l'opportunità da parte del consumatore della compensazione di un debito nei confronti del professionista con un credito vantato nei confronti di quest'ultimo;
 - d. prevedere un impegno definitivo del consumatore mentre l'esecuzione della prestazione del professionista è subordinata ad una condizione il cui adempimento dipende unicamente dalla sua volontà;
 - e. consentire al professionista di trattenere una somma di denaro versata dal consumatore se quest'ultimo non conclude il contratto o recede da esso, senza prevedere il diritto del consumatore di esigere dal professionista il doppio della somma corrisposta se è quest'ultimo a non concludere il contratto oppure a recedere;
 - f. imporre al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell'adempimento, il pagamento di una somma di denaro a titolo di risarcimento, clausola penale o altro titolo equivalente d'importo manifestamente eccessivo;
 - g. riconoscere al solo professionista e non anche al consumatore la facoltà di recedere dal contratto, nonchè consentire al professionista di trattenere anche solo in parte la somma versata dal consumatore a titolo di corrispettivo per prestazioni non ancora adempiute, quando sia il professionista a recedere dal contratto;
 - h. consentire al professionista di recedere da contratti a tempo indeterminato senza un ragionevole preavviso, tranne nel caso di giusta causa;
 - i. stabilire un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare la tacita proroga o rinnovazione;
 - l. prevedere l'estensione dell'adesione del consumatore a clausole che non ha avuto la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto;
 - m. consentire al professionista di modificare unilateralmente le clausole del contratto, ovvero le caratteristiche del prodotto o del servizio da fornire, senza un giustificato motivo indicato nel contratto stesso;

¹⁹ Termine modificato dall'art. 5 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

- n. stabilire che il prezzo dei beni o dei servizi sia determinato al momento della consegna o della prestazione;
 - o. consentire al professionista di aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto;
 - p. riservare al professionista il potere di accertare la conformità del bene venduto o del servizio prestato a quello previsto nel contratto o conferirgli il diritto esclusivo d'interpretare una clausola qualsiasi del contratto;
 - q. limitare la responsabilità del professionista rispetto alle obbligazioni derivanti dai contratti stipulati in suo nome dai mandatari o subordinare l'adempimento delle suddette obbligazioni al rispetto di particolari formalità;
 - r. limitare o escludere l'opponibilità dell'eccezione d'inadempimento da parte del consumatore;
 - s. consentire al professionista di sostituire a sè un terzo nei rapporti derivanti dal contratto, anche nel caso di preventivo consenso del consumatore, qualora risulti diminuita la tutela dei diritti di quest'ultimo;
 - t. sancire a carico del consumatore decadenze, limitazioni della facoltà di opporre eccezioni, deroghe alla competenza dell'Autorità giudiziaria, limitazioni all'adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell'onere della prova, restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti con i terzi;
 - u. stabilire come sede del foro competente sulle controversie località diversa da quella di residenza o domicilio elettivo del consumatore;
 - v. prevedere l'alienazione di un diritto o l'assunzione di un obbligo come subordinati ad una condizione sospensiva dipendente dalla mera volontà del professionista a fronte di un'obbligazione immediatamente efficace del consumatore. È fatto salvo il disposto dell'articolo 1355 del codice civile.
3. Se il contratto ha ad oggetto la prestazione di servizi finanziari a tempo indeterminato il professionista può, in deroga alle lettere h) e m) del comma 2:
 - a. recedere, qualora vi sia un giustificato motivo, senza preavviso, dandone immediata comunicazione al consumatore;
 - b. modificare, qualora sussista un giustificato motivo, le condizioni del contratto, preavvisando entro un congruo termine il consumatore, che ha diritto di recedere dal contratto.
 4. Se il contratto ha ad oggetto la prestazione di servizi finanziari il professionista può modificare, senza preavviso, semprechè vi sia un giustificato motivo in deroga alle lettere n) e o) del comma 2, il tasso di interesse o l'importo di qualunque altro onere relativo alla prestazione finanziaria originariamente convenuti, dandone immediata comunicazione al consumatore che ha diritto di recedere dal contratto.
 5. Le lettere h), m), n) e o) del comma 2 non si applicano ai contratti aventi ad oggetto valori mobiliari, strumenti finanziari ed altri prodotti o servizi il cui prezzo è collegato alle fluttuazioni di un corso e di un indice di borsa o di un tasso di mercato finanziario non controllato dal professionista, nonchè la compravendita di valuta estera, di assegni di viaggio o di vaglia postali internazionali emessi in valuta estera.
 6. Le lettere n) e o) del comma 2 non si applicano alle clausole di indicizzazione dei prezzi, ove consentite dalla legge, a condizione che le modalità di variazione siano espressamente descritte.

Art. 34.

Accertamento della vessatorietà delle clausole

1. La vessatorietà di una clausola è valutata tenendo conto della natura del bene o del servizio oggetto del contratto e facendo riferimento alle circostanze esistenti al momento

- della sua conclusione ed alle altre clausole del contratto medesimo o di un altro collegato o da cui dipende.
2. La valutazione del carattere vessatorio della clausola non attiene alla determinazione dell'oggetto del contratto, nè all'adeguatezza del corrispettivo dei beni e dei servizi, purchè tali elementi siano individuati in modo chiaro e comprensibile.
 3. Non sono vessatorie le clausole che riproducono disposizioni di legge ovvero che siano riprodottrici di disposizioni o attuative di principi contenuti in convenzioni internazionali delle quali siano parti contraenti tutti gli Stati membri dell'Unione europea o l'Unione europea.
 4. Non sono vessatorie le clausole o gli elementi di clausola che siano stati oggetto di trattativa individuale.
 5. Nel contratto concluso mediante sottoscrizione di moduli o formulari predisposti per disciplinare in maniera uniforme determinati rapporti contrattuali, incombe sul professionista l'onere di provare che le clausole, o gli elementi di clausola, malgrado siano dal medesimo unilateralmente predisposti, siano stati oggetto di specifica trattativa con il consumatore.

Art. 35.

Forma e interpretazione

1. Nel caso di contratti di cui tutte le clausole o talune clausole siano proposte al consumatore per iscritto, tali clausole devono sempre essere redatte in modo chiaro e comprensibile.
2. In caso di dubbio sul senso di una clausola, prevale l'interpretazione più favorevole al consumatore.
3. La disposizione di cui al comma 2 non si applica nei casi di cui all'articolo 37.

Art. 36.

Nullità di protezione

1. Le clausole considerate vessatorie ai sensi degli articoli 33 e 34 sono nulle mentre il contratto rimane valido per il resto.
2. Sono nulle le clausole che, quantunque oggetto di trattativa, abbiano per oggetto o per effetto di:
 - a. escludere o limitare la responsabilità del professionista in caso di morte o danno alla persona del consumatore, risultante da un fatto o da un'omissione del professionista;
 - b. escludere o limitare le azioni del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista;
 - c. prevedere l'adesione del consumatore come estesa a clausole che non ha avuto, di fatto, la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto.
3. La nullità opera soltanto a vantaggio del consumatore e può essere rilevata d'ufficio dal giudice.
4. 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.
5. È 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 titolo, laddove il contratto presenti un collegamento più stretto con il territorio di uno Stato membro dell'Unione europea.

Art. 37.

Azione inibitoria

1. Le associazioni rappresentative dei consumatori, di cui all'articolo 137, le associazioni rappresentative dei professionisti e le camere di commercio, industria, artigianato e

agricoltura, possono convenire in giudizio il professionista o l'associazione di professionisti che utilizzano, o che raccomandano l'utilizzo di condizioni generali di contratto e richiedere al giudice competente che inibisca l'uso delle condizioni di cui sia accertata l'abusività ai sensi del presente titolo.

2. L'inibitoria può essere concessa, quando ricorrono giusti motivi di urgenza, ai sensi degli articoli 669-bis e seguenti del codice di procedura civile.
3. Il giudice può ordinare che il provvedimento sia pubblicato in uno o più giornali, di cui uno almeno a diffusione nazionale.
4. Per quanto non previsto dal presente articolo, alle azioni inibitorie esercitate dalle associazioni dei consumatori di cui al comma 1, si applicano le disposizioni dell'articolo 140.

Art. 38.

Rinvio

1. Per quanto non previsto dal presente²⁰ codice, ai contratti conclusi tra il consumatore ed il professionista si applicano le disposizioni del codice civile.

Titolo II ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ COMMERCIALE

Capo I

Disposizioni generali

Art. 39.

Regole nelle attività commerciali

1. Le attività commerciali sono improntate al rispetto dei principi di buona fede, di correttezza e di lealtà, valutati anche alla stregua delle esigenze di protezione delle categorie di consumatori.

Capo II

Promozione delle vendite

Sezione I

Credito al consumo

Art. 40.

Credito al consumo

1. Il Comitato interministeriale per il credito e il risparmio (CICR) provvede ad adeguare la normativa nazionale alla direttiva 98/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 febbraio 1998, che modifica la direttiva 87/102/CEE, relativa al ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di credito al consumo, con particolare riguardo alla previsione di indicare il Tasso annuo effettivo globale (TAEG) mediante un esempio tipico.

Art. 41.

Tasso annuo effettivo globale e pubblicità

1. Ai fini di cui all'articolo 40, il CICR, apporta, ai sensi degli articoli 122, comma 2, e 123, comma 2, del testo unico della legge in materia bancaria e creditizia, di cui al decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, e successive modificazioni, le necessarie modifiche

²⁰ Termine aggiunto dall'art. 6 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

alla disciplina recata dal decreto del Ministro del tesoro in data 8 luglio 1992, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 169 del 20 luglio 1992.

Art. 42.

Inadempimento del fornitore

1. Nei casi di inadempimento del fornitore di beni e servizi, il consumatore che abbia effettuato inutilmente la costituzione in mora ha diritto di agire contro il finanziatore nei limiti del credito concesso, a condizione che vi sia un accordo che attribuisce al finanziatore l'esclusiva per la concessione di credito ai clienti del fornitore. La responsabilità si estende anche al terzo, al quale il finanziatore abbia ceduto i diritti derivanti dal contratto di concessione del credito.

Art. 43.

Rinvio al testo unico bancario

1. Per la restante disciplina del credito al consumo si fa rinvio ai capi II e III del titolo VI del citato decreto legislativo n. 385 del 1993, e successive modificazioni, nonché agli articoli 144 e 145 del medesimo testo unico per l'applicazione delle relative sanzioni.

Titolo III

MODALITÀ CONTRATTUALI

Art. 44.

Contratti negoziati nei locali commerciali. Rinvio

1. Ove non diversamente disciplinato dal presente codice, per la disciplina del settore del commercio si fa rinvio al decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59.

Capo I

Particolari modalità di conclusione del contratto

Sezione I

Contratti negoziati fuori dei locali commerciali

Art. 45.

Campo di applicazione

1. La presente sezione disciplina i contratti tra un professionista ed un consumatore, riguardanti la fornitura di beni o la prestazione di servizi, in qualunque forma conclusi, 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.
2. Le disposizioni della presente sezione si applicano anche nel caso di proposte contrattuali sia vincolanti che non vincolanti effettuate dal consumatore in condizioni analoghe a quelle specificate nel comma 1, per le quali non sia ancora intervenuta l'accettazione del professionista.

3. Ai contratti di cui al comma 1, lettera d), si applicano, se più favorevoli, le disposizioni di cui alla sezione II.

Art. 46.

Esclusioni

1. Sono esclusi dall'applicazione delle disposizioni della presente sezione:
 - a. i contratti per la costruzione, vendita e locazione di beni immobili ed i contratti relativi ad altri diritti concernenti beni immobili, con eccezione dei contratti relativi alla fornitura di merci e alla loro incorporazione in beni immobili e dei contratti relativi alla riparazione di beni immobili;
 - b. i contratti relativi alla fornitura di prodotti alimentari o bevande o di altri prodotti di uso domestico corrente consegnati a scadenze frequenti e regolari;
 - c. i contratti di assicurazione;
 - d. i contratti relativi a strumenti finanziari.
2. Sono esclusi dall'applicazione della presente sezione anche i contratti aventi ad oggetto la fornitura di beni o la prestazione di servizi per i quali il corrispettivo globale che deve essere pagato da parte del consumatore non supera l'importo di 26 euro, comprensivo di oneri fiscali ed al netto di eventuali spese accessorie che risultino specificamente individuate nella nota d'ordine o nel catalogo o altro documento illustrativo, con indicazione della relativa causale. Si applicano comunque le disposizioni della presente sezione nel caso di più contratti stipulati contestualmente tra le medesime parti, qualora l'entità del corrispettivo globale, indipendentemente dall'importo dei singoli contratti, superi l'importo di 26 euro.

Art. 47.

Informazione sul diritto di recesso

1. Per i contratti e per le proposte contrattuali soggetti alle disposizioni della presente sezione, il professionista deve informare il consumatore del diritto di cui agli articoli da 64 a 67.

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, nonchè l'indicazione del soggetto al quale deve essere restituito il prodotto eventualmente già consegnato, se diverso.
2. Qualora il contratto preveda che l'esercizio del diritto di recesso non sia soggetto ad alcun termine o modalità, l'informazione deve comunque contenere gli elementi indicati nella lettera b) del comma 1.
3. Per i contratti di cui all'articolo 45, comma 1, lettere a), b) e c), qualora sia sottoposta al consumatore, per la sottoscrizione, una nota d'ordine, comunque denominata, l'informazione di cui al comma 1 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.
4. Qualora non venga predisposta una nota d'ordine, l'informazione deve essere comunque fornita al momento della stipulazione del contratto ovvero all'atto della formulazione della proposta, nell'ipotesi prevista dall'articolo 45, comma 2, ed il relativo documento deve contenere, in caratteri chiaramente leggibili, oltre agli elementi di cui al comma 1, l'indicazione del luogo e della data in cui viene consegnato al consumatore, nonchè gli

- elementi necessari per identificare il contratto. Di tale documento il professionista può richiederne una copia sottoscritta dal consumatore.
5. Per i contratti di cui all'articolo 45, comma 1, lettera d), 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 degli elementi di cui al comma 1, 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.
 6. Il professionista non potrà accettare, a titolo di corrispettivo, effetti cambiari che abbiano una scadenza inferiore a quindici giorni dalla stipulazione del contratto e non potrà presentarli allo sconto prima di tale termine.

Art. 48.

Esclusione del recesso

1. Per i contratti riguardanti la prestazione di servizi, il diritto di recesso non può essere esercitato nei confronti delle prestazioni che siano state già eseguite.

Art. 49.

Norme applicabili

1. Alle vendite di cui alla presente sezione si applicano le disposizioni di cui agli articoli 18, 19 e 20 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al settore del commercio.

Sezione II

Contratti a distanza

Art. 50.

Definizioni

1. Ai fini della presente sezione si intende per:
 - a. **contratto a distanza**: il contratto avente per oggetto beni o servizi stipulato tra un professionista e un consumatore nell'ambito di un sistema di vendita o di prestazione di servizi a distanza organizzato dal professionista 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;
 - b. **tecnica di comunicazione a distanza**: qualunque mezzo che, senza la presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, possa impiegarsi per la conclusione del contratto tra le dette parti;
 - c. **operatore di tecnica di comunicazione**: la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, la cui attività professionale consiste nel mettere a disposizione dei professionisti una o più tecniche di comunicazione a distanza.

Art. 51.

Campo di applicazione

1. Le disposizioni della presente sezione si applicano ai contratti a distanza, esclusi i contratti:
 - a. relativi ai servizi finanziari di cui agli articoli 67-bis e seguenti del presente Codice;²¹

²¹ Comma modificato dall'art. 7 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

- 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.

Art. 52.

Informazioni per il consumatore

1. 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.
2. Le informazioni di cui al comma 1, 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.
3. 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.
4. Nel caso di utilizzazione di tecniche che consentono una comunicazione individuale, le informazioni di cui al comma 1 sono fornite, ove il consumatore lo richieda, in lingua italiana. In tale caso, sono fornite nella stessa lingua anche la conferma e le ulteriori informazioni di cui all'articolo 53.
5. 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.

Art. 53.

Conferma scritta delle informazioni

1. 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 previste dall'articolo 52, comma 1, 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. un'informazione sulle condizioni e le modalità di esercizio del diritto di recesso, ai sensi della sezione IV del presente capo, inclusi i casi di cui all'articolo 65, comma 3;
 - 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.
2. Le disposizioni di cui al presente articolo non si applicano ai servizi la cui esecuzione è effettuata mediante una tecnica di comunicazione a distanza, qualora i detti servizi siano forniti in un'unica soluzione e siano fatturati dall'operatore della tecnica di comunicazione. Anche in tale caso il consumatore deve poter disporre dell'indirizzo geografico della sede del professionista cui poter presentare reclami.

Art. 54.

Esecuzione del contratto

1. 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.
2. 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 al comma 1, informa il consumatore, secondo le modalità di cui all'articolo 53, comma 1, 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.

Art. 55.

Esclusioni

1. Il diritto di recesso previsto agli articoli 64 e seguenti, nonché gli articoli 52 e 53 ed il comma 1 dell'articolo 54 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.
2. Salvo diverso accordo tra le parti, il consumatore non può esercitare il diritto di recesso previsto agli articoli 64 e seguenti nei casi:
 - a. di fornitura di servizi la cui esecuzione sia iniziata, con l'accordo del consumatore, prima della scadenza del termine previsto dall'articolo 64, comma 1;
 - b. di fornitura di beni o servizi il cui prezzo è legato a fluttuazioni dei tassi del mercato finanziario che il professionista non è in grado di controllare;
 - c. di fornitura di beni confezionati su misura o chiaramente personalizzati o che, per loro natura, non possono essere rispediti o rischiano di deteriorarsi o alterarsi rapidamente;
 - d. di fornitura di prodotti audiovisivi o di software informatici sigillati, aperti dal consumatore;
 - e. di fornitura di giornali, periodici e riviste;
 - f. di servizi di scommesse e lotterie.

Art. 56.

Pagamento mediante carta

1. Il consumatore può effettuare il pagamento mediante carta ove cio' sia previsto tra le modalità di pagamento, da comunicare al consumatore ai sensi dell'articolo 52, comma 1, lettera e).
2. 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 dell'articolo 12 del decreto-legge 3 maggio 1991, n. 143, convertito, con modificazioni, dalla 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.

Art. 57.

Fornitura non richiesta²²

1. Il consumatore non è tenuto ad alcuna prestazione corrispettiva in caso di fornitura non richiesta. In ogni caso l'assenza di risposta non implica consenso del consumatore.
2. Salve le sanzioni previste dall'articolo 62, ogni fornitura non richiesta di cui al presente articolo costituisce pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 21, 22, 23, 24, 25 e 26.²³

Art. 58.

Limiti all'impiego di talune tecniche di comunicazione a distanza

1. 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.
2. Tecniche di comunicazione a distanza diverse da quelle di cui al comma 1, qualora consentano una comunicazione individuale, possono essere impiegate dal professionista se il consumatore non si dichiara esplicitamente contrario.

Art. 59.

Vendita tramite mezzo televisivo o altri mezzi audiovisivi

1. 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, nonchè nel caso di contratti conclusi mediante l'uso di strumenti informatici e telematici, l'informazione sul diritto di recesso di cui all'articolo 52, comma 1, lettere f) e g), come disciplinato agli articoli 64 e seguenti, deve essere fornita nel corso della presentazione del prodotto o del servizio oggetto del contratto, compatibilmente con le particolari esigenze poste dalle caratteristiche dello strumento impiegato e dalle relative evoluzioni tecnologiche. Per i contratti negoziati sulla base di una offerta effettuata tramite il mezzo televisivo l'informazione deve essere fornita all'inizio e nel corso della trasmissione nella quale sono contenute le offerte. L'informazione sul diritto di recesso deve essere altresì fornita per iscritto, con le modalità previste dall'articolo 52, non oltre il momento in cui viene effettuata la consegna della merce. Il termine per l'invio della comunicazione per l'esercizio del diritto di recesso decorre, ai sensi dell'articolo 65, dalla data di ricevimento della merce.

²² Articolo sostituito dall'art. 2 d. l.vo 146/2007 in vigore dal 21/09/2007 il cui testo è in appendice.

²³ Comma sostituito dall'art. 8 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

Art. 60.

Riferimenti

1. Il contratto a distanza deve contenere il riferimento alle disposizioni della presente sezione.

Art. 61.

Rinvio

1. Ai contratti a distanza 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.

Sezione III

Disposizioni comuni

Art. 62.

Sanzioni

1. Salvo che il fatto costituisca reato il professionista che contravviene alle norme di cui al presente capo, ovvero non fornisce l'informazione al consumatore, ovvero ostacola l'esercizio del diritto di recesso ovvero fornisce informazione incompleta o errata o comunque non conforme sul diritto di recesso da parte del consumatore secondo le modalità di cui agli articoli 64 e seguenti, ovvero non rimborsa al consumatore le somme da questi eventualmente pagate, nonchè nei casi in cui abbia presentato all'incasso o allo sconto gli effetti cambiari prima che sia trascorso il termine di cui all'articolo 64, è punito con la sanzione amministrativa pecuniaria da euro cinquecentosedici a euro cinquemilacentosessantacinque.
2. Nei casi di particolare gravità o di recidiva, i limiti minimo e massimo della sanzione indicata al comma 1 sono raddoppiati. La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione.
3. Le sanzioni sono applicate ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689. Fermo restando quanto previsto in ordine ai poteri di accertamento degli ufficiali e degli agenti di polizia giudiziaria dall'articolo 13 della predetta legge n. 689 del 1981, all'accertamento delle violazioni provvedono, d'ufficio o su denuncia, gli organi di polizia amministrativa. Il rapporto previsto dall'articolo 17 della legge 24 novembre 1981, n. 689, è presentato alla Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura della provincia in cui vi è la residenza o la sede legale del professionista, ovvero, limitatamente alla violazione di cui all'articolo 58, al Garante per la protezione dei dati personali.

Art. 63.

Foro competente

1. Per le controversie civili inerenti all'applicazione del presente capo la competenza territoriale inderogabile è del giudice del luogo di residenza o di domicilio del consumatore, se ubicati nel territorio dello Stato.

Sezione IV

Diritto di recesso

Art. 64.

Esercizio del diritto di recesso

1. 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, salvo quanto stabilito dall'articolo 65, commi 3, 4 e 5.

2. Il diritto di recesso si esercita con l'invio, entro i termini previsti dal comma 1, 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.
3. 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 di cui al comma 1, della merce ricevuta.

Art. 65.

Decorrenze

1. Per i contratti o le proposte contrattuali negoziati fuori dei locali commerciali, il termine per l'esercizio del diritto di recesso di cui all'articolo 64 decorre:
 - a. dalla data di sottoscrizione della nota d'ordine contenente l'informazione di cui all'articolo 47 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.
2. 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 o dal giorno in cui questi ultimi siano stati soddisfatti, qualora ciò avvenga dopo la conclusione del contratto purchè 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 purchè non oltre il termine di tre mesi dalla conclusione stessa.
3. 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, ovvero, per i contratti a distanza, gli obblighi di informazione di cui agli articoli 52, comma 1, lettere f) e g), e 53, 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.
4. Le disposizioni di cui al comma 3 si applicano anche nel caso in cui il professionista fornisca una informazione incompleta o errata che non consenta il corretto esercizio del diritto di recesso.
5. Le parti possono convenire garanzie più ampie nei confronti dei consumatori rispetto a quanto previsto dal presente articolo.

Art. 66.

Effetti del diritto di recesso

1. Con la ricezione da parte del professionista della comunicazione di cui all'articolo 64, 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 di cui all'articolo 67.

Art. 67.

Ulteriori obbligazioni delle parti

1. Qualora sia avvenuta la consegna del bene il consumatore è tenuto a restituirlo o a metterlo a disposizione del professionista o della persona da questi designata, secondo le modalità ed i tempi previsti dal contratto. Il termine per la restituzione del bene non può comunque essere inferiore a dieci giorni lavorativi decorrenti dalla data del ricevimento del bene. Ai fini della scadenza del termine la merce si intende restituita nel momento in cui viene consegnata all'ufficio postale accettante o allo spedizioniere.
2. Per i contratti riguardanti la vendita di beni, qualora vi sia stata la consegna della merce, la sostanziale integrità del bene da restituire è condizione essenziale per l'esercizio del diritto di recesso. È comunque sufficiente che il bene sia restituito in normale stato di conservazione, in quanto sia stato custodito ed eventualmente adoperato con l'uso della normale diligenza.
3. Le sole spese dovute dal consumatore per l'esercizio del diritto di recesso a norma del presente articolo sono le spese dirette di restituzione del bene al mittente, ove espressamente previsto dal contratto.
4. Se il diritto di recesso è esercitato dal consumatore conformemente alle disposizioni della presente sezione, il professionista è tenuto al rimborso delle somme versate dal consumatore, ivi comprese le somme versate a titolo di caparra. Il rimborso deve avvenire gratuitamente, nel minor tempo possibile e in ogni caso entro trenta giorni dalla data in cui il professionista è venuto a conoscenza dell'esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore. Le somme si intendono rimborsate nei termini qualora vengano effettivamente restituite, spedite o riaccreditate con valuta non posteriore alla scadenza del termine precedentemente indicato.
5. Nell'ipotesi in cui il pagamento sia stato effettuato per mezzo di effetti cambiari, qualora questi non siano stati ancora presentati all'incasso, deve procedersi alla loro restituzione. È nulla qualsiasi clausola che preveda limitazioni al rimborso nei confronti del consumatore delle somme versate in conseguenza dell'esercizio del diritto di recesso.
6. Qualora il prezzo di un bene o di un servizio, oggetto di un contratto di cui al presente titolo, sia interamente o parzialmente coperto da un credito concesso al consumatore, dal professionista ovvero da terzi in base ad un accordo tra questi e il professionista, il contratto di credito si intende risolto di diritto, senza alcuna penalità, nel caso in cui il consumatore eserciti il diritto di recesso conformemente alle disposizioni di cui al presente articolo. È fatto obbligo al professionista di comunicare al terzo concedente il credito l'avvenuto esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore. Le somme eventualmente versate dal terzo che ha concesso il credito a pagamento del bene o del servizio fino al momento in cui ha conoscenza dell'avvenuto esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore sono rimborsate al terzo dal professionista, senza alcuna penalità, fatta salva la corresponsione degli interessi legali maturati.

Sezione IV-bis

Commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori ²⁴

²⁴ Sezione inserita dall'art. 9 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

Art. 67-bis

Oggetto e campo di applicazione²⁵

1. Le disposizioni della presente sezione si applicano alla commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori, anche quando una delle fasi della commercializzazione comporta la partecipazione, indipendentemente dalla sua natura giuridica, di un soggetto diverso dal fornitore.
2. Per i contratti riguardanti servizi finanziari costituiti da un accordo iniziale di servizio seguito da operazioni successive o da una serie di operazioni distinte della stessa natura scaglionate nel tempo, le disposizioni della presente sezione si applicano esclusivamente all'accordo iniziale. Se non vi è accordo iniziale di servizio, ma le operazioni successive o distinte della stessa natura scaglionate nel tempo sono eseguite tra le stesse parti contrattuali, gli articoli 67-quater, 67-quinquies, 67-sexies, 67-septies, 67-octies, 67-novies e 67-decies si applicano solo quando è eseguita la prima operazione. Tuttavia, se nessuna operazione della stessa natura è eseguita entro un periodo di un anno, l'operazione successiva è considerata come la prima di una nuova serie di operazioni e, di conseguenza, si applicano le disposizioni degli articoli 67-quater, 67-quinquies, 67-sexies, 67-septies, 67-octies, 67-novies e 67-decies.
3. Ferme restando le disposizioni che stabiliscono regimi di autorizzazione per la commercializzazione dei servizi finanziari in Italia, sono fatte salve, ove non espressamente derogate, le disposizioni in materia bancaria, finanziaria, assicurativa, dei sistemi di pagamento e di previdenza individuale, nonché le competenze delle autorità indipendenti di settore.

Art. 67-ter.

Definizioni²⁶

1. Ai fini della presente sezione si intende per:
 - a) **contratto a distanza**: qualunque contratto avente per oggetto servizi finanziari, concluso tra un fornitore e un consumatore ai sensi dell'articolo 50, comma 1, lettera a);
 - b) **servizio finanziario**: qualsiasi servizio di natura bancaria, creditizia, di pagamento, di investimento, di assicurazione o di previdenza individuale;
 - c) **fornitore**: qualunque persona fisica o giuridica, soggetto pubblico o privato, che, nell'ambito delle proprie attività commerciali o professionali, è il fornitore contrattuale dei servizi finanziari oggetto di contratti a distanza;
 - d) **consumatore**: qualunque soggetto di cui all'articolo 3, comma 1, lettera a) del presente codice;
 - e) **tecnica di comunicazione a distanza**: qualunque mezzo che, ai sensi dell'articolo 50, comma 1, lettera b), del presente codice, possa impiegarsi per la commercializzazione a distanza di un servizio finanziario tra le parti;
 - f) **supporto durevole**: qualsiasi strumento che permetta al consumatore di memorizzare informazioni a lui personalmente dirette in modo che possano essere agevolmente recuperate durante un periodo di tempo adeguato ai fini cui sono destinate le informazioni stesse, e che consenta la riproduzione immutata delle informazioni memorizzate;
 - g) **operatore o fornitore di tecnica di comunicazione a distanza**: qualunque persona fisica o giuridica, pubblica o privata, la cui attività commerciale o professionale consista nel mettere a disposizione dei fornitori una o più tecniche di comunicazione a distanza;

²⁵ Articolo inserito dall'art. 5 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

²⁶ Vedi nota 25

- h) **reclamo del consumatore**: una dichiarazione, sostenuta da validi elementi di prova, secondo cui un fornitore ha commesso o potrebbe commettere un'infrazione alla normativa sulla protezione degli interessi dei consumatori;
- i) **interessi collettivi dei consumatori**: gli interessi di un numero di consumatori che sono stati o potrebbero essere danneggiati da un'infrazione.

Art. 67-quater.

Informazione del consumatore prima della conclusione del contratto a distanza²⁷

1. Nella fase delle trattative e comunque prima che il consumatore sia vincolato da un contratto a distanza o da un'offerta, gli sono fornite le informazioni riguardanti:
 - a) il fornitore;
 - b) il servizio finanziario;
 - c) il contratto a distanza;
 - d) il ricorso.
2. Le informazioni di cui al comma 1, il cui fine commerciale deve risultare in maniera inequivocabile, sono fornite in modo chiaro e comprensibile con qualunque mezzo adeguato alla tecnica di comunicazione a distanza utilizzata, tenendo debitamente conto in particolare dei doveri di correttezza e buona fede nella fase precontrattuale e dei principi che disciplinano la protezione degli incapaci di agire e dei minori.
3. Le informazioni relative agli obblighi contrattuali, da comunicare al consumatore nella fase precontrattuale, devono essere conformi agli obblighi contrattuali imposti dalla legge applicabile al contratto a distanza anche qualora la tecnica di comunicazione impiegata sia quella elettronica.
4. Se il fornitore ha sede in uno Stato non appartenente all'Unione europea, le informazioni di cui al comma 3 devono essere conformi agli obblighi contrattuali imposti dalla legge italiana qualora il contratto sia concluso.

Art. 67-quinquies.

Informazioni relative al fornitore²⁸

1. Le informazioni relative al fornitore riguardano:
 - a) l'identità del fornitore e la sua attività principale, l'indirizzo geografico al quale il fornitore è stabilito e qualsiasi altro indirizzo geografico rilevante nei rapporti tra consumatore e fornitore;
 - b) l'identità del rappresentante del fornitore stabilito in Italia e l'indirizzo geografico rilevante nei rapporti tra consumatore e rappresentante, quando tale rappresentante esista;
 - c) se il consumatore ha relazioni commerciali con un professionista diverso dal fornitore, l'identità del professionista, la veste in cui agisce nei confronti del consumatore, nonché l'indirizzo geografico rilevante nei rapporti tra consumatore e professionista;
 - d) se il fornitore è iscritto in un registro commerciale o in un pubblico registro analogo, il registro di commercio in cui il fornitore è iscritto e il numero di registrazione o un elemento equivalente per identificarlo nel registro;
 - e) qualora l'attività del fornitore sia soggetta ad autorizzazione, gli estremi della competente autorità di controllo.

Art. 67-sexies.

Informazioni relative al servizio finanziario²⁹

1. Le informazioni relative al servizio finanziario riguardano:

²⁷ Vedi nota 25

²⁸ Vedi nota 25

²⁹ Vedi nota 25

- a) una descrizione delle principali caratteristiche del servizio finanziario;
- b) il prezzo totale che il consumatore dovrà corrispondere al fornitore per il servizio finanziario, compresi tutti i relativi oneri, commissioni e spese e tutte le imposte versate tramite il fornitore o, se non è possibile indicare il prezzo esatto, la base di calcolo del prezzo, che consenta al consumatore di verificare quest'ultimo;
- c) se del caso, un avviso indicante che il servizio finanziario è in rapporto con strumenti che implicano particolari rischi dovuti a loro specifiche caratteristiche o alle operazioni da effettuare, o il cui prezzo dipenda dalle fluttuazioni dei mercati finanziari su cui il fornitore non esercita alcuna influenza, e che i risultati ottenuti in passato non costituiscono elementi indicativi riguardo ai risultati futuri;
- d) l'indicazione dell'eventuale esistenza di altre imposte e costi non versati tramite il fornitore o non fatturati da quest'ultimo;
- e) qualsiasi limite del periodo durante il quale sono valide le informazioni fornite;
- f) le modalità di pagamento e di esecuzione, nonché le caratteristiche essenziali delle condizioni di sicurezza delle operazioni di pagamento da effettuarsi nell'ambito dei contratti a distanza;
- g) qualsiasi costo specifico aggiuntivo per il consumatore relativo all'utilizzazione della tecnica di comunicazione a distanza, se addebitato;
- h) l'indicazione dell'esistenza di collegamenti o connessioni con altri servizi finanziari, con la illustrazione degli eventuali effetti complessivi derivanti dalla combinazione.

Art. 67-septies.

Informazioni relative al contratto a distanza ³⁰

1. Le informazioni relative al contratto a distanza riguardano:
 - a) l'esistenza o la mancanza del diritto di recesso conformemente all'articolo 67-duodecies e, se tale diritto esiste, la durata e le modalità d'esercizio, comprese le informazioni relative all'importo che il consumatore può essere tenuto a versare ai sensi dell'articolo 67-terdecies, comma 1, nonché alle conseguenze derivanti dal mancato esercizio di detto diritto;
 - b) la durata minima del contratto a distanza, in caso di prestazione permanente o periodica di servizi finanziari;
 - c) le informazioni relative agli eventuali diritti delle parti, secondo i termini del contratto a distanza, di mettere fine allo stesso prima della scadenza o unilateralmente, comprese le penali eventualmente stabilite dal contratto in tali casi;
 - d) le istruzioni pratiche per l'esercizio del diritto di recesso, comprendenti tra l'altro il mezzo, inclusa in ogni caso la lettera raccomandata con avviso di ricevimento, e l'indirizzo a cui deve essere inviata la comunicazione di recesso;
 - e) lo Stato membro o gli Stati membri sulla cui legislazione il fornitore si basa per instaurare rapporti con il consumatore prima della conclusione del contratto a distanza;
 - f) qualsiasi clausola contrattuale sulla legislazione applicabile al contratto a distanza e sul foro competente;
 - g) la lingua o le lingue in cui sono comunicate le condizioni contrattuali e le informazioni preliminari di cui al presente articolo, nonché la lingua o le lingue in cui il fornitore, con l'accordo del consumatore, si impegna a comunicare per la durata del contratto a distanza.

³⁰ Vedi nota 25

Art. 67-octies.

Informazioni relative al ricorso³¹

1. Le informazioni relative al ricorso riguardano:
 - a) l'esistenza o la mancanza di procedure extragiudiziali di reclamo e di ricorso accessibili al consumatore che è parte del contratto a distanza e, ove tali procedure esistono, le modalità che consentono al Consumatore di avvalersene;
 - b) l'esistenza di fondi di garanzia o di altri dispositivi di indennizzo.

Art. 67-novies.

Comunicazioni mediante telefonia vocale³²

1. In caso di comunicazioni mediante telefonia vocale:
 - a) l'identità del fornitore e il fine commerciale della chiamata avviata dal fornitore sono dichiarati in maniera inequivoca all'inizio di qualsiasi conversazione con il consumatore;
 - b) devono essere fornite, previo consenso del consumatore, solo le informazioni seguenti:
 - 1) l'identità della persona in contatto con il consumatore e il suo rapporto con il fornitore;
 - 2) una descrizione delle principali caratteristiche del servizio finanziario;
 - 3) il prezzo totale che il consumatore dovrà corrispondere al fornitore per il servizio finanziario, comprese tutte le imposte versate tramite il fornitore o, se non è possibile indicare il prezzo esatto, la base di calcolo del prezzo, che consenta al consumatore di verificare quest'ultimo;
 - 4) l'indicazione dell'eventuale esistenza di altre imposte e/o costi non versati tramite il fornitore o non fatturati da quest'ultimo;
 - 5) l'esistenza o la mancanza del diritto di recesso conformemente all'articolo 67-duodecies e, se tale diritto esiste, la durata e le modalità d'esercizio, comprese le informazioni relative all'importo che il consumatore può essere tenuto a versare ai sensi dell'articolo 67-terdecies, comma 1.
2. Il fornitore comunica al consumatore che altre informazioni sono disponibili su richiesta e ne precisa la natura. Il fornitore comunica in ogni caso le informazioni complete quando adempie ai propri obblighi ai sensi dell'articolo 67-undecies.

Art. 67-decies.

Requisiti aggiuntivi in materia di informazioni³³

1. Oltre alle informazioni di cui agli articoli 67-quater, 67-quinquies, 67-sexies, 67-septies e 67-octies sono applicabili le disposizioni più rigorose previste dalla normativa di settore che disciplina l'offerta del servizio o del prodotto interessato.
2. Il Ministero dello sviluppo economico comunica alla Commissione europea le disposizioni nazionali sui requisiti di informazione preliminare che sono aggiuntive rispetto a quelle di cui all'articolo 3, paragrafo 1, della direttiva 2002/65/CE.
3. Le autorità di vigilanza del settore bancario, assicurativo, finanziario e della previdenza complementare comunicano al Ministero dello sviluppo economico le disposizioni di cui al comma 2, per le materie di rispettiva competenza.
4. Le informazioni di cui al comma 2 sono messe a disposizione dei consumatori e dei fornitori, anche mediante l'utilizzo di sistemi telematici, a cura del Ministero dello sviluppo economico.

³¹ Vedi nota 25

³² Vedi nota 25

³³ Vedi nota 25

Art. 67-undecies.

Comunicazione delle condizioni contrattuali e delle informazioni preliminari ³⁴

1. Il fornitore comunica al consumatore tutte le condizioni contrattuali, nonché le informazioni di cui agli articoli 67-quater, 67-quinquies, 67-sexies, 67-septies, 67-octies, 67-novies e 67-decies, su supporto cartaceo o su un altro supporto durevole, disponibile e accessibile per il consumatore in tempo utile, prima che lo stesso sia vincolato da un contratto a distanza o da un'offerta.
2. Il fornitore ottempera all'obbligo di cui al comma 1 subito dopo la conclusione del contratto a distanza, se quest'ultimo è stato concluso su richiesta del consumatore utilizzando una tecnica di comunicazione a distanza che non consente di trasmettere le condizioni contrattuali nè le informazioni ai sensi del comma 1.
3. In qualsiasi momento del rapporto contrattuale il consumatore, se lo richiede, ha il diritto di ricevere le condizioni contrattuali su supporto cartaceo. Inoltre lo stesso ha il diritto di cambiare la tecnica di comunicazione a distanza utilizzata, a meno che ciò non sia incompatibile con il contratto concluso o con la natura del servizio finanziario prestato.

Art. 67-duodecies.

Diritto di recesso ³⁵

1. Il consumatore dispone di un termine di quattordici giorni per recedere dal contratto senza penali e senza dover indicare il motivo.
2. Il predetto termine è esteso a trenta giorni per i contratti a distanza aventi per oggetto le assicurazioni sulla vita di cui al decreto legislativo 7 settembre 2005, n. 209, recante Codice delle assicurazioni private, e le operazioni aventi ad oggetto gli schemi pensionistici individuali.
3. Il termine durante il quale può essere esercitato il diritto di recesso decorre alternativamente:
 - a) dalla data della conclusione del contratto, tranne nel caso delle assicurazioni sulla vita, per le quali il termine comincia a decorrere dal momento in cui al consumatore è comunicato che il contratto è stato concluso;
 - b) dalla data in cui il consumatore riceve le condizioni contrattuali e le informazioni di cui all'articolo 67-undecies, se tale data è successiva a quella di cui alla lettera a).
4. L'efficacia dei contratti relativi ai servizi di investimento è sospesa durante la decorrenza del termine previsto per l'esercizio del diritto di recesso.
5. Il diritto di recesso non si applica:
 - a) ai servizi finanziari, diversi dal servizio di gestione su base individuale di portafogli di investimento se gli investimenti non sono stati già avviati, il cui prezzo dipende da fluttuazioni del mercato finanziario che il fornitore non è in grado di controllare e che possono aver luogo durante il periodo di recesso, quali ad esempio i servizi riguardanti:
 - 1) operazioni di cambio;
 - 2) strumenti del mercato monetario;
 - 3) valori mobiliari;
 - 4) quote di un organismo di investimento collettivo;
 - 5) contratti a termine fermo (futures) su strumenti finanziari, compresi gli strumenti equivalenti che si regolano in contanti;
 - 6) contratti a termine su tassi di interesse (FRA);
 - 7) contratti swaps su tassi d'interesse, su valute o contratti di scambio connessi ad azioni o a indici azionari (equity swaps);

³⁴ Vedi nota 25

³⁵ Vedi nota 25

- 8) opzioni per acquistare o vendere qualsiasi strumento previsto dalla presente lettera, compresi gli strumenti equivalenti che si regolano in contanti. Sono comprese in particolare in questa categoria le opzioni su valute e su tassi d'interesse;
- b) alle polizze di assicurazione viaggio e bagagli o alle analoghe polizze assicurative a breve termine di durata inferiore a un mese;
- c) ai contratti interamente eseguiti da entrambe le parti su esplicita richiesta scritta del consumatore prima che quest'ultimo eserciti il suo diritto di recesso, nonché ai contratti di assicurazione obbligatoria della responsabilità civile per i danni derivanti dalla circolazione dei veicoli a motore e dei natanti, per i quali si sia verificato l'evento assicurato;
- d) alle dichiarazioni dei consumatori rilasciate dinanzi ad un pubblico ufficiale a condizione che il pubblico ufficiale confermi che al consumatore sono garantiti i diritti di cui all'articolo 67-undecies, comma 1.
6. Se esercita il diritto di recesso, il consumatore invia, prima dello scadere del termine e secondo le istruzioni che gli sono state date ai sensi dell'articolo 67-septies, comma 1, lettera d), una comunicazione scritta al fornitore, mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento o altro mezzo indicato ai sensi dell'articolo 67-septies, comma 1, lettera d).
7. Il presente articolo non si applica alla risoluzione dei contratti di credito disciplinata dagli articoli 67, comma 6, e 77.
8. Se ad un contratto a distanza relativo ad un determinato servizio finanziario è aggiunto un altro contratto a distanza riguardante servizi finanziari prestati da un fornitore o da un terzo sulla base di un accordo tra il terzo e il fornitore, questo contratto aggiuntivo è risolto, senza alcuna penale, qualora il consumatore eserciti il suo diritto di recesso secondo le modalità fissate dal presente articolo.

Art. 67-ter decies.

Pagamento del servizio fornito prima del recesso³⁶

1. Il consumatore che esercita il diritto di recesso previsto dall'articolo 67-duodecies, comma 1, è tenuto a pagare solo l'importo del servizio finanziario effettivamente prestato dal fornitore conformemente al contratto a distanza. L'esecuzione del contratto può iniziare solo previa richiesta del consumatore. Nei contratti di assicurazione l'impresa trattiene la frazione di premio relativa al periodo in cui il contratto ha avuto effetto.
2. L'importo di cui al comma 1 non può:
- a) eccedere un importo proporzionale all'importanza del servizio già fornito in rapporto a tutte le prestazioni previste dal contratto a distanza;
- b) essere di entità tale da poter costituire una penale.
3. Il fornitore non può esigere dal consumatore il pagamento di un importo in base al comma 1 se non è in grado di provare che il consumatore è stato debitamente informato dell'importo dovuto, in conformità all'articolo 67-septies, comma 1, lettera a). Egli non può tuttavia in alcun caso esigere tale pagamento se ha dato inizio all'esecuzione del contratto prima della scadenza del periodo di esercizio del diritto di recesso di cui all'articolo 67-duodecies, comma 1, senza che vi fosse una preventiva richiesta del consumatore.
4. Il fornitore è tenuto a rimborsare al consumatore, entro quindici giorni, tutti gli importi da questo versatigli in conformità del contratto a distanza, ad eccezione dell'importo di cui al comma 1. Il periodo decorre dal giorno in cui il fornitore riceve la comunicazione di recesso. L'impresa di assicurazione deve adempiere alle

³⁶ Vedi nota 25

- obbligazioni derivanti dal contratto, concernenti il periodo in cui il contratto medesimo ha avuto effetto.
5. Il consumatore paga al fornitore il corrispettivo di cui al comma 1 e gli restituisce qualsiasi bene o importo che abbia ricevuto da quest'ultimo entro quindici giorni dall'invio della comunicazione di recesso. Non sono ripetibili gli indennizzi e le somme eventualmente corrisposte dall'impresa agli assicurati e agli altri aventi diritto a prestazioni assicurative.
 6. Per i finanziamenti diretti principalmente a permettere di acquistare o mantenere diritti di proprietà su terreni o edifici esistenti o progettati, o di rinnovare o ristrutturare edifici, l'efficacia del recesso è subordinata alla restituzione di cui al comma 5.

Art. 67-quater decies.

Pagamento dei servizi finanziari offerti a distanza³⁷

1. Il consumatore può effettuare il pagamento con carte di credito, debito o con altri strumenti di Pagamento, ove ciò sia previsto tra le modalità di pagamento, che gli sono comunicate ai sensi dell'articolo 67-sexies, comma 1, lettera f).
2. Fatta salva l'applicazione dell'articolo 12 del decreto-legge 3 maggio 1991, n. 143, convertito, con modificazioni, dalla legge 5 luglio 1991, n. 197, l'ente che emette o fornisce lo strumento di pagamento riaccredita al consumatore i pagamenti non autorizzati o 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 fornitore o di un terzo. L'ente che emette o fornisce lo strumento di pagamento ha diritto di addebitare al fornitore le somme riaccreditate al consumatore.
3. Fermo restando quanto previsto dal decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, e successive modifiche ed integrazioni, sul valore probatorio della firma elettronica e dei documenti elettronici, è in capo all'ente che emette o fornisce lo strumento di pagamento, l'onere di provare che la transazione di pagamento è stata autorizzata, accuratamente registrata e contabilizzata e che la medesima non è stata alterata da guasto tecnico o da altra carenza. L'uso dello strumento di pagamento non comporta necessariamente che il pagamento sia stato autorizzato.
4. Relativamente alle operazioni di pagamento da effettuarsi nell'ambito di contratti a distanza, il fornitore adotta condizioni di sicurezza conformi a quanto disposto ai sensi dell'articolo 146 del testo unico delle leggi in materia bancaria e creditizia, di cui al decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, avendo riguardo, in particolare, alle esigenze di integrità, di autenticità e di tracciabilità delle operazioni medesime.

Art. 67-quinquies decies.

Servizi non richiesti³⁸

1. Il consumatore non è tenuto ad alcuna prestazione corrispettiva in caso di fornitura non richiesta. In ogni caso, l'assenza di risposta non implica consenso del consumatore.
2. Salve le sanzioni previste dall'articolo 67-septies-decies, ogni servizio non richiesto di cui al presente articolo costituisce pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 21, 22, 23, 24, 25 e 26.

Art. 67-sexies decies.

Comunicazioni non richieste³⁹

1. L'utilizzazione da parte di un fornitore delle seguenti tecniche di comunicazione a distanza richiede il previo consenso del consumatore:

³⁷ Vedi nota 25

³⁸ Vedi nota 25

³⁹ Vedi nota 25

- a) sistemi di chiamata senza intervento di un operatore mediante dispositivo automatico;
 - b) telefax.
2. Le tecniche di comunicazione a distanza diverse da quelle indicate al comma 1, quando consentono una comunicazione individuale, non sono autorizzate se non è stato ottenuto il consenso del consumatore interessato.
 3. Le misure di cui ai commi 1 e 2 non comportano costi per i consumatori.

Art. 67-septies decies.

Sanzioni ⁴⁰

1. Salvo che il fatto costituisca reato, il fornitore che contravviene alle norme di cui alla presente sezione, ovvero che ostacola l'esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore ovvero non rimborsa al consumatore le somme da questi eventualmente pagate, è punito con la sanzione amministrativa pecuniaria, per ciascuna violazione, da euro cinquemila a euro cinquantamila.
2. Nei casi di particolare gravità o di recidiva, nonché nell'ipotesi della violazione dell'articolo 67-novies decies, comma 3, i limiti minimo e massimo della sanzione indicata al comma 1 sono raddoppiati.
3. Le autorità di vigilanza dei settori bancario, assicurativo, finanziario e della previdenza complementare e, ciascuna nel proprio ambito di competenza, accertano le violazioni alle disposizioni di cui alla presente sezione e le relative sanzioni sono irrogate secondo le procedure rispettivamente applicabili in ciascun settore.
4. Il contratto è nullo, nel caso in cui il fornitore ostacola l'esercizio del diritto di recesso da parte del contraente ovvero non rimborsa le somme da questi eventualmente pagate, ovvero viola gli obblighi di informativa precontrattuale in modo da alterare in modo significativo la rappresentazione delle sue caratteristiche.
5. La nullità può essere fatta valere solo dal consumatore e obbliga le parti alla restituzione di quanto ricevuto. Nei contratti di assicurazione l'impresa è tenuta alla restituzione dei premi pagati e deve adempiere alle obbligazioni concernenti il periodo in cui il contratto ha avuto esecuzione. Non sono ripetibili gli indennizzi e le somme eventualmente corrisposte dall'impresa agli assicurati e agli altri aventi diritto a prestazioni assicurative. È fatto salvo il diritto del Consumatore ad agire per il risarcimento dei danni.
6. Sono fatte salve le sanzioni previste nel decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196.

Art. 67-octies decies.

Irrinunciabilità dei diritti ⁴¹

1. I diritti attribuiti al consumatore dalla presente sezione sono irrinunciabili. È nulla ogni pattuizione che abbia l'effetto di privare il consumatore della protezione assicurata dalle disposizioni della presente sezione. La nullità può essere fatta valere solo dal consumatore e può essere rilevata d'ufficio dal giudice.
2. Ove le parti abbiano scelto di applicare al contratto una legislazione diversa da quella italiana, al consumatore devono comunque essere riconosciute le condizioni di tutela previste dalla presente sezione.

Art. 67-novies decies.

Ricorso giurisdizionale o amministrativo ⁴²

1. Le associazioni dei consumatori iscritte all'elenco di cui all'articolo 137, sono legittimate a proporre alle competenti autorità di vigilanza, nell'ambito delle rispettive

⁴⁰ Vedi nota 25

⁴¹ Vedi nota 25

⁴² Vedi nota 25

- attribuzioni, al fine di tutelare gli interessi collettivi dei consumatori, reclamo per l'accertamento di violazioni delle disposizioni della presente sezione.
2. Le associazioni dei consumatori iscritte all'elenco di cui all'articolo 137, sono legittimate a proporre all'autorità giudiziaria l'azione inibitoria per far cessare le violazioni delle disposizioni della presente sezione nei confronti delle imprese o degli intermediari ai sensi dell'articolo 140.
 3. Le autorità di vigilanza nei settori bancario, assicurativo, finanziario e della previdenza complementare, nell'esercizio dei rispettivi poteri, anche al di fuori dell'ipotesi di cui al comma 1, ordinano ai soggetti vigilati la cessazione o vietano l'inizio di pratiche non conformi alle disposizioni della presente sezione.
 4. Sono fatte salve, ove non espressamente derogate, le disposizioni in materia bancaria, finanziaria, assicurativa e dei sistemi di pagamento, ivi comprese le attribuzioni delle rispettive autorità di vigilanza di settore.

Art. 67-vicies.

Composizione extragiudiziale delle controversie ⁴³

1. Il Ministero dell'economia e delle finanze, il Ministero dello sviluppo economico ed il Ministero della giustizia, sentite le autorità di vigilanza di settore, possono promuovere, nell'ambito degli ordinari stanziamenti di bilancio, l'istituzione di adeguate ed efficaci procedure extragiudiziali di reclamo e di ricorso per la composizione di controversie riguardanti i consumatori, conformi ai principi previsti dall'ordinamento comunitario e da quello nazionale e che operano nell'ambito della rete europea relativa ai servizi finanziari (FIN NET).
2. Gli organi di composizione extragiudiziale delle controversie comunicano ai Ministeri di cui al comma 1 le decisioni significative che adottano sulla commercializzazione a distanza dei servizi finanziari.

Art. 67-vicies semel.

Onere della prova ⁴⁴

1. Sul fornitore grava l'onere della prova riguardante:
 - a) l'adempimento agli obblighi di informazione del consumatore;
 - b) la prestazione del consenso del consumatore alla conclusione del contratto;
 - c) l'esecuzione del contratto;
 - d) la responsabilità per l'inadempimento delle obbligazioni derivanti dal contratto.
2. Le clausole che hanno per effetto l'inversione o la modifica dell'onere della prova di cui al comma 1 si presumono vessatorie ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera t).

Art. 67-vicies bis.

Misure transitorie ⁴⁵

1. Le disposizioni della presente sezione si applicano anche nei confronti dei fornitori stabiliti in un altro Stato membro che non ha ancora recepito la direttiva 2002/65/CE e in cui non vigono obblighi corrispondenti a quelli in essa previsti.

Capo II Commercio elettronico

⁴³ Vedi nota 25

⁴⁴ Vedi nota 25

⁴⁵ Vedi nota 25

Art. 68.

Rinvio

1. Alle offerte di servizi della società dell'informazione, effettuate ai consumatori per via elettronica, si applicano, per gli aspetti non disciplinati dal presente codice, le disposizioni di cui al decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, recante attuazione della direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno.

Titolo IV

DISPOSIZIONI RELATIVE A SINGOLI CONTRATTI

Capo I

Contratti relativi all'acquisizione di un diritto di godimento ripartito di beni immobili

Art. 69.

Definizioni

1. Ai fini del presente capo si intende per:
 - a. **contratto**: uno o più contratti della durata di almeno tre anni con i quali, verso 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;
 - b. **acquirente**: il consumatore in favore del quale si costituisce, si trasferisce o si promette di costituire o di trasferire il diritto oggetto del contratto;
 - c. **venditore**: la persona fisica o giuridica che, nell'ambito della sua attività professionale, costituisce, trasferisce o promette di costituire o di trasferire il diritto oggetto del contratto; al venditore è equiparato ai fini dell'applicazione del codice colui che, a qualsiasi titolo, promuove la costituzione, il trasferimento o la promessa di trasferimento del diritto oggetto del contratto;
 - d. **bene immobile**: un immobile, anche con destinazione alberghiera, o parte di esso, per uso abitazione o per uso alberghiero o per uso turistico-ricettivo, su cui verte il diritto oggetto del contratto.

Art. 70.

Documento informativo

1. 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 nello Stato in cui è situato l'immobile; se tali ultime condizioni sono soddisfatte o, in caso contrario, quali occorre soddisfare;
 - 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;
1. le modalità per ottenere ulteriori informazioni.
2. Le disposizioni di cui al comma 1 si applicano anche quando il venditore offre al pubblico un diritto che attribuisce il godimento su uno o più beni immobili sulla base di liste, elenchi, cataloghi o altre forme di comunicazione. In questo caso il documento informativo deve essere consegnato per ciascuno dei beni immobili oggetto dell'offerta.
 3. Il venditore non può apportare modifiche agli elementi del documento di cui al comma 1, a meno che le stesse non siano dovute a circostanze indipendenti dalla sua volontà; in tale caso le modifiche devono essere comunicate alla parte interessata prima della conclusione del contratto ed inserite nello stesso. Tuttavia, dopo la consegna del documento informativo, le parti possono accordarsi per modificare il documento stesso.
 4. Il documento di cui al comma 1 deve essere redatto nella lingua o in una delle lingue dello Stato membro in cui risiede la persona interessata oppure, a scelta di quest'ultima, nella lingua o in una delle lingue dello Stato di cui la persona stessa è cittadina, purchè si tratti di lingue ufficiali dell'Unione europea.
 5. Restano salve le disposizioni previste dal codice dei beni culturali e del paesaggio di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42.

Art. 71.

Requisiti del contratto

1. Il contratto deve essere redatto per iscritto a pena di nullità; esso è redatto nella lingua italiana e tradotto nella lingua o in una delle lingue dello Stato membro in cui risiede

- l'acquirente oppure, a scelta di quest'ultimo, nella lingua o in una delle lingue dello Stato di cui egli è cittadino, purchè si tratti di lingue ufficiali dell'Unione europea.
2. Il contratto contiene, oltre a tutti gli elementi di cui all'articolo 70, comma 1, 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, nonchè 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.
 3. Il venditore deve fornire all'acquirente la traduzione del contratto nella lingua dello Stato membro in cui è situato il bene immobile, purchè si tratti di una delle lingue ufficiali dell'Unione europea.

Art. 72.

Obblighi specifici del venditore

1. Il venditore utilizza il termine multiproprietà nel documento informativo, nel contratto e nella pubblicità commerciale relativa al bene immobile soltanto quando il diritto oggetto del contratto è un diritto reale.
2. La pubblicità commerciale relativa al bene immobile deve fare riferimento al diritto di ottenere il documento informativo, indicando il luogo in cui lo stesso viene consegnato.

Art. 73.

Diritto di recesso

1. 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, purchè si tratti di spese relative ad atti da espletare tassativamente prima dello scadere del periodo di recesso.
2. Se il contratto non contiene uno degli elementi di cui all'articolo 70, comma 1, lettere a), b), c), d), numero 1), h) e i), ed all'articolo 71, comma 2, lettere b) e d), e non contiene la data di cui all'articolo 71, comma 2, lettera e), l'acquirente può recedere dallo stesso entro tre mesi dalla conclusione. In tale caso l'acquirente non è tenuto ad alcuna penalità nè ad alcun rimborso.
3. Se entro tre mesi dalla conclusione del contratto sono comunicati gli elementi di cui al comma 2, l'acquirente può esercitare il diritto di recesso alle condizioni di cui al comma 1, ed il termine di dieci giorni lavorativi decorre dalla data di ricezione della comunicazione degli elementi stessi.
4. Se l'acquirente non esercita il diritto di recesso di cui al comma 2, ed il venditore non effettua la comunicazione di cui al comma 3, l'acquirente può esercitare il diritto di recesso alle condizioni di cui al comma 1, ed il termine di dieci giorni lavorativi decorre dal giorno successivo alla scadenza dei tre mesi dalla conclusione del contratto.
5. 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.

Art. 74.

Divieto di acconti

1. 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, fino alla scadenza dei termini concessi per l'esercizio del diritto di recesso di cui all'articolo 73.

Art. 75.

Rinvio alla generale disciplina dei contratti con particolari modalità di conclusione

1. Salvo quanto specificamente disposto, ai contratti disciplinati dal presente capo si applicano le disposizioni di cui agli articoli da 64 a 67.
2. Ai contratti di cui al presente capo si applicano, ove ne ricorrano i relativi presupposti, le più favorevoli disposizioni dettate dal capo I del titolo III della parte III.

Art. 76.

Obbligo di fideiussione

1. Il venditore non avente la forma giuridica di società di capitali ovvero con un capitale sociale versato inferiore a 5.164.569 euro e non avente sede legale e sedi secondarie nel territorio dello Stato è obbligato a prestare idonea fideiussione bancaria o assicurativa a garanzia della corretta esecuzione del contratto.
2. Il venditore è in ogni caso obbligato a prestare fideiussione bancaria o assicurativa allorquando l'immobile oggetto del contratto sia in corso di costruzione, a garanzia dell'ultimazione dei lavori.
3. Delle fideiussioni deve farsi espressa menzione nel contratto a pena di nullità.
4. Le garanzie di cui ai commi 1 e 2 non possono imporre all'acquirente la preventiva esclusione del venditore.

Art. 77.

Risoluzione del contratto di concessione di credito

1. Il contratto di concessione di credito erogato dal venditore o da un terzo in base ad un accordo tra questi ed il venditore, sottoscritto dall'acquirente per il pagamento del prezzo o di una parte di esso, si risolve di diritto, senza il pagamento di alcuna penale, qualora l'acquirente abbia esercitato il diritto di recesso ai sensi dell'articolo 73.

Art. 78.

Nullità di clausole contrattuali o patti aggiunti

1. 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.

Art. 79.

Competenza territoriale inderogabile

1. Per le controversie derivanti dall'applicazione del presente capo, la competenza territoriale inderogabile è del giudice del luogo di residenza o di domicilio dell'acquirente, se ubicati nel territorio dello Stato.

Art. 80.

Diritti dell'acquirente nel caso di applicazione di legge straniera

1. Ove le parti abbiano scelto di applicare al contratto una legislazione diversa da quella italiana, all'acquirente devono comunque essere riconosciute le condizioni di tutela previste dal presente capo, allorquando l'immobile oggetto del contratto sia situato nel territorio di uno Stato membro dell'Unione europea.

Art. 81.

Sanzioni

1. Salvo che il fatto costituisca reato, 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), 71, comma 3, 72, 74 e 78, è punito con la sanzione amministrativa pecuniaria da 500 euro a 3.000 euro.
2. Si applica 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 di cui al comma 1.
3. Ai fini dell'accertamento dell'infrazione e dell'applicazione della sanzione si applica l'articolo 62, comma 3.

Capo II

Servizi turistici

Art. 82.

Ambito di applicazione

1. Le disposizioni del presente capo si applicano ai pacchetti turistici definiti all'articolo 84, venduti od offerti in vendita nel territorio nazionale dall'organizzatore o dal venditore, di cui all'articolo 83.⁴⁶
2. Il presente capo si applica altresì ai pacchetti turistici negoziati al di fuori dai locali commerciali e a distanza, ferme restando le disposizioni previste negli articoli da 64 a 67.

Art. 83.

Definizioni

1. Ai fini del presente capo si intende per:
 - a. **organizzatore di viaggio**, il soggetto che realizza la combinazione degli elementi di cui all'articolo 84 e si obbliga in nome proprio e verso corrispettivo forfetario a procurare a terzi pacchetti turistici;
 - b. **venditore**, il soggetto che vende, o si obbliga a procurare pacchetti turistici realizzati ai sensi dell'articolo 84 verso un corrispettivo forfetario;
 - c. **consumatore di pacchetti turistici**, l'acquirente, il cessionario di un pacchetto turistico o qualunque persona anche da nominare, purchè soddisfi tutte le condizioni richieste per la fruizione del servizio, per conto della quale il contraente principale si impegna ad acquistare senza remunerazione un pacchetto turistico.
2. L'organizzatore può vendere pacchetti turistici direttamente o tramite un venditore.

Art. 84.

Pacchetti turistici

1. I pacchetti turistici hanno ad oggetto i viaggi, le vacanze ed i circuiti tutto compreso, risultanti dalla prefissata combinazione di almeno due degli elementi di seguito

⁴⁶ Comma modificato dall'art.10 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

indicati, venduti od offerti in vendita ad un prezzo forfetario, e di durata superiore alle ventiquattro ore ovvero comprendente almeno una notte:

- a. trasporto;
 - b. alloggio;
 - c. servizi turistici non accessori al trasporto o all'alloggio di cui all'articolo 86, lettere i) e o), che costituiscano parte significativa del pacchetto turistico.
2. La fatturazione separata degli elementi di uno stesso pacchetto turistico non sottrae l'organizzatore o il venditore agli obblighi del presente capo.⁴⁷

Art. 85.

Forma del contratto di vendita di pacchetti turistici

1. Il contratto di vendita di pacchetti turistici è redatto in forma scritta in termini chiari e precisi.
2. Al consumatore deve essere rilasciata una copia del contratto stipulato, sottoscritto o timbrato dall'organizzatore o venditore.

Art. 86.

Elementi del contratto di vendita di pacchetti turistici

1. Il contratto 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, nonchè 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, nonchè 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;

⁴⁷ Comma modificato dall'art. 11 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

- 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.

Art. 87.

Informazione del consumatore

1. Nel corso delle trattative e comunque prima della conclusione del contratto, 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.
2. 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 minorenni 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.
3. Quando il contratto è stipulato nell'imminenza della partenza, le indicazioni contenute nel comma 1 devono essere fornite contestualmente alla stipula del contratto.
4. È fatto comunque divieto di fornire informazioni ingannevoli sulle modalità del servizio offerto, sul prezzo e sugli altri elementi del contratto qualunque sia il mezzo mediante il quale dette informazioni vengono comunicate al consumatore.

Art. 88.

Opuscolo informativo

1. L'opuscolo, ove posto a disposizione del consumatore, indica 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.

2. 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 stipulazione del contratto o vengano concordate dai contraenti, mediante uno specifico accordo scritto, successivamente alla stipulazione.

Art. 89.

Cessione del contratto

1. Il consumatore può sostituire a sé un terzo che soddisfi tutte le condizioni per la fruizione del servizio, nei rapporti derivanti dal contratto, 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.
2. 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.

Art. 90.

Revisione del prezzo

1. La revisione del prezzo forfetario di vendita di pacchetto turistico convenuto dalle parti 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.
2. La revisione al rialzo non può in ogni caso essere superiore al dieci per cento del prezzo nel suo originario ammontare.
3. Quando l'aumento del prezzo supera la percentuale di cui al comma 2, l'acquirente può recedere dal contratto, previo rimborso delle somme già versate alla controparte.
4. Il prezzo non può in ogni caso essere aumentato nei venti giorni che precedono la partenza.

Art. 91.

Modifiche delle condizioni contrattuali

1. 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, ai sensi dell'articolo 90.
2. Ove non accetti la proposta di modifica di cui al comma 1, il consumatore può recedere, senza pagamento di penali, ed ha diritto a quanto previsto nell'articolo 92.
3. Il consumatore comunica la propria scelta all'organizzatore o al venditore entro due giorni lavorativi dal momento in cui ha ricevuto l'avviso indicato al comma 2.
4. 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.
5. 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.

Art. 92.

Diritti del consumatore in caso di recesso o annullamento del servizio

1. Quando il consumatore recede dal contratto nei casi previsti dagli articoli 90 e 91, o 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 sette giorni lavorativi dal momento del recesso o della cancellazione, la somma di danaro già corrisposta.
2. Nei casi previsti dal comma 1 il consumatore ha diritto ad essere risarcito di ogni ulteriore danno dipendente dalla mancata esecuzione del contratto.
3. Il comma 2 non si applica quando la cancellazione del pacchetto turistico dipende dal mancato raggiungimento del numero minimo di partecipanti eventualmente richiesto ed il consumatore sia stato informato in forma scritta almeno venti giorni prima della data prevista per la partenza, oppure da causa di forza maggiore, escluso in ogni caso l'eccesso di prenotazioni.

Art. 93.

Mancato o inesatto adempimento

1. Fermi restando gli obblighi previsti dall'articolo precedente, 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.
2. 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.

Art. 94.

Responsabilità per danni alla persona

1. Il danno derivante alla persona dall'inadempimento o dalla inesatta esecuzione delle prestazioni che formano oggetto del pacchetto turistico è risarcibile nei limiti stabiliti dalle 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 12 ottobre 1929 sul trasporto aereo internazionale, resa esecutiva con legge 19 maggio 1932, n. 841, dalla convenzione di Berna del 25 febbraio 1961 sul trasporto ferroviario, resa esecutiva con legge 2 marzo 1963, n. 806, e dalla convenzione di Bruxelles del 23 aprile 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.
2. Il diritto al risarcimento del danno si prescrive in tre anni dalla data del rientro del viaggiatore nel luogo di partenza, salvo il termine di diciotto o dodici 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.
3. È nullo ogni accordo che stabilisca limiti di risarcimento inferiori a quelli di cui al comma 1.

Art. 95.

Responsabilità per danni diversi da quelli alla persona

1. 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.
2. La limitazione di cui al comma 1 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 il 23 aprile 1970, resa esecutiva dalla legge 27 dicembre 1977, n. 1084.
3. 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 il 23 aprile 1970, resa esecutiva dalla legge 27 dicembre 1977, n. 1084, e dagli articoli dal 1783 al 1786 del codice civile.
4. Il diritto al risarcimento del danno si prescrive in un anno dal rientro del viaggiatore nel luogo della partenza.

Art. 96.

Esonero di responsabilità

1. L'organizzatore ed il venditore sono esonerati dalla responsabilità di cui agli articoli 94 e 95, quando la mancata o inesatta esecuzione del contratto è imputabile al consumatore o è dipesa dal fatto di un terzo a carattere imprevedibile o inevitabile, ovvero da un caso fortuito o di forza maggiore.
2. L'organizzatore o il venditore apprestano con sollecitudine ogni rimedio utile al soccorso del consumatore al fine di consentirgli la prosecuzione del viaggio, salvo in ogni caso il diritto al risarcimento del danno nel caso in cui l'inesatto adempimento del contratto sia a questo ultimo imputabile.

Art. 97.

Diritto di surrogazione

1. 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.
2. 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.

Art. 98.

Reclamo

1. 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.
2. 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.

Art. 99.

Assicurazione

1. L'organizzatore e il venditore devono essere coperti dall'assicurazione per la responsabilità civile verso il consumatore per il risarcimento dei danni di cui agli articoli 94 e 95.
2. È fatta salva la facoltà di stipulare polizze assicurative di assistenza al turista.

Art. 100.

Fondo di garanzia

1. È istituito presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri un fondo nazionale di garanzia, 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, nonchè 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.⁴⁸
2. Il fondo è alimentato annualmente da una quota pari al due per cento dell'ammontare del premio delle polizze di assicurazione obbligatoria di cui all'articolo 99, che è versata all'entrata del bilancio dello Stato per essere riassegnata, con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze, al fondo di cui al comma 1.
3. Il fondo interviene, per le finalità di cui al comma 1, nei limiti dell'importo corrispondente alla quota così come determinata ai sensi del comma 2.
4. Il fondo potrà avvalersi del diritto di rivalsa nei confronti del soggetto inadempiente.
5. Le modalità di gestione e di funzionamento del fondo sono determinate con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, di concerto con il Ministro dello sviluppo economico e con il Ministro dell'economia e delle finanze. Fino alla data di entrata in vigore del decreto di cui al presente comma, restano in vigore le disposizioni di cui al decreto del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato 23 luglio 1999, n. 349.⁴⁹

Titolo V

EROGAZIONE DI SERVIZI PUBBLICI

Capo I

Servizi pubblici

Art. 101.

Norma di rinvio

1. Lo Stato e le regioni, nell'ambito delle rispettive competenze, garantiscono i diritti degli utenti dei servizi pubblici attraverso la concreta e corretta attuazione dei principi e dei criteri previsti della normativa vigente in materia.
2. Il rapporto di utenza deve svolgersi nel rispetto di standard di qualità predeterminati e adeguatamente resi pubblici.
3. Agli utenti è garantita, attraverso forme rappresentative, la partecipazione alle procedure di definizione e di valutazione degli standard di qualità previsti dalle leggi.
4. La legge stabilisce per determinati enti erogatori di servizi pubblici l'obbligo di adottare, attraverso specifici meccanismi di attuazione diversificati in relazione ai settori, apposite carte dei servizi.

Parte IV

SICUREZZA E QUALITÀ

Titolo I

SICUREZZA DEI PRODOTTI

Art. 102.

Finalità e campo di applicazione

⁴⁸ Comma modificato dall'art. 12 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

⁴⁹ Comma modificato e integrato dall'art. 12 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

1. Il presente titolo intende garantire che i prodotti immessi sul mercato ovvero in libera pratica siano sicuri.
2. Le disposizioni del presente titolo si applicano a tutti i prodotti definiti all'articolo 103, comma 1, lettera a). Ciascuna delle sue disposizioni si applica laddove non esistono, nell'ambito della normativa vigente, disposizioni specifiche aventi come obiettivo la sicurezza dei prodotti.
3. Se taluni prodotti sono soggetti a requisiti di sicurezza prescritti da normativa comunitaria, le disposizioni del presente titolo si applicano unicamente per gli aspetti ed i rischi o le categorie di rischio non soggetti a tali requisiti.
4. Ai prodotti di cui al comma 3 non si applicano l'articolo 103, comma 1, lettere b) e c), e gli articoli 104 e 105.
5. Ai prodotti di cui al comma 3 si applicano gli articoli da 104 a 108 se sugli aspetti disciplinati da tali articoli non esistono disposizioni specifiche riguardanti lo stesso obiettivo.
6. Le disposizioni del presente titolo non si applicano ai prodotti alimentari di cui al regolamento (CE) n. 178/2002, del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 gennaio 2002.

Art. 103.

Definizioni

1. Ai fini del presente titolo si intende per:
 - a. **prodotto sicuro**: qualsiasi prodotto, come definito all'articolo 3, comma 1, lettera e), che, in condizioni di uso normali o ragionevolmente prevedibili, compresa la durata e, se del caso, la messa in servizio, l'installazione e la 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 in funzione, in particolare, dei seguenti elementi:
 1. delle caratteristiche del prodotto, in particolare la sua composizione, il suo imballaggio, le modalità del suo assemblaggio e, se del caso, della sua installazione e manutenzione;
 2. dell'effetto del prodotto su altri prodotti, qualora sia ragionevolmente prevedibile l'utilizzazione del primo con i secondi;
 3. della presentazione del prodotto, della sua etichettatura, delle eventuali avvertenze e istruzioni per il suo uso e la sua eliminazione, nonché di qualsiasi altra indicazione o informazione relativa al prodotto;
 4. delle categorie di consumatori che si trovano in condizione di rischio nell'utilizzazione del prodotto, in particolare dei minori e degli anziani;
 - b. **prodotto pericoloso**: qualsiasi prodotto che non risponda alla definizione di prodotto sicuro di cui alla lettera a);
 - c. **rischio grave**: qualsiasi rischio grave compreso quello i cui effetti non sono immediati, che richiede un intervento rapido delle Autorità pubbliche;
 - d. **produttore**: il fabbricante del prodotto stabilito nella Comunità e qualsiasi altra persona che si presenti come fabbricante apponendo sul prodotto il proprio nome, il proprio marchio o un altro segno distintivo, o colui che rimette a nuovo il prodotto; il rappresentante del fabbricante se quest'ultimo non è stabilito nella Comunità o, qualora non vi sia un rappresentante stabilito nella Comunità, l'importatore del prodotto; gli altri operatori professionali della catena di commercializzazione nella misura in cui la loro attività possa incidere sulle caratteristiche di sicurezza dei prodotti;

- e. **distributore**: qualsiasi operatore professionale della catena di commercializzazione, la cui attività non incide sulle caratteristiche di sicurezza dei prodotti;
 - f. **richiamo**: le misure volte ad ottenere la restituzione di un prodotto pericoloso che il fabbricante o il distributore ha già fornito o reso disponibile ai consumatori;
 - g. **ritiro**: qualsiasi misura volta a impedire la distribuzione e l'esposizione di un prodotto pericoloso, nonchè la sua offerta al consumatore.
2. 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.

Art. 104.

Obblighi del produttore e del distributore

1. Il produttore immette sul mercato solo prodotti sicuri.
2. Il produttore fornisce 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. La presenza di tali avvertenze non esenta, comunque, dal rispetto degli altri obblighi previsti nel presente titolo.
3. Il produttore adotta misure proporzionate in funzione delle caratteristiche del prodotto fornito 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.
4. Le misure di cui al comma 3 comprendono: a) l'indicazione in base al prodotto o al suo imballaggio, dell'identità e degli estremi del produttore; 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, nonchè l'informazione ai distributori in merito a tale sorveglianza.
5. Le misure di ritiro, di richiamo e di informazione al consumatore, previste al comma 3, hanno luogo su base volontaria o su richiesta delle competenti Autorità a norma dell'articolo 107. Il richiamo interviene quando altre azioni non siano sufficienti a prevenire i rischi del caso, ovvero quando i produttori lo ritengano necessario o vi siano tenuti in seguito a provvedimenti dell'Autorità competente.
6. Il distributore deve agire con diligenza nell'esercizio della sua attività per contribuire a garantire l'immissione sul mercato di prodotti sicuri; in particolare 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.
7. 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, di cui all'articolo 106, comma 1, precisando le azioni intraprese per prevenire i rischi per i consumatori.
8. In caso di rischio grave, le informazioni da fornire comprendono almeno:

- a. elementi specifici che consentano una precisa identificazione del prodotto o del lotto di prodotti in questione;
 - b. una descrizione completa del rischio presentato dai prodotti interessati;
 - c. tutte le informazioni disponibili che consentono di rintracciare il prodotto;
 - d. una descrizione dei provvedimenti adottati per prevenire i rischi per i consumatori.
9. 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.

Art. 105.

Presunzione e valutazione di sicurezza

1. In mancanza di specifiche disposizioni comunitarie che disciplinano gli aspetti 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.
2. 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 i cui riferimenti sono stati pubblicati dalla Commissione europea nella Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee a norma dell'articolo 4 della direttiva 2001/95/CE, del Parlamento europeo e del Consiglio, del 3 dicembre 2001.
3. In assenza delle norme di cui ai commi 1 e 2, la sicurezza del prodotto è valutata in base alle norme nazionali non cogenti che recepiscono norme europee, alle norme in vigore nello Stato membro in cui il prodotto è commercializzato, alle raccomandazioni della Commissione europea relative ad orientamenti sulla valutazione della sicurezza dei prodotti, ai codici di buona condotta in materia di sicurezza vigenti nel settore interessato, agli ultimi ritrovati della tecnica, al livello di sicurezza che i consumatori possono ragionevolmente attendersi.
4. Fatte salve le disposizioni di cui ai commi 1, 2 e 3, 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.

Art. 106.

Procedure di consultazione e coordinamento

1. 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 alla effettuazione dei controlli di cui all'articolo 107, provvedono, nell'ambito delle ordinarie disponibilità di bilancio e secondo le rispettive competenze, alla realizzazione di un sistema di scambio rapido di informazioni mediante un adeguato supporto informativo operante in via telematica, anche attraverso il Sistema pubblico di connettività, in conformità alle prescrizioni stabilite in sede comunitaria che consenta anche l'archiviazione e la diffusione delle informazioni.
2. I criteri per il coordinamento dei controlli previsti dall'articolo 107 sono stabiliti in una apposita conferenza di servizi fra i competenti uffici dei Ministeri e delle amministrazioni di cui al comma 1, convocata almeno due volte l'anno dal Ministro delle attività produttive; alla conferenza partecipano anche il Ministro della giustizia e le altre amministrazioni di cui al comma 1 di volta in volta competenti per materia.
3. La conferenza di cui al comma 2, tiene conto anche dei dati raccolti ed elaborati nell'ambito del sistema comunitario di informazione sugli incidenti domestici e del tempo libero.

4. Alla conferenza di cui al comma 2, possono presentare osservazioni gli organismi di categoria della produzione e della distribuzione, nonché le associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti iscritte all'elenco di cui all'articolo 137, secondo modalità definite dalla conferenza medesima.

Art. 107.

Controlli

1. Le amministrazioni di cui all'articolo 106, comma 1, controllano che i prodotti immessi sul mercato siano sicuri. Il Ministero delle attività produttive comunica alla Commissione europea l'elenco delle amministrazioni di cui al periodo che precede, nonché degli uffici e degli organi di cui esse si avvalgono, aggiornato annualmente su indicazione delle amministrazioni stesse.
2. Le amministrazioni di cui all'articolo 106 possono adottare tra l'altro le misure seguenti:
 - a. per qualsiasi prodotto:
 1. disporre, anche dopo che un prodotto è stato immesso sul mercato come prodotto sicuro, 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, in lingua italiana, di adeguate avvertenze sui rischi che esso può presentare, redatte 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 proporlo 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. I costi relativi sono posti a carico dei produttori e dei distributori.
3. Nel caso di prodotti che presentano un rischio grave le amministrazioni di cui all'articolo 106 intraprendono le azioni necessarie per applicare, con la dovuta celerità, opportune misure analoghe a quelle previste al comma 2, lettere da b) a f), tenendo conto delle linee-guida che riguardano la gestione del RAPEX di cui all'allegato II.
 4. Le amministrazioni competenti quando adottano misure analoghe a quelle di cui al comma 2 ed in particolare a quelle di cui alle lettere d), e) e f), tenendo conto del principio di precauzione, agiscono nel rispetto del Trattato istitutivo della Comunità europea, in particolare degli articoli 28 e 30, per attuarle in modo proporzionato alla gravità del rischio.
 5. Le amministrazioni competenti, nell'ambito delle misure adottate sulla base del principio di precauzione e, senza maggiori oneri per la finanza pubblica, incoraggiano e favoriscono l'azione volontaria dei produttori e dei distributori di adeguamento agli obblighi imposti dal presente titolo, anche mediante l'eventuale elaborazione di codici di buona condotta ed accordi con le categorie di settore.
 6. Per le Finalità di cui al presente titolo e senza oneri aggiuntivi per la finanza pubblica, le amministrazioni di cui all'articolo 106, comma 1, si avvalgono della collaborazione dell'Agenzia delle dogane e della Guardia di finanza, le quali hanno accesso al sistema di scambio rapido delle informazioni gestite dal sistema RAPEX, di cui all'allegato II, ed agiscono secondo le norme e le facoltà ad esse attribuite dall'ordinamento.
 7. Le misure di cui al presente articolo 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 cio' sia necessario al fine di collaborare alle azioni intraprese per evitare i rischi derivanti dal prodotto stesso.
 8. Per armonizzare l'attività di controllo derivante dal presente titolo con quella attuata per i prodotti per i quali gli obblighi di sicurezza sono disciplinati dalla normativa antincendio, il Ministero dell'interno si avvale, per gli aspetti di coordinamento, del proprio Dipartimento dei vigili del fuoco, del soccorso pubblico e della difesa civile-direzione centrale per la prevenzione e la sicurezza tecnica del Corpo nazionale dei vigili del fuoco, nonché degli organi periferici del Corpo nazionale dei vigili del fuoco per gli interventi sul territorio, nell'ambito delle dotazioni organiche esistenti e, comunque, senza oneri aggiuntivi a carico del bilancio dello Stato.
 9. Il Ministero della salute, ai fini degli adempimenti comunitari derivanti dalle norme sulla sicurezza dei prodotti e dal presente titolo, si avvale anche dei propri uffici di sanità marittima, aerea e di frontiera nell'ambito delle dotazioni organiche esistenti e, comunque, senza oneri aggiuntivi a carico del bilancio dello Stato.
 10. Fatti salvi gli obblighi previsti dalla normativa vigente, i soggetti di cui al comma 1 sono tenuti a non divulgare le informazioni acquisite che, per loro natura, sono coperte dal segreto professionale, a meno che la loro divulgazione sia necessaria alla tutela della salute o della pubblica o privata incolumità.

Art. 108.

Disposizioni procedurali

1. Il provvedimento adottato ai sensi dell'articolo 107 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.
2. 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 cui all'articolo 107, commi 2 e 3, 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.
3. Gli interessati possono presentare osservazioni scritte anche in seguito all'emanazione del provvedimento, anche quando, a causa dell'urgenza della misura da adottare, non hanno potuto partecipare al procedimento.
- 3 bis. La procedura istruttoria per l'adozione dei provvedimenti emanati ai sensi dell'articolo 107, è stabilita con regolamento emanato ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400, su proposta dell'Amministrazione competente, in modo da garantire il contraddittorio, la piena cognizione degli atti e la verbalizzazione.⁵⁰

Art. 109.

Sorveglianza del mercato

1. Per esercitare un'efficace sorveglianza del mercato, volta a garantire un elevato livello di protezione della salute e della sicurezza dei consumatori, le amministrazioni di cui all'articolo 106, anche indipendentemente dalla conferenza di servizi, assicurano:
 - a. l'istituzione, l'aggiornamento periodico e l'esecuzione di programmi settoriali di sorveglianza per categorie di prodotti o di rischi, nonché il monitoraggio delle attività di sorveglianza, delle osservazioni e dei risultati;
 - b. l'aggiornamento delle conoscenze scientifiche e tecniche relative alla sicurezza dei prodotti;
 - c. esami e valutazioni periodiche del funzionamento delle attività di controllo e della loro efficacia, come pure, se del caso, la revisione dei metodi dell'organizzazione della sorveglianza messa in opera.
2. Le Amministrazioni di cui all'articolo 106 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. Le modalità operative di cui al presente comma vengono concordate in sede di conferenza di servizi.
3. Le strutture amministrative competenti a svolgere l'attività di cui al comma 2 vanno rese note in sede di conferenza di servizi convocata dopo la data di entrata in vigore del codice. In quella sede sono definite le modalità per informare i consumatori e le altre parti interessate delle procedure di reclamo.
4. Dall'attuazione del presente articolo non devono derivare nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica.

Art. 110.

Notificazione e scambio di informazioni

1. Il Ministero delle attività produttive notifica alla Commissione europea, precisando le ragioni che li hanno motivati, i provvedimenti di cui all'articolo 107, commi 2, lettere b), c), d), e) e f), e 3, nonché eventuali modifiche e revoche, fatta salva l'eventuale normativa comunitaria specifica vigente sulla procedura di notifica.

⁵⁰ Comma aggiunto dall'art. 13 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

2. I provvedimenti, anche concordati con produttori e distributori, adottati per limitare o sottoporre a particolari condizioni la commercializzazione o l'uso di prodotti che presentano un rischio grave per i consumatori, vanno notificati alla Commissione europea secondo le prescrizioni del sistema RAPEX, tenendo conto dell'allegato II della direttiva 2001/95/CE, di cui all'allegato II.
3. Se il provvedimento adottato riguarda un rischio che si ritiene limitato al territorio nazionale, il Ministero delle attività produttive procede, anche su richiesta delle altre amministrazioni competenti, alla notifica alla Commissione europea qualora il provvedimento contenga informazioni suscettibili di presentare un interesse, quanto alla sicurezza dei prodotti, per gli altri Stati membri, in particolare se tale provvedimento risponde ad un rischio nuovo, non ancora segnalato in altre notifiche.
4. Ai fini degli adempimenti di cui al comma 1, i provvedimenti adottati dalle amministrazioni competenti di cui all'articolo 106 devono essere comunicati tempestivamente al Ministero delle attività produttive; analoga comunicazione deve essere data a cura delle cancellerie ovvero delle segreterie degli organi giurisdizionali, relativamente ai provvedimenti, sia a carattere provvisorio, sia a carattere definitivo, emanati dagli stessi nell'ambito degli interventi di competenza.
5. 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. È fatto salvo il rispetto del termine eventualmente inferiore previsto nella decisione della Commissione europea.
6. Le Autorità competenti assicurano alle parti interessate la possibilità di esprimere entro un mese dall'adozione della decisione di cui al comma 5, pareri ed osservazioni per il successivo inoltro alla Commissione.
7. Sono vietate le esportazioni al di fuori dell'Unione europea di prodotti pericolosi oggetto di una decisione di cui al comma 5, a meno che la decisione non disponga diversamente.

Art. 111.

Responsabilità del produttore

1. Sono fatte salve le disposizioni di cui al titolo secondo in materia di responsabilità per danno da prodotti difettosi.

Art. 112.

Sanzioni

1. Salvo che il fatto costituisca più grave reato, il produttore o il distributore che immette sul mercato prodotti pericolosi in violazione del divieto di cui all'articolo 107, comma 2, lettera e), è punito con l'arresto da sei mesi ad un anno e con l'ammenda da 10.000 euro a 50.000 euro.
2. Salvo che il fatto costituisca più grave reato, il produttore che immette sul mercato prodotti pericolosi, è punito con l'arresto fino ad un anno e con l'ammenda da 10.000 euro a 50.000 euro.
3. Salvo che il fatto costituisca più grave reato, il produttore o il distributore che non ottempera ai provvedimenti emanati a norma dell'articolo 107, comma 2, lettere b), numeri 1) e 2), c) e d), numeri 1) e 2), è punito con l'ammenda da 10.000 euro a 25.000 euro.
4. Il produttore o il distributore che non assicura la dovuta collaborazione ai fini dello svolgimento delle attività di cui all'articolo 107, comma 2, lettera a), è soggetto alla sanzione amministrativa da 2.500 euro a 40.000 euro.

5. Salvo che il fatto costituisca reato, il produttore che violi le disposizioni di cui all'articolo 104, commi 2, 3, 5, 7, 8 e 9, ed il distributore che violi le disposizioni di cui al medesimo art. 104, commi 6, 7, 8 e 9, sono soggetti ad una sanzione amministrativa compresa fra 1.500 euro e 30.000 euro.

Art. 113.

Rinvio

1. Sono fatte salve le specifiche norme di settore che, con riferimento a particolari categorie merceologiche, obbligano a specifici standard di sicurezza.
2. Sono fatte salve le disposizioni regionali che disciplinano i controlli di competenza.

Titolo II

RESPONSABILITÀ PER DANNO DA PRODOTTI DIFETTOSI

Art. 114.

Responsabilità del produttore

1. Il produttore è responsabile del danno cagionato da difetti del suo prodotto.

Art. 115.

Prodotto e produttore⁵¹

1. Prodotto, ai fini del presente titolo, è ogni bene mobile, anche se incorporato in altro bene mobile o immobile.
2. Si considera prodotto anche l'elettricità.
- 2 bis. Produttore, ai fini del presente titolo, è il fabbricante del prodotto finito o di una sua componente, il produttore della materia prima, nonchè, per i prodotti agricoli del suolo e per quelli dell'allevamento, della pesca e della caccia, rispettivamente l'agricoltore, l'allevatore, il pescatore ed il cacciatore.⁵²

Art. 116.

Responsabilità del fornitore

1. 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.
2. La richiesta deve essere fatta per iscritto e deve indicare il prodotto che ha cagionato il danno, il luogo e, con ragionevole approssimazione, la data dell'acquisto; deve inoltre contenere l'offerta in visione del prodotto, se ancora esistente.
3. Se la notificazione dell'atto introduttivo del giudizio non è stata preceduta dalla richiesta prevista dal comma 2, il convenuto può effettuare la comunicazione entro i tre mesi successivi.
4. 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 prevista dal comma 1.
5. 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. Nell'ipotesi prevista dal comma 3, il convenuto può chiedere la condanna dell'attore al rimborso delle spese cagionategli dalla chiamata in giudizio.
6. Le disposizioni del presente articolo si applicano al prodotto importato nella Unione europea, quando non sia individuato l'importatore, anche se sia noto il produttore.

⁵¹ Rubrica modificata dall'art. 14 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

⁵² Comma aggiunto dall'art. 14 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

Art. 117.

Prodotto difettoso

1. 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.
2. Un prodotto non può essere considerato difettoso per il solo fatto che un prodotto più perfezionato sia stato in qualunque tempo messo in commercio.
3. Un prodotto è difettoso se non offre la sicurezza offerta normalmente dagli altri esemplari della medesima serie.

Art. 118.

Esclusione della responsabilità

1. La responsabilità 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, nè 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.

Art. 119.

Messa in circolazione del prodotto

1. Il prodotto è messo in circolazione quando sia consegnato all'acquirente, all'utilizzatore, o a un ausiliario di questi, anche in visione o in prova.
2. La messa in circolazione avviene anche mediante la consegna al vettore o allo spedizioniere per l'invio all'acquirente o all'utilizzatore.
3. La responsabilità non è esclusa se la messa in circolazione dipende da vendita forzata, salvo che il debitore abbia segnalato specificamente il difetto con dichiarazione resa all'ufficiale giudiziario all'atto del pignoramento o con atto notificato al creditore precedente e depositato presso la cancelleria del giudice dell'esecuzione entro quindici giorni dal pignoramento stesso.

Art. 120.

Prova

1. Il danneggiato deve provare il difetto, il danno, e la connessione causale tra difetto e danno.
2. Il produttore deve provare i fatti che possono escludere la responsabilità secondo le disposizioni dell'articolo 118. Ai fini dell'esclusione da responsabilità prevista

nell'articolo 118, comma 1, lettera b), 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.

3. 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.

Art. 121.

Pluralità di responsabili

1. Se più persone sono responsabili del medesimo danno, tutte sono obbligate in solido al risarcimento.
2. 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.

Art. 122.

Colpa del danneggiato

1. Nelle ipotesi di concorso del fatto colposo del danneggiato il risarcimento si valuta secondo le disposizioni dell'articolo 1227 del codice civile.
2. 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.
3. Nell'ipotesi di danno a cosa, la colpa del detentore di questa è parificata alla colpa del danneggiato.

Art. 123.

Danno risarcibile

1. È 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, purchè di tipo normalmente destinato all'uso o consumo privato e così principalmente utilizzata dal danneggiato.
2. Il danno a cose è risarcibile solo nella misura che ecceda la somma di euro trecentottantasette.

Art. 124.

Clausole di esonero da responsabilità

1. È nullo qualsiasi patto che escluda o limiti preventivamente, nei confronti del danneggiato, la responsabilità prevista dal presente titolo.

Art. 125.

Prescrizione

1. 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.
2. 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.

Art. 126.

Decadenza

1. Il diritto al risarcimento si estingue alla scadenza di dieci anni dal giorno in cui il produttore o l'importatore nella Unione europea ha messo in circolazione il prodotto che ha cagionato il danno.
2. La decadenza è impedita solo dalla domanda giudiziale, salvo che il processo si estingua, dalla domanda di ammissione del credito in una procedura concorsuale o dal riconoscimento del diritto da parte del responsabile.
3. L'atto che impedisce la decadenza nei confronti di uno dei responsabili non ha effetto riguardo agli altri.

Art. 127.

Responsabilità secondo altre disposizioni di legge

1. Le disposizioni del presente titolo non escludono nè limitano i diritti attribuiti al danneggiato da altre leggi.
2. Le disposizioni del presente titolo non si applicano ai danni cagionati dagli incidenti nucleari previsti dalla legge 31 dicembre 1962, n. 1860, e successive modificazioni.
3. Le disposizioni del presente titolo non si applicano ai prodotti messi in circolazione prima del 30 luglio 1988.

Titolo III

GARANZIA LEGALE DI CONFORMITÀ E GARANZIE COMMERCIALI PER I BENI DICONSUMO

Capo I

Della vendita dei beni di consumo

Art. 128.

Ambito di applicazione e definizioni

1. Il presente capo disciplina taluni aspetti dei contratti di vendita e delle garanzie concernenti i beni di consumo. A tali fini ai contratti di vendita sono equiparati i contratti di permuta e di somministrazione nonchè quelli di appalto, di opera e tutti gli altri contratti comunque finalizzati alla fornitura di beni di consumo da fabbricare o produrre.
2. Ai fini del presente capo si intende per:
 - a. **beni di consumo**: qualsiasi bene mobile, anche da assemblare, tranne:
 1. i beni oggetto di vendita forzata o comunque venduti secondo altre modalità dalle Autorità giudiziarie, anche mediante delega ai notai;
 2. l'acqua e il gas, quando non confezionati per la vendita in un volume delimitato o in quantità determinata;
 3. l'energia elettrica;
 - b. **venditore**: qualsiasi persona fisica o giuridica pubblica o privata che, nell'esercizio della propria attività imprenditoriale o professionale, utilizza i contratti di cui al comma 1;
 - c. **garanzia convenzionale ulteriore**: qualsiasi impegno di un venditore o di un produttore, assunto nei confronti del consumatore senza costi supplementari, di rimborsare il prezzo pagato, sostituire, riparare, o intervenire altrimenti sul bene di consumo, qualora esso non corrisponda alle condizioni enunciate nella dichiarazione di garanzia o nella relativa pubblicità;
 - d. **riparazione**: nel caso di difetto di conformità, il ripristino del bene di consumo per renderlo conforme al contratto di vendita.

3. Le disposizioni del presente capo si applicano alla vendita di beni di consumo usati, tenuto conto del tempo del pregresso utilizzo, limitatamente ai difetti non derivanti dall'uso normale della cosa.

Art. 129.

Conformità al contratto

1. Il venditore ha l'obbligo di consegnare al consumatore beni conformi al contratto di vendita.
2. Si presume che i beni di consumo siano conformi al contratto se, ove pertinenti, 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, dal produttore o dal suo agente o rappresentante, in particolare nella pubblicità o sull'etichettatura;
 - 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.
3. 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.
4. Il venditore non è vincolato dalle dichiarazioni pubbliche di cui al comma 2, lettera c), quando, in via anche alternativa, dimostra che:
 - a. non era a conoscenza della dichiarazione e non poteva conoscerla con l'ordinaria diligenza;
 - b. la dichiarazione è stata adeguatamente corretta entro il momento della conclusione del contratto in modo da essere conoscibile al consumatore;
 - c. la decisione di acquistare il bene di consumo non è stata influenzata dalla dichiarazione.
5. Il difetto di conformità che deriva dall'imperfetta installazione del bene di consumo è equiparato al difetto di conformità del bene quando l'installazione è compresa nel contratto di vendita ed è stata effettuata dal venditore o sotto la sua responsabilità. Tale equiparazione si applica anche nel caso in cui il prodotto, concepito per essere installato dal consumatore, sia da questo installato in modo non corretto a causa di una carenza delle istruzioni di installazione.

Art. 130.

Diritti del consumatore

1. Il venditore è responsabile nei confronti del consumatore per qualsiasi difetto di conformità esistente al momento della consegna del bene.
2. In caso di difetto di conformità, il consumatore ha diritto al ripristino, senza spese, della conformità del bene mediante riparazione o sostituzione, a norma dei commi 3, 4, 5 e 6, ovvero ad una riduzione adeguata del prezzo o alla risoluzione del contratto, conformemente ai commi 7, 8 e 9.
3. Il consumatore può chiedere, a sua scelta, al venditore di riparare il bene o di sostituirlo, senza spese in entrambi i casi, salvo che il rimedio richiesto sia oggettivamente impossibile o eccessivamente oneroso rispetto all'altro.

4. Ai fini di cui al comma 3 è da considerare eccessivamente oneroso uno dei due rimedi se impone al venditore spese irragionevoli in confronto all'altro, tenendo conto:
 - a. del valore che il bene avrebbe se non vi fosse difetto di conformità;
 - b. dell'entità del difetto di conformità;
 - c. dell'eventualità che il rimedio alternativo possa essere esperito senza notevoli inconvenienti per il consumatore.
5. Le riparazioni o le sostituzioni devono essere effettuate entro un congruo termine dalla richiesta e non devono arrecare notevoli inconvenienti al consumatore, tenendo conto della natura del bene e dello scopo per il quale il consumatore ha acquistato il bene.
6. Le spese di cui ai commi 2 e 3 si riferiscono ai costi indispensabili per rendere conformi i beni, in particolare modo con riferimento alle spese effettuate per la spedizione, per la mano d'opera e per i materiali.
7. 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 5;⁵³
 - c. la sostituzione o la riparazione precedentemente effettuata ha arrecato notevoli inconvenienti al consumatore.
8. Nel determinare l'importo della riduzione o la somma da restituire si tiene conto dell'uso del bene.
9. Dopo la denuncia del difetto di conformità, il venditore può offrire al consumatore qualsiasi altro rimedio disponibile, con i seguenti effetti:
 - a. qualora il consumatore abbia già richiesto uno specifico rimedio, il venditore resta obbligato ad attuarlo, con le necessarie conseguenze in ordine alla decorrenza del termine congruo di cui al comma 5, salvo accettazione da parte del consumatore del rimedio alternativo proposto;⁵⁴
 - b. qualora il consumatore non abbia già richiesto uno specifico rimedio, il consumatore deve accettare la proposta o respingerla scegliendo un altro rimedio ai sensi del presente articolo.
10. 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.

Art. 131.

Diritto di regresso

1. Il venditore finale, quando è responsabile nei confronti del consumatore a causa di un difetto di conformità imputabile ad un'azione o ad un'omissione del produttore, di un precedente venditore della medesima catena contrattuale distributiva o di qualsiasi altro intermediario, ha diritto di regresso, salvo patto contrario o rinuncia, nei confronti del soggetto o dei soggetti responsabili facenti parte della suddetta catena distributiva.
2. Il venditore finale che abbia ottemperato ai rimedi esperiti dal consumatore, può agire, entro un anno dall'esecuzione della prestazione, in regresso nei confronti del soggetto o dei soggetti responsabili per ottenere la reintegrazione di quanto prestatato.

Art. 132.

Termini

1. Il venditore è responsabile, a norma dell'articolo 130, quando il difetto di conformità si manifesta entro il termine di due anni dalla consegna del bene.

⁵³ Lettera modificata dall'art. 15 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

⁵⁴ Lettera modificata dall'art. 15 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

2. Il consumatore decade dai diritti previsti dall'articolo 130, comma 2, se non denuncia al venditore il difetto di conformità entro il termine di due mesi dalla data in cui ha scoperto il difetto. La denuncia non è necessaria se il venditore ha riconosciuto l'esistenza del difetto o lo ha occultato.
3. 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.
4. L'azione diretta a far valere i difetti non dolosamente occultati dal venditore si prescrive, in ogni caso, nel termine di ventisei mesi dalla consegna del bene; il consumatore, che sia convenuto per l'esecuzione del contratto, può tuttavia far valere sempre i diritti di cui all'articolo 130, comma 2, purchè il difetto di conformità sia stato denunciato entro due mesi dalla scoperta e prima della scadenza del termine di cui al periodo precedente.

Art. 133.

Garanzia convenzionale

1. La garanzia convenzionale vincola chi la offre secondo le modalità indicate nella dichiarazione di garanzia medesima o nella relativa pubblicità.
2. La garanzia deve, a cura di chi la offre, almeno indicare: a) la specificazione che il consumatore è 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, nonché il nome o la ditta e il domicilio o la sede di chi la offre.
3. A richiesta del consumatore, la garanzia deve essere disponibile per iscritto o su altro supporto duraturo a lui accessibile.
4. La garanzia deve essere redatta in lingua italiana con caratteri non meno evidenti di quelli di eventuali altre lingue.
5. Una garanzia non rispondente ai requisiti di cui ai commi 2, 3 e 4, rimane comunque valida e il consumatore può continuare ad avvalersene ed esigerne l'applicazione.

Art. 134.

Carattere imperativo delle disposizioni

1. È nullo ogni patto, anteriore alla comunicazione al venditore del difetto di conformità, volto ad escludere o limitare, anche in modo indiretto, i diritti riconosciuti dal presente paragrafo. La nullità può essere fatta valere solo dal consumatore e può essere rilevata d'ufficio dal giudice.
2. Nel caso di beni usati, le parti possono limitare la durata della responsabilità di cui all'articolo 132, comma primo ad un periodo di tempo in ogni caso non inferiore ad un anno.
3. È 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.

Art. 135.

Tutela in base ad altre disposizioni

1. Le disposizioni del presente capo non escludono nè limitano i diritti che sono attribuiti al consumatore da altre norme dell'ordinamento giuridico.
2. Per quanto non previsto dal presente titolo, si applicano le disposizioni del codice civile in tema di contratto di vendita.

Parte V
ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI E ACCESSO ALLA GIUSTIZIA

Titolo I
LE ASSOCIAZIONI RAPPRESENTATIVE A LIVELLO NAZIONALE

Art. 136.

Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti

1. È istituito presso il Ministero delle attività produttive il Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti, di seguito denominato: "Consiglio".
2. Il Consiglio, che si avvale, per le proprie iniziative, della struttura e del personale del Ministero delle attività produttive, è composto dai rappresentanti delle associazioni dei consumatori e degli utenti inserite nell'elenco di cui all'articolo 137 e da un rappresentante designato dalla Conferenza di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281 ed è presieduto dal Ministro delle attività produttive o da un suo delegato. Il Consiglio è nominato con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, su proposta del Ministro delle attività produttive, e dura in carica tre anni.
3. Il Consiglio invita alle proprie riunioni rappresentanti delle associazioni di tutela ambientale riconosciute e delle associazioni nazionali delle cooperative dei consumatori. Possono altresì essere invitati i rappresentanti di enti ed organismi che svolgono funzioni di regolamentazione o di normazione del mercato, delle categorie economiche e sociali interessate, delle pubbliche amministrazioni competenti, nonché esperti delle materie trattate.
4. È 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. A tale fine il presidente convoca una volta all'anno una sessione a carattere programmatico cui partecipano di diritto i presidenti degli organismi rappresentativi dei consumatori e degli utenti previsti dagli ordinamenti regionali e delle province autonome di Trento e di Bolzano;
 - g. stabilire rapporti con analoghi organismi pubblici o privati di altri Paesi e dell'Unione europea;
 - h. segnalare alla Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento della funzione pubblica, 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.

Art. 137.

Elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale

1. Presso il Ministero delle attività produttive è istituito l'elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale.
2. L'iscrizione nell'elenco è 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 seguenti requisiti:
 - a. avvenuta costituzione, per atto pubblico o per scrittura privata autenticata, da almeno tre anni e possesso di uno statuto che sancisca un ordinamento a base democratica e preveda come scopo esclusivo la tutela dei consumatori e degli utenti, senza fine di lucro;
 - b. tenuta di un elenco degli iscritti, aggiornato annualmente con l'indicazione delle quote versate direttamente all'associazione per gli scopi statutari;
 - c. numero di iscritti non inferiore allo 0,5 per mille della popolazione nazionale e presenza sul territorio di almeno cinque regioni o province autonome, con un numero di iscritti non inferiore allo 0,2 per mille degli abitanti di ciascuna di esse, da certificare con dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà resa dal legale rappresentante dell'associazione con le modalità di cui agli articoli 46 e seguenti del testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di documentazione amministrativa, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445;
 - d. elaborazione di un bilancio annuale delle entrate e delle uscite con indicazione delle quote versate dagli associati e tenuta dei libri contabili, conformemente alle norme vigenti in materia di contabilità delle associazioni non riconosciute;
 - e. svolgimento di un'attività continuativa nei tre anni precedenti;
 - f. non avere i suoi rappresentanti legali subito alcuna condanna, passata in giudicato, in relazione all'attività dell'associazione medesima, e non rivestire i medesimi rappresentanti la qualifica di imprenditori o di amministratori di imprese di produzione e servizi in qualsiasi forma costituite, per gli stessi settori in cui opera l'associazione.
3. Alle associazioni dei consumatori e degli utenti è preclusa ogni attività di promozione o pubblicità commerciale avente per oggetto beni o servizi prodotti da terzi ed ogni connessione di interessi con imprese di produzione o di distribuzione.
4. Il Ministero delle attività produttive provvede annualmente all'aggiornamento dell'elenco.
5. All'elenco di cui al presente articolo possono iscriversi anche le associazioni dei consumatori e degli utenti operanti esclusivamente nei territori ove risiedono minoranze linguistiche costituzionalmente riconosciute, in possesso dei requisiti di cui al comma 2, lettere a), b), d), e) e f), nonché con un numero di iscritti non inferiore allo 0,5 per mille degli abitanti della regione o provincia autonoma di riferimento, da certificare con dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà resa dal legale rappresentante dell'associazione con le modalità di cui agli articoli 46 e seguenti del citato testo unico, di cui al decreto del Presidente della Repubblica n. 445 del 2000.
6. Il Ministero delle attività produttive comunica alla Commissione europea l'elenco di cui al comma 1, comprensivo anche degli enti di cui all'articolo 139, comma 2, nonché i relativi aggiornamenti al fine dell'iscrizione nell'elenco degli enti legittimati a proporre azioni inibitorie a tutela degli interessi collettivi dei consumatori istituito presso la stessa Commissione europea.

Art. 138.

Agevolazioni e contributi

1. Le agevolazioni e i contributi previsti dalla legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni, in materia di disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria, sono estesi, con le modalità ed i criteri di graduazione definiti con apposito decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, alle attività editoriali delle associazioni iscritte nell'elenco di cui all'articolo 137.

Titolo II

ACCESSO ALLA GIUSTIZIA ⁵⁵

Art. 139.

Legittimazione ad agire

1. Le associazioni dei consumatori e degli utenti inserite nell'elenco di cui all'articolo 137 sono legittimate ad agire ai sensi dell'articolo 140, a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti.⁵⁶ Oltre a quanto disposto dall'articolo 2, le dette associazioni sono legittimate ad agire nelle ipotesi di violazione degli interessi collettivi dei consumatori contemplati nelle materie disciplinate dal presente codice, nonchè dalle seguenti disposizioni legislative:
 - a. legge 6 agosto 1990, n. 223, e successive modificazioni, ivi comprese quelle di cui al testo unico della radiotelevisione, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e legge 30 aprile 1998, n. 122, concernenti l'esercizio delle attività televisive;⁵⁷
 - b. decreto legislativo 30 dicembre 1992, n. 541, come modificato dal decreto legislativo 18 febbraio 1997, n. 44, e legge 14 ottobre 1999, n. 362, concernente la pubblicità dei medicinali per uso umano.
2. Gli organismi pubblici indipendenti nazionali e le organizzazioni riconosciuti in altro Stato dell'Unione europea ed inseriti nell'elenco degli enti legittimati a proporre azioni inibitorie a tutela degli interessi collettivi dei consumatori, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee, possono agire, ai sensi del presente articolo e secondo le modalità di cui all'articolo 140, nei confronti di atti o comportamenti lesivi per i consumatori del proprio Paese, posti in essere in tutto o in parte sul territorio dello Stato.

Art. 140.

Procedura

1. I soggetti di cui all'articolo 139 sono legittimati nei casi previsti ad agire a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti richiedendo al tribunale:⁵⁸
 - 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.
2. Le associazioni di cui al comma 1, nonchè i soggetti di cui all'articolo 139, comma 2, possono attivare, prima del ricorso al giudice, la procedura di conciliazione dinanzi

⁵⁵ Rubrica modificata dal comma 449 della legge 244/2007 in vigore dal 21/06/2008 ai sensi del comma 447.

⁵⁶ Periodo integrato dall'art. 16 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

⁵⁷ Lettera integrata dall'art. 16 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

⁵⁸ Comma integrato dall'art. 17 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

alla camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura competente per territorio, a norma dell'articolo 2, comma 4, lettera a), della legge 29 dicembre 1993, n. 580, nonchè agli altri organismi di composizione extragiudiziale per la composizione delle controversie in materia di consumo a norma dell'articolo 141. La procedura è, in ogni caso, definita entro sessanta giorni.

3. Il 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.
4. 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.
5. In ogni caso l'azione di cui al comma 1 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.
6. Il soggetto al quale viene chiesta la cessazione del comportamento lesivo ai sensi del comma 5, o che sia stato chiamato in giudizio ai sensi del comma 1, può attivare la procedura di conciliazione di cui al comma 2 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.
7. Con il provvedimento che definisce il giudizio di cui al comma 1 il giudice fissa un termine per l'adempimento degli obblighi stabiliti e, anche su domanda della parte che ha agito in giudizio, 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. In caso di inadempimento degli obblighi risultanti dal verbale di conciliazione di cui al comma 3 le parti possono adire il tribunale con procedimento in camera di consiglio affinché, accertato l'inadempimento, disponga il pagamento delle dette somme di denaro. Tali somme di denaro sono versate all'entrata del bilancio dello Stato per essere riassegnate con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze al fondo da istituire nell'ambito di apposita unità previsionale di base dello stato di previsione del Ministero delle attività produttive, per finanziare iniziative a vantaggio dei consumatori.
8. 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.
9. Fatte salve le norme sulla litispendenza, sulla continenza, sulla connessione e sulla riunione dei procedimenti, le disposizioni di cui al presente articolo non precludono il diritto ad azioni individuali dei consumatori che siano danneggiati dalle medesime violazioni.
10. Per le associazioni di cui all'articolo 139 l'azione inibitoria prevista dall'articolo 37 in materia di clausole vessatorie nei contratti stipulati con i consumatori, si esercita ai sensi del presente articolo.
11. Resta ferma la giurisdizione esclusiva del giudice amministrativo in materia di servizi pubblici ai sensi dell'articolo 33 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 80. 12. Restano salve le procedure conciliative di competenza dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni di cui all'articolo 1, comma 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

Art. 140-bis.
(Azione collettiva risarcitoria).⁵⁹

1. Le associazioni di cui al comma 1 dell'articolo 139 e gli altri soggetti di cui al comma 2 del presente articolo sono legittimati ad agire a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti richiedendo al tribunale del luogo in cui ha sede l'impresa l'accertamento del diritto al risarcimento del danno e alla restituzione delle somme spettanti ai singoli consumatori o utenti nell'ambito di rapporti giuridici relativi a contratti stipulati ai sensi dell'articolo 1342 del codice civile, ovvero in conseguenza di atti illeciti extracontrattuali, di pratiche commerciali scorrette o di comportamenti anticoncorrenziali, quando sono lesi i diritti di una pluralità di consumatori o di utenti.
2. Sono legittimati ad agire ai sensi del comma 1 anche associazioni e comitati che sono adeguatamente rappresentativi degli interessi collettivi fatti valere. I consumatori o utenti che intendono avvalersi della tutela prevista dal presente articolo devono comunicare per iscritto al proponente la propria adesione all'azione collettiva. L'adesione può essere comunicata, anche nel giudizio di appello, fino all'udienza di precisazione delle conclusioni. Nel giudizio promosso ai sensi del comma 1 è sempre ammesso l'intervento dei singoli consumatori o utenti per proporre domande aventi il medesimo oggetto. L'esercizio dell'azione collettiva di cui al comma 1 o, se successiva, l'adesione all'azione collettiva, produce gli effetti interruttivi della prescrizione ai sensi dell'articolo 2945 del codice civile.
3. Alla prima udienza il tribunale, sentite le parti, e assunte quando occorre sommarie informazioni, pronuncia sull'ammissibilità della domanda, con ordinanza reclamabile davanti alla corte di appello, che pronuncia in camera di consiglio. La domanda è dichiarata inammissibile quando è manifestamente infondata, quando sussiste un conflitto di interessi, ovvero quando il giudice non ravvisa l'esistenza di un interesse collettivo suscettibile di adeguata tutela ai sensi del presente articolo. Il giudice può differire la pronuncia sull'ammissibilità della domanda quando sul medesimo oggetto è in corso un'istruttoria davanti ad un'autorità indipendente. Se ritiene ammissibile la domanda il giudice dispone, a cura di chi ha proposto l'azione collettiva, che venga data idonea pubblicità dei contenuti dell'azione proposta e dà i provvedimenti per la prosecuzione del giudizio.
4. Se accoglie la domanda, il giudice determina i criteri in base ai quali liquidare la somma da corrispondere o da restituire ai singoli consumatori o utenti che hanno aderito all'azione collettiva o che sono intervenuti nel giudizio. Se possibile allo stato degli atti, il giudice determina la somma minima da corrispondere a ciascun consumatore o utente. Nei sessanta giorni successivi alla notificazione della sentenza, l'impresa propone il pagamento di una somma, con atto sottoscritto, comunicato a ciascun avente diritto e depositato in cancelleria. La proposta in qualsiasi forma accettata dal consumatore o utente costituisce titolo esecutivo.
5. La sentenza che definisce il giudizio promosso ai sensi del comma 1 fa stato anche nei confronti dei consumatori e utenti che hanno aderito all'azione collettiva. È fatta salva l'azione individuale dei consumatori o utenti che non aderiscono all'azione collettiva, o non intervengono nel giudizio promosso ai sensi del comma 1.
6. Se l'impresa non comunica la proposta entro il termine di cui al comma 4 o non vi è stata accettazione nel termine di sessanta giorni dalla comunicazione della stessa, il presidente del tribunale competente ai sensi del comma 1 costituisce un'unica camera di conciliazione per la determinazione delle somme da corrispondere o da restituire ai consumatori o utenti che hanno aderito all'azione collettiva o sono intervenuti ai sensi del comma 2 e che ne fanno domanda. La camera di conciliazione è composta da un avvocato indicato dai soggetti che hanno proposto l'azione collettiva e da un avvocato

⁵⁹ *Articolo inserito dal comma 446 dell'art. 1 legge 244/2007 in vigore dal 21/06/2008 ai sensi del comma 447.*

indicato dall'impresa convenuta ed è presieduta da un avvocato nominato dal presidente del tribunale tra gli iscritti all'albo speciale per le giurisdizioni superiori. La camera di conciliazione quantifica, con verbale sottoscritto dal presidente, i modi, i termini e l'ammontare da corrispondere ai singoli consumatori o utenti. Il verbale di conciliazione costituisce titolo esecutivo. In alternativa, su concorde richiesta del promotore dell'azione collettiva e dell'impresa convenuta, il presidente del tribunale dispone che la composizione non contenziosa abbia luogo presso uno degli organismi di conciliazione di cui all'articolo 38 del decreto legislativo 17 gennaio 2003, n. 5, e successive modificazioni, operante presso il comune in cui ha sede il tribunale. Si applicano, in quanto compatibili, le disposizioni degli articoli 39 e 40 del citato decreto legislativo 17 gennaio 2003, n. 5, e successive modificazioni

Art. 141.

Composizione extragiudiziale delle controversie

1. Nei rapporti tra consumatore e professionista, le parti possono avviare procedure di composizione extragiudiziale per la risoluzione delle controversie in materia di consumo, anche in via telematica.
2. Il Ministro dello sviluppo economico, d'intesa con il Ministro della giustizia, con decreto di natura non regolamentare, detta le disposizioni per la formazione dell'elenco degli organi di composizione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo che si conformano ai principi della raccomandazione 98/257/CE della Commissione, del 30 marzo 1998, riguardante i principi applicabili agli organi responsabili per la risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo, e della raccomandazione 2001/310/CE della Commissione, del 4 aprile 2001, concernente i principi applicabili agli organi extragiudiziali che partecipano alla risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo. Il Ministero dello sviluppo economico, d'intesa con il Ministero della giustizia, comunica alla Commissione europea gli organismi di cui al predetto elenco ed assicura, altresì, gli ulteriori adempimenti connessi all'attuazione della risoluzione del Consiglio dell'Unione europea del 25 maggio 2000, 2000/C 155/01, relativa ad una rete comunitaria di organi nazionali per la risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo.⁶⁰
3. In ogni caso, si considerano organi di composizione extragiudiziale delle controversie ai sensi del comma 2 quelli costituiti ai sensi dell'articolo 2, comma 4⁶¹ della legge 29 dicembre 1993, n. 580, dalle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura.
4. Non sono vessatorie le clausole inserite nei contratti dei consumatori aventi ad oggetto il ricorso ad organi che si conformano alle disposizioni di cui al presente articolo.
5. 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.

Parte VI

DISPOSIZIONI FINALI

Art. 142.

Modifiche al codice civile

1. Gli articoli 1469-bis, 1469-ter, 1469-quater, 1469-quinquies e 1469-sexies del codice civile sono sostituiti dal seguente:
"Art. 1469-bis
Contratti del consumatore
Le disposizioni del presente titolo si applicano ai contratti del consumatore, ove non

⁶⁰ Comma sostituito dall'art. 18 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice.

⁶¹ Comma integrato dall'art. 18 d. l.vo 221/2007 in vigore dal 14/12/2007 il cui testo è in appendice

derogate dal codice del consumo o da altre disposizioni più favorevoli per il consumatore."

Art. 143.

Irrinunciabilità dei diritti

1. I diritti attribuiti al consumatore dal codice sono irrinunciabili. È nulla ogni pattuizione in contrasto con le disposizioni del codice.
2. 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.

Art. 144.

Aggiornamenti

1. Ogni intervento normativo incidente sul codice, o sulle materie dallo stesso disciplinate, va attuato mediante esplicita modifica, integrazione, deroga o sospensione delle specifiche disposizioni in esso contenute.

Art. 145.

Competenze delle regioni e delle province autonome

1. Sono fatte salve le disposizioni adottate dalle regioni e dalle province autonome di Trento e di Bolzano nell'esercizio delle proprie competenze legislative in materia di educazione e informazione del consumatore.

Art. 146.

Abrogazioni

1. Dalla data di entrata in vigore del presente codice sono abrogati:
 - o a) il decreto del Presidente della Repubblica 24 maggio 1988, n. 224, così come modificato dal decreto legislativo 2 febbraio 2001, n. 25, recante attuazione della direttiva 85/374/CEE, relativa al ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di responsabilità per danno da prodotti difettosi, ai sensi dell'articolo 15 della legge 16 aprile 1987, n. 183;
 - o b) la legge 10 aprile 1991, n. 126, così come modificata dalla legge 22 febbraio 1994, n. 146, recante norme per l'informazione del consumatore;
 - o c) il decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50, recante attuazione della direttiva 85/577/CEE, in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali;
 - o d) decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, così come modificato dal decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 67, recante attuazione della direttiva 84/450/CEE, in materia di pubblicità ingannevole e comparativa;
 - o e) decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 111, così come modificato dalla legge 5 marzo 2001, n. 57, recante attuazione della direttiva 90/314/CEE, concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti "tutto compreso";
 - o f) la legge 30 luglio 1998, n. 281, recante disciplina dei diritti dei consumatori e degli utenti, così come modificata dalla legge 24 novembre 2000, n. 340, dal decreto legislativo 23 aprile 2001, n. 224, e dall'articolo 11 della legge 1° marzo 2002, n. 39, recante disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee - legge comunitaria 2001, sono fatte salve le disposizioni di cui all'articolo 7, con riferimento alle attività promozionali del Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti di cui all'articolo 136 e alle agevolazioni di cui all'articolo 138;
 - o g) il decreto legislativo 9 novembre 1998, n. 427, recante attuazione della direttiva 94/47/CE, concernente la tutela dell'acquirente per taluni aspetti dei contratti

- relativi all'acquisizione di un diritto di godimento a tempo parziale di beni immobili;
- o h) il decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 185, recante attuazione della direttiva 97/7/CE, relativa alla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza;
 - o i) il decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 63, recante attuazione della direttiva 98/7/CE, che modifica la direttiva 87/102/CEE, in materia di credito al consumo;
 - o l) il decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 67, recante attuazione della direttiva 97/55/CE, che modifica la direttiva 84/450/CEE, in materia di pubblicità ingannevole e comparativa;
 - o m) il decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 84, recante attuazione della direttiva 98/6/CE, relativa alla protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi offerti ai medesimi;
 - o n) il decreto legislativo 23 aprile 2001, n. 224, recante attuazione della direttiva 98/27/CE, relativa a provvedimenti inibitori a tutela degli interessi dei consumatori;
 - o o) il decreto legislativo 21 maggio 2004, n. 172, recante attuazione della direttiva 2001/95/CE, relativa alla sicurezza generale dei prodotti;
 - o p) il comma 7 dell'articolo 18 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59;
 - o q) il comma 9 dell'articolo 19 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59;
 - o r) commi 4 e 5 dell'articolo 125 del testo unico delle leggi in materia bancaria e creditizia, di cui al decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, e successive modificazioni;
 - o s) gli articoli 1519-bis, 1519-ter, 1519-quater, 1519-quinquies, 1519-sexies, 1519-septies, 1519-octies e 1519-nonies del codice civile;
 - o t) la legge 6 aprile 2005, n. 49, recante modifiche all'articolo 7 del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, in materia di messaggi pubblicitari ingannevoli diffusi attraverso mezzi di comunicazione.
2. Dalla data di entrata in vigore del presente codice restano abrogati:
- o a) il decreto del Presidente della Repubblica 23 agosto 1982, n.903, recante attuazione della direttiva 79/581/CEE, relativa alla indicazione dei prezzi dei prodotti alimentari ai fini della protezione dei consumatori;
 - o b) il decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 76, recante attuazione della direttiva 88/315/CEE, concernente l'indicazione dei prezzi dei prodotti alimentari ai fini della protezione dei consumatori;
 - o c) il decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 78, recante attuazione della direttiva 88/314/CEE, concernente l'indicazione dei prezzi dei prodotti non alimentari ai fini della protezione dei consumatori;
 - o d) il decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 115, recante attuazione della direttiva 92/59/CEE, relativa alla sicurezza generale dei prodotti.

Allegato I

(Abrogato dall'art. 19 d. l.vo 221/2007 in vigore dall'14/12/2007 il cui testo è in appendice)

Allegato II

(previsto dall'articolo 107, comma 3)

(riproduce l'allegato II della direttiva 2001/95/CE)

PROCEDURE PER L'APPLICAZIONE DEL RAPEX DELLE LINEE GUIDA PER LE NOTIFICHE

1. Il sistema riguarda i prodotti, secondo la definizione dell'articolo 3, comma 1, lettera e), che presentano un rischio grave per la salute e la sicurezza dei consumatori. I prodotti farmaceutici previsti nelle direttive 2001/83/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 novembre 2001, e 2001/82/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 6 novembre 2001, sono esclusi dall'applicazione del RAPEX.
2. Il RAPEX mira essenzialmente a permettere un rapido scambio di informazioni in presenza di un rischio grave. Le linee guida di cui al punto 8 definiscono criteri specifici per l'individuazione di rischi gravi.
3. Gli Stati membri che hanno effettuato la notifica a norma dell'articolo 12 forniscono tutte le precisazioni disponibili. In particolare, la notifica contiene le informazioni stabilite dalle linee guida di cui al punto 8 e almeno: a) le informazioni che permettono di identificare il prodotto; b) una descrizione del rischio incontrato, ivi compresa una sintesi dei risultati di qualsiasi prova o di qualsiasi analisi e delle loro conclusioni che permettano di valutare l'importanza del rischio; c) la natura e la durata delle misure o azioni prese o decise, se del caso; d) informazioni sui canali di commercializzazione e sulla distribuzione del prodotto, in particolare sui Paesi destinatari. Tali informazioni devono essere trasmesse valendosi dello speciale formulario tipo di notifica e degli strumenti stabiliti dalle linee guida di cui al punto 8.

Quando la misura notificata a norma degli articoli 11 o 12 è intesa a limitare la commercializzazione o l'uso di una sostanza chimica o di un preparato chimico, gli Stati membri forniscono quanto prima possibile una sintesi o i riferimenti dei pertinenti dati della sostanza o del preparato in questione e dei sostituti conosciuti, qualora tale informazione sia disponibile. Essi comunicano inoltre gli effetti previsti del provvedimento sulla salute e la sicurezza dei consumatori, nonché la valutazione del rischio effettuata in conformità dei principi generali di valutazione dei rischi delle sostanze chimiche di cui all'articolo 10, paragrafo 4, del regolamento (CEE) n. 793/93 del Consiglio, del 23 marzo 1993, nel caso di sostanze esistenti o all'articolo 3, paragrafo 2, della direttiva n. 67/548/CEE del Consiglio, del 27 giugno 1967, nel caso di nuove sostanze. Le linee guida di cui al punto 8 definiscono i particolari e le procedure relativi alle informazioni richieste a tale riguardo.

4. Quando uno Stato membro ha informato la Commissione, in virtù dell'articolo 12, paragrafo 1, terzo comma, in merito ad un rischio grave, prima di decidere in merito a eventuali provvedimenti informa la Commissione, entro un termine di quarantacinque giorni, se intende confermare o modificare tale informazione.
5. La Commissione verifica, nel più breve tempo possibile, la conformità con le disposizioni della direttiva delle informazioni ricevute in base al RAPEX e, qualora lo ritenga necessario ed al fine di valutare la sicurezza del prodotto, può svolgere un'indagine di propria iniziativa. Qualora abbia luogo tale indagine, gli Stati membri devono fornire alla Commissione nella misura del possibile, le informazioni richieste.
6. Ricevuta una notifica a norma dell'articolo 12, gli Stati membri sono invitati ad informare la Commissione, entro e non oltre il termine stabilito dalle linee guida di cui al punto 8, sui punti seguenti:
 - a) se il prodotto è stato immesso sul mercato nel loro territorio;
 - b) quali provvedimenti nei confronti del prodotto in questione adotteranno eventualmente in funzione della situazione nel loro Paese, motivandone le ragioni, in specie la diversa valutazione del rischio o qualsiasi altra circostanza particolare che giustifica la decisione, in particolare che giustifica l'assenza di provvedimento o di seguito;
 - c) le informazioni supplementari pertinenti ottenute in merito al rischio implicato, compresi i risultati di prove o analisi.

Le linee guida di cui al punto 8 propongono criteri precisi di notifica delle misure la

- cui portata è limitata al territorio nazionale e come trattare le notifiche sui rischi che lo Stato membro ritiene limitati al proprio territorio.
7. Gli Stati membri informano immediatamente la Commissione di eventuali modifiche o della revoca delle misure o azioni in questione.
 8. Le linee guida che riguardano la gestione del RAPEX da parte della Commissione e degli Stati membri vengono elaborate e regolarmente aggiornate dalla Commissione secondo la procedura di cui all'articolo 15, paragrafo 3.
 9. La Commissione può informare i punti di contatto nazionali riguardo ai prodotti che presentano rischi gravi, importati nella Comunità e nello Spazio economico europeo o esportati a partire da tali territori.
 10. La responsabilità delle informazioni fornite incombe allo Stato membro che ha effettuato la notifica.
 11. La Commissione assicura l'opportuno funzionamento del sistema, provvedendo in particolare a classificare e a catalogare le notifiche in base al grado di urgenza. Le modalità saranno stabilite dalle linee guida di cui al punto 8.

Il presente decreto, munito del sigillo dello Stato, sarà inserito nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana.

È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarlo e di farlo osservare.

Dato a Roma, addì 6 settembre 2005

CIAMPI

Berlusconi, Presidente del Consiglio dei Ministri
Scajola, Ministro delle attività produttive
La Malfa, Ministro per le politiche comunitarie
Baccini, Ministro per la funzione pubblica
Castelli, Ministro della giustizia
Siniscalco, Ministro dell'economia e delle finanze
Storace, Ministro della salute
Visto, il Guardasigilli: Castelli

Appendice

Relazione Governativa di accompagnamento al Codice del Consumo.

Avviso di rettifica pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 2 del 3 gennaio 2006.

Decreto Legislativo n. 146 del 2 agosto 2007.

Decreto Legislativo n. 221 del 23 ottobre 2007.

**DECRETO LEGISLATIVO RECANTE CODICE DEL CONSUMO,
A NORMA DELL'ARTICOLO 7 DELLA LEGGE 29 LUGLIO 2003, N. 229.**

RELAZIONE

1. PREMESSA

Il decreto legislativo costituisce l'attuazione della delega presente conferita al Governo con la legge 29 luglio 2003, n. 229, recante interventi urgenti in materia di qualità della regolazione, riassetto normativo e semplificazione - legge di semplificazione per il 2001.

I termini della delega sono stati prorogati prima dall'articolo 2 della legge 27 luglio 2004, n. 186, legge di conversione, con modificazioni, del decreto-legge 28 maggio 2004, n. 136 e, successivamente, dall'articolo 7 della legge 27 dicembre 2004, n. 306.

In particolare, l'articolo 7 della legge n. 229 del 2003 ha delegato il Governo ad adottare uno o più decreti legislativi, per il riassetto delle disposizioni vigenti in materia di tutela dei consumatori, ai sensi e secondo i principi e i criteri direttivi di cui all'articolo 20 della legge 15 marzo 1997, n. 59, come sostituito dall'articolo 1 della stessa legge n. 229 del 2003, e nel rispetto dei principi e criteri direttivi ivi richiamati.

Nell'esercizio di tale delega, il Ministero delle attività produttive si è avvalso del prezioso contributo fornito dalla Commissione di studio istituita con decreto ministeriale 23 dicembre 2002, presieduta dal professore Guido Alpa e composta da alcuni tra i massimi esperti della materia. Il frutto del lavoro della commissione è stato recepito nel presente articolato, che ha tenuto conto delle osservazioni delle associazioni di settore maggiormente rappresentative e ha accolto la quasi totalità delle valutazioni contenute nei pareri ampiamente favorevoli resi rispettivamente: dalla Conferenza unificata, di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, in data 16 dicembre 2004, dal Consiglio di Stato, sezione consultiva per gli atti normativi, nell'adunanza generale del 20 dicembre 2004 e dalle competenti Commissioni parlamentari (X Commissione permanente - Attività produttive, commercio e turismo della Camera dei deputati e 10^a Commissione permanente - Industria, commercio, turismo del Senato della Repubblica) nelle date del 9 e del 10 marzo 2005. Dei suggerimenti non recepiti si dà conto nel prosieguo della presente relazione.

L'esigenza di raccogliere in un unico testo legislativo le disposizioni vigenti in materia di tutela del consumatore, pur segnalata da una dottrina ormai cospicua, per dovizia di contributi e per vastità di aree indagate, non era stata fino a ora soddisfatta in via ufficiale.

Anche i tentativi sostenuti per scopi scientifici non potevano modificare il contesto normativo, limitandosi a promuovere una interpretazione coordinata delle disposizioni vigenti.

Confrontando il nostro ordinamento con quello dei Paesi membri dell'Unione europea più evoluti in questo settore, il modello normativo italiano evidenziava una grave lacuna, per molteplici ragioni.

Da un lato, era registrata la difficoltà di accorpate in un unico contenitore disposizioni approvate in diversi momenti della recente storia legislativa italiana.

Dall'altro, si sottolineava la complessità del coordinamento delle disposizioni vigenti, in particolare di quelle di derivazione comunitaria.

Non si può trascurare, poi, il dubbio, di natura scientifica, piuttosto che pratica, secondo cui la riunione in un unico testo di disposizioni afferenti ai diversi ambiti coinvolgenti il consumatore avrebbe potuto accentuare la differenza di regime a cui sono sottoposti i rapporti tra imprenditori ed i rapporti tra questi ultimi ed i consumatori.

La carenza dell'ordinamento nazionale è divenuta con il tempo ancora più evidente, attesa la politica di protezione dei consumatori affermata in sede comunitaria e ribadita, ancora di recente, dalla Commissione europea nella Comunicazione relativa agli anni 2002-2006. Nella stessa direzione si pongono i suggerimenti emersi dalla discussione nell'ambito della cultura giuridica, economica e politica dei Paesi membri.

I dubbi che ancora sussistevano sull'opportunità di redigere un quadro di principi inerenti esclusivamente l'area del diritto contrattuale riguardante i rapporti posti in essere con i consumatori, oggi non hanno più alcun fondamento, dal momento che si tratta di un orientamento ormai irreversibile.

In ambito comunitario si è da tempo affermato – normativamente e politicamente – l'indirizzo volto ad armonizzare e coordinare in modo sistematico le regole concernenti i rapporti con i consumatori. È appena agli albori, invece, l'iniziativa di armonizzare le regole generali sul contratto, senza distinzione dei ruoli assunti dalle parti. Nonostante alcune risoluzioni del Parlamento europeo e del Consiglio dei Ministri della CE, al momento la Commissione europea sembra molto cauta ad avviare questo più vasto e ulteriore processo di normazione unitaria.

D'altra parte, al di là dei problemi di natura giuridica, le finalità di tutela dei consumatori, degli utenti e, per alcuni aspetti, dei risparmiatori, sono ormai divenute prioritarie negli interventi dell'Unione europea.

Il codice del consumo, peraltro, non comprende solo le regole di disciplina del contratto, ma racchiude anche le norme riguardanti ogni fase in cui il consumatore è coinvolto in relazioni giuridiche con i soggetti della catena di produzione e distribuzione di prodotti e servizi.

Infatti, nel corpo delle regole riguardanti i consumatori devono includersi disposizioni che concernono la fase anteriore alla formazione del contratto. In questo ambito si situano il momento in cui avviene il contatto sociale tra le parti, i rapporti tra i consumatori e le istituzioni pubbliche, le relazioni associative, gli effetti del consumo del bene o dell'uso di un servizio.

Questi aspetti riguardano senz'altro la materia del consumo e completano il quadro delle regole più propriamente riferite al diritto contrattuale.

2. ANALISI ECONOMICA DEL DIRITTO DEI CONSUMATORI

La necessità di riordinare e armonizzare la normativa in tema di tutela dei consumatori e degli utenti rappresenta, in modo esplicito, la principale finalità perseguita con l'attività di compilazione concretizzata nel codice del consumo. Anche al di là dei riferimenti di natura giuridica, tale obiettivo trova solide giustificazioni formali nelle teorie economiche e commerciali sui processi di acquisto e di consumo.

Tali dottrine, infatti, rappresentano l'esito di una complessa evoluzione, che parte dai modelli classici e neoclassici sul consumatore, incentrate sugli assiomi della razionalità assoluta e della completa informazione degli attori economici.

Le più moderne tesi ricostruttive sono state radicalmente riformulate, grazie al contributo dei primi studiosi, che hanno introdotto principi di analisi sociologica e psicologica nella più generale "teoria del consumatore".

Lo sviluppo dei nuovi studi ha consentito di identificare le dimensioni connotanti la strutturale quadro concettuale, debolezza del consumatore. Ne è derivato un ricco quadro concettuale idoneo a descrivere e interpretare comportamenti e processi d'acquisto. In questa cornice, si delineano i principi sottostanti al fabbisogno di tutela del consumatore.

È proprio il portato di tali teorie che, in modo più o meno esplicito, ha guidato tanto il processo di riordino e armonizzazione delle norme, quanto il risalto attribuito alla finalità di tutela del consumatore nella "regolazione e nell'esercizio di tutte le attività economiche".

La codificazione della normativa in materia di tutela dei consumatori e degli utenti è stata condotta, pertanto, con riferimento a un contorno di teorie e modelli concettuali consolidati, nella letteratura economica sul comportamento del consumatore e, più in generale, negli studi delle tecniche di mercato e del marketing.

In particolare, la struttura e l'articolazione del codice sono state ispirate ai modelli sul processo d'acquisto del consumatore, che ne evidenziano i principali stadi in una logica sequenziale.

In tale senso, le norme del codice sono da considerarsi in piena sintonia con la teoria delle fondamentali fasi del processo. Si parte da quelle volte a favorire l'educazione e l'informazione del consumatore nei momenti corrispondenti all'emergere dei bisogni e dei desideri di acquisto e possesso, concernenti beni e servizi di consumo.

Si prosegue con le fasi che tutelano il consumatore, nel delicato stato della raccolta di informazioni da fonti istituzionali, commerciali, personali ed empiriche. Si considerano ancora i momenti che sostengono la razionalità e la trasparenza dei processi valutativi sulle alternative di scelta del consumatore. Si prevedono norme tese a garantire la correttezza dei processi negoziali e delle forme contrattuali da cui discendono le decisioni d'acquisto, l'uso e il consumo.

A conclusione di tale sequenza sono state poste le norme concernenti le interazioni commerciali da cui hanno origine le valutazioni di soddisfazione o insoddisfazione, nonché i comportamenti relazionali, considerando come tali anche quelli di natura conflittuale.

Per ciascuna fase del processo d'acquisto, la normativa vigente è stata armonizzata e coordinata, anche con riferimento alle teorie economiche sul consumo e ai modelli di analisi che consentono di interpretare i moventi e i comportamenti d'acquisto, con una duplice finalità: a) valutare la natura e la portata delle asimmetrie di cui soffre la domanda nei processi di marketing; b) verificare l'efficacia della normativa vigente, ai fini di tutela del consumatore e dell'utente.

La complessa e variegata normativa sulla tutela del consumatore, ora riordinata nel codice, risulterà più agevolmente fruibile da parte dei destinatari. La maggiore chiarezza e sistematicità delle norme sarà pienamente apprezzata nelle fasi di contenzioso e di attuazione della tutela.

Ma il riassetto normativo assumerà una decisa rilevanza anche in un momento anteriore, per molti versi più importante, realizzando una obiettiva funzione deterrente di comportamenti commercialmente o legalmente scorretti a danno dei consumatori.

Il codice muove da alcune consolidate definizioni sulla natura degli interventi di tutela del consumatore: "insieme di politiche ed azioni attuate per assicurare che tutti i consumatori ottengano ciò che vorrebbero veramente (se fossero pienamente informati)".

La redazione delle singole norme è ispirata dagli approfondimenti che in diverse aree disciplinari (dalla psicologia economica, alla finanza comportamentale, alle tecniche di mercato) sono stati condotti per descrivere e interpretare gli effettivi scostamenti fra la condizione ideale, postulata dai modelli microeconomici classici e neoclassici, e quella effettiva, riscontrabile nelle moderne economie di mercato.

Oltre al modello basato sulla distinzione delle fasi del processo d'acquisto, il riferimento esplicito del codice è costituito dalle più rilevanti e ricorrenti aree di debolezza del consumatore e, in particolare, dalle asimmetrie della domanda, non solo di natura informativa.

Infine, la logica della tutela "preventiva" del consumatore è rinforzata mediante l'integrazione della normativa vigente, con alcuni riferimenti, particolarmente innovativi, ai principi dell'educazione del consumatore.

Per "educazione del consumatore" si è inteso il processo mediante il quale il consumatore apprende il funzionamento del mercato e la cui finalità consiste nel migliorare la capacità di agire in qualità di acquirente o di consumatore dei beni e dei servizi, che sono giudicati maggiormente idonei allo sviluppo del proprio benessere.

Ne è conseguito il tentativo di introdurre espliciti riferimenti all'educazione del consumatore, quale attività o processo informativo o di istruzione che non abbia quale oggetto il bene o il servizio di una specifica impresa o marca, ma la categoria generale alla quale il bene o il servizio appartiene.

In tale contesto, il processo educativo non assume in alcun modo finalità promozionale del consumo, ma si limita a evidenziare quali attributi dell'offerta siano da valutarsi per poter inferire le prestazioni del prodotto, e quali attributi, seppure non visibili o non valutabili a priori, siano maggiormente influenti sulle prestazioni. Inoltre, l'educazione, deve permettere

al consumatore di conoscere la dinamica temporale e causale con cui i legami fra attributi e prestazioni siano soliti manifestarsi.

Pertanto, il richiamo all'educazione del consumatore è volto all'esemplificazione delle caratteristiche tecniche che rendono percepibili e misurabili i diversi attributi dei prodotti, nonché i loro effetti nel tempo. A questo obiettivo si affianca il fine di limitare le più frequenti distorsioni percettive di cui i consumatori soffrono in fase di raccolta, elaborazione e valutazione delle informazioni relative alle diverse categorie di beni e servizi da acquistare.

3. LA COMPETENZA LEGISLATIVA

Le regole raccolte nel "codice" sono tutte di matrice e di competenza statale. La legislazione regionale che, a partire dalla metà degli anni Settanta, è stata via via emanata sulla base del testo originario dell'articolo 117 della Costituzione, si fondava, essenzialmente, sulla competenza regionale concorrente in materia di "fiere e mercati".

Tale normativa, quindi, ha avuto riguardo soprattutto ad alcuni limitati profili della disciplina del commercio. In particolare, per quanto attiene ai consumatori, la legislazione regionale ha interessato soprattutto i finanziamenti alle associazioni rappresentative, che cominciarono a diffondersi proprio negli anni Settanta.

I finanziamenti regionali erano destinati a dare sostegno a iniziative svolte in ambito regionale, per promuovere l'educazione e l'assistenza dei consumatori, per migliorarne l'informazione, per pubblicare testi e materiali volti a creare una migliore consapevolezza dei propri diritti, ovvero a effettuare migliori scelte o un miglior uso di prodotti e servizi.

La nuova versione dell'articolo 117 della Costituzione, introdotto dalla legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3, non è incompatibile con iniziative legislative regionali dello stesso contenuto. Anzi, è possibile ipotizzare che le regioni incrementeranno le proposte legislative per il sostegno di politiche di tutela dei consumatori e delle loro rappresentanze.

Al tempo stesso, però, la vigente formulazione dell'articolo 117 della Costituzione riconosce il ruolo essenziale della legislazione statale in materia di disciplina del processo unitario del consumo, nella prospettiva della finalità di tutela del consumatore.

Proprio nella enumerazione delle materie di competenza normativa statale compare, nell'articolo 117, secondo comma, lettera l), della Costituzione, l'espressione "ordinamento civile".

Questa locuzione – per concorde interpretazione – comprende tutte le materie disciplinate dal codice civile e tutti i settori riguardanti il diritto civile e il diritto commerciale, i diritti della persona, gli status.

Dal punto di vista giuridico, le relazioni tra i "professionisti" e i consumatori sono riconducibili ai rapporti precontrattuali, contrattuali ed extracontrattuali. La loro disciplina investe lo status dei consumatori e i loro diritti fondamentali, enunciati dalla legge 30 luglio 1998, n. 281: in sintesi, la posizione giuridica della persona nell'ambito dell'ordinamento.

In definitiva, è ragionevole ritenere che tutte queste norme siano integralmente ascrivibili alla materia dell'ordinamento civile e che, pertanto, siano oggetto di competenza legislativa esclusiva dello Stato.

A questo argomento (di per sé già determinante), va aggiunto che sono riservate sempre alla legislazione esclusiva statale la disciplina della concorrenza, nonché la disciplina del credito e del risparmio. Si tratta di materie che confinano o si intrecciano con i diversi settori in cui si svolgono i rapporti dei consumatori con le imprese.

Ancora, va sottolineato che la finalità di tutela del consumatore presenta una evidente e stabile connessione con la materia di competenza esclusiva statale concernente la "determinazione dei livelli essenziali delle prestazioni concernenti i diritti civili e sociali che devono essere garantiti su tutto il territorio nazionale" (articolo 117, secondo comma, lettera m)).

Tra questi diritti vanno senz'altro annoverati i diritti dei consumatori.

Appare evidente, quindi, la necessità di dettare regole uniformi sul territorio nazionale, con la finalità di tutela dei consumatori, per non alterare la “condizione di eguaglianza giuridica”, cui hanno diritto i soggetti residenti in ogni località del Paese.

L’esigenza di omogeneità di trattamento, oltretutto, va affermata nell’ambito territorialmente ancora più ampio delle disposizioni di rango comunitario, le quali tutelano in modo coerente il consumatore che agisce nel mercato interno dell’Unione europea.

Una frammentazione della disciplina, infine, contrasterebbe non solo con l’articolo 3 della Carta costituzionale, ma anche con le stesse finalità istituzionali dell’Unione europea. L’articolo 153 del Trattato, insieme alle numerose direttive comunitarie di tutela del consumatore, hanno lo scopo di migliorare la posizione giuridica dei consumatori e rimuovere le barriere al mercato interno che ancora sopravvivono, per la difformità delle discipline statali o per le lacune degli ordinamenti.

Il rilievo sostanziale e sistematico della disciplina del consumo e della tutela dei consumatori, inoltre, esclude la mera riconduzione alla più ristretta materia del solo “commercio”, inteso come regolamentazione, prevalentemente amministrativa, delle relative attività.

La tutela del consumatore si caratterizza essenzialmente come disciplina civilistica dei rapporti tra le parti contraenti, sotto lo specifico profilo della relazione tra parti “non uguali”, come è quello tra “professionista” e “consumatore”, caratterizzato dalla “debolezza strutturale” di quest’ultimo.

Le competenze regionali nel settore dei rapporti dei consumatori, dunque, non possono che avere riguardo a iniziative a favore delle associazioni, a programmi di intervento per l’informazione e l’educazione, eventualmente anche per la soluzione stragiudiziale delle controversie, ma certamente non possono incidere né sui diritti dei consumatori, né sulla disciplina dei loro rapporti precontrattuali, contrattuali o extracontrattuali con le imprese.

Ferme restando queste considerazioni sistematiche, allo scopo di venire incontro ad esplicita richiesta avanzata dalla Conferenza unificata, condivisa dal Consiglio di Stato e fatta propria dalla Camera dei deputati nei rispettivi pareri, rispettivamente resi rispettivamente il 16 dicembre 2004, il 20 dicembre 2004 e il 10 marzo 2005, all’articolo 145 del codice è stata inserita una disposizione di salvaguardia delle competenze normative sia regionali che delle province autonome di Trento e di Bolzano.

4. CARATTERI DEL CODICE

Sulla base di queste premesse, si è proceduto a identificare la frammentata normativa in materia e a raccoglierla, seguendo le indicazioni provenienti dalla disciplina sulla compilazione dei provvedimenti legislativi di riassetto normativo: il coordinamento delle disposizioni, il loro aggiornamento, la loro rispondenza ai dettami del diritto comunitario.

La redazione del codice prende lo spunto da analoghe compilazioni apparse in altri Paesi dell’Unione europea, come ad esempio il “Code de la Consommation” francese, la legge generale sulla difesa dei consumatori e degli utenti spagnola del 1984, e il progetto di codice belga.

Le disposizioni raccolte sono quelle oggi vigenti in materia di diritto dei consumatori. Esse sono disposte secondo un ordine logico che ripercorre le fasi del rapporto di consumo, istituito tra il consumatore o l’utente da un lato, e il produttore di beni e servizi e i suoi intermediari, dall’altro.

Premesse alcune disposizioni di carattere generale sui diritti dei consumatori, previsti dalla legge n. 281 del 1998, il corpo normativo si occupa, in primo luogo, della fase anteriore alla istituzione del rapporto, che riguarda l’educazione del consumatore, la sua informazione e la pubblicità commerciale.

Viene poi esaminata la conclusione del rapporto, funzionale alla circolazione di beni e servizi. Successivamente, il codice prevede le disposizioni concernenti la sicurezza e la

qualità dei prodotti e dei servizi, e, infine, la posizione giuridica delle associazioni dei consumatori e la disciplina del relativo accesso alla giustizia.

5. LA TECNICA REDAZIONALE

Obiettivo prioritario del lavoro di redazione del codice è stato quello di riorganizzare in ordine sistematico le numerose leggi a tutela del consumatore, intervenute in un lungo lasso temporale.

Tale preoccupazione è stata dettata dall'esigenza di dare una risposta al comune disagio che provocato da una produzione normativa spesso torrentizia e poco ordinata.

A tale scopo si sono valutate le diverse alternative metodologiche in ordine al più efficace criterio di raccolta della disciplina esistente. Fra le molte possibilità, si è ragionato essenzialmente intorno a due opzioni contrapposte.

La prima ipotizzava una raccolta delle leggi esistenti, riordinate secondo un criterio di accorpamento, corrispondente all'elencazione dei diritti fondamentali indicati nell'articolo 1, comma 2, della legge 30 luglio 1998, n. 281. Seppure suggestiva, l'opzione è stata scartata, perché non è sembrata di facile realizzazione pratica. Difatti, già con riferimento al primo dei diritti elencati all'articolo 1, comma 2, lettera a), della legge n. 281 del 1998, riguardante il diritto alla salute, è sorta la difficoltà di trovare la specificità della tutela del consumatore, rispetto alla protezione del diritto alla salute, costituzionalmente garantito a tutti i cittadini.

La seconda opzione, prescelta dal codice, ha riorganizzato le disposizioni secondo una sequenza logica e temporale lineare, che ordina la disciplina intorno al procedimento economico e giuridico compiuto, nella sua interezza, dall'atto di consumo.

In questo lavoro di riagggregazione si è puntualmente ripresa la disciplina vigente, ripetendo (nella maggior parte dei casi) le norme nella loro originaria formulazione. Le modifiche introdotte sono rigorosamente limitate a quelle rese necessarie da effettive esigenze di coordinamento, ovvero di aggiornamento rispetto a normative o problematiche sopravvenute.

In alcuni casi, ai fini di integrità del codice, sono state inserite, elevandone la fonte, norme originariamente di rango non primario. Si tratta, in particolare, degli articoli 107, commi 6, 8 e 9, in materia di controlli, e 136, comma 4, lettera h), seconda parte, sul Consiglio nazionale dei consumatori.

Il numero esiguo di tali disposizioni ha indotto ad escludere l'emanazione, nella materia in oggetto, di un corpus autonomo di norme regolamentari. Si è preferito, invece, il criterio della completezza, con conseguente accorpamento, nella disciplina unitaria di rango legislativo, anche di alcune disposizioni di carattere organizzativo.

Con riferimento alla tecnica redazionale utilizzata, giova fare un'ulteriore osservazione.

L'attuale fase di "riassetto normativo" è caratterizzato da due requisiti essenziali:

- a) la riforma sostanziale della disciplina legislativa della materia, ispirata anche a criteri di semplificazione (alleggerimento degli oneri burocratici) e di "deregolazione";
- b) la creazione di una raccolta organica di tutte le norme di pari livello esistenti in una determinata materia.

La materia in oggetto si presta poco ad una semplificazione anche sostanziale, essendosi il legislatore delegato adoperato per rafforzare il sistema dei diritti dei consumatori, su cui poco incide la questione dell'alleggerimento di oneri burocratici. Ne consegue che il presente intervento di riassetto legislativo, pur presentando talune forme di semplificazione (si vedano ad esempio gli articoli 82 ed 84), è prevalentemente orientato verso il riordino sistematico e la semplificazione formale della complessa materia della tutela dei consumatori.

Tale opera di riorganizzazione e compilazione unitaria rappresenta un indubbio miglioramento del dato normativo vigente.

Infatti, il codice elimina le incoerenze e le sovrapposizioni tra le diverse regole derivanti da distinte direttive comunitarie introdotte in diversi momenti storici. Si pensi al difetto di coordinamento tra le differenti norme in materia di recesso dal contratto.

6. LA STRUTTURA DEL CODICE

Prima di procedere ad un'analisi specifica delle singole disposizioni del codice, è opportuno descrivere, in termini completi, il “piano generale dell'opera”, allo scopo di consentirne la maggiore e immediata comprensione.

Il codice si compone di 146 articoli, riuniti in sei parti.

La parte I (articoli 1-3) contiene le disposizioni generali.

In particolare, sono chiarite le finalità della nuova disciplina e fornite alcune definizioni terminologiche, di seguito frequentemente utilizzate.

La parte II (articoli 4-32) riguarda l'educazione del consumatore, l'informazione e la pubblicità.

Essa comprende tutte le attività che, ancor prima della specifica fase della informazione precontrattuale, pongono il consumatore in grado di ottenere una corretta conoscenza del bene da acquistare. La completa cognizione, a sua volta, passa necessariamente attraverso l'informazione ed, eventualmente, attraverso l'educazione e la pubblicità.

Allo stato attuale, mentre la normativa sulla pubblicità risulta ampia e puntuale, quella sull'attività di informazione appare ancora episodica e quella sull'educazione è del tutto assente.

Si è ritenuto utile formulare una norma di raccordo al fine di introdurre nel corpo del codice almeno un riferimento positivo al diritto all'educazione, il quale non solo è inserito tra i diritti fondamentali nell'articolo 1 della legge n. 281 del 1998, ma è anche espressamente menzionato dall'articolo 153 del Trattato istitutivo della Comunità europea “al fine di promuovere gli interessi dei consumatori ed assicurare un livello elevato di protezione” e riconosciuto dalla risoluzione della CEE del 1975.

In ambito comunitario, infatti, il consumatore – considerato soggetto economico – mediante l'informazione è posto nella situazione di poter apprezzare i fattori componenti la qualità e il prezzo del prodotto e, quindi, nella situazione di poter operare scelte consapevoli.

L'asimmetria informativa tra il professionista viene ridotta attraverso l'organizzazione della normativa riguardante le informazioni offerte al consumatore. Si tratta delle disposizioni concernenti le etichette, le diciture stampigliate sulle confezioni, la documentazione allegata al prodotto, l'indicazione - in modo visibile e comprensibile - dei prezzi per unità di misura e il controllo della correttezza dei messaggi pubblicitari.

L'informazione del consumatore è la linea direttrice che accompagna nel codice tutto lo svolgimento del rapporto di consumo, perché ricompare nel momento della conclusione del contratto e nel momento della sua esecuzione. Ancora, l'informazione è richiamata nelle disposizioni del codice che riguardano la sicurezza e la qualità del prodotto, dal momento che il consumatore deve avere cognizione piena dei rischi inerenti l'uso del prodotto e delle caratteristiche che questo presenta, sia per poter essere utilizzato con il maggior profitto, sia per prevenire eventuali danni derivanti dal suo utilizzo.

In attuazione di uno dei criteri di delega è stata introdotta una nuova disciplina volta al rafforzamento della tutela dei consumatori in materia di televendite (articoli 28-32).

La parte III (articoli 33-101) riguarda il rapporto di consumo.

La disciplina del contratto costituisce l'oggetto principale di tale gruppo di disposizioni. Alcune regole riguardano, trasversalmente, tutti i contratti, riferendosi a particolari modalità di circolazione dei beni o dei servizi. Altre norme si riferiscono a specifici settori, definendo la disciplina di determinati contratti.

Il titolo I ha per oggetto i contratti dei consumatori in generale e contiene le norme di tutela del consumatore in tema di clausole vessatorie abusive, finora contenute nel codice

civile (articoli 1469-bis e seguenti). Altre norme fino ad oggi contenute nel codice civile (gli articoli 1519-bis e seguenti, in tema di vendita di beni mobili di consumo) sono inserite nella parte IV del codice del consumo.

L'inserimento all'interno del codice del consumo di tali disposizioni, originariamente contenute nel codice civile, non era previsto nello schema di provvedimento, approvato in via preliminare dal Consiglio dei Ministri.

L'innovazione costituisce la puntuale attuazione di una precisa indicazione contenuta nel parere reso dalla Sezione consultiva per gli atti normativi del Consiglio di Stato nell'Adunanza del 20 dicembre 2004.

Nello stesso senso si pone la richiesta formulata dal Senato nel parere reso lo scorso 9 marzo, nel quale, proprio con riferimento a tali disposizioni, la competente Commissione aveva auspicato il coordinamento tra le disposizioni in materia di tutela del consumatore e quelle del codice civile, "al fine di evidenziare il carattere unitario del codice quale fonte di disciplina in materia di consumo".

L'omissione di tali disposizioni, peraltro, avrebbe privato il presente codice di alcune disposizioni fondamentali in tema di tutela del consumatore, incidendo sull'organicità della disciplina e impedendo un'accurata opera di raccordo tra dette norme e quelle collocate al di fuori del codice civile. Si pensi all'indispensabile coordinamento tra le norme in materia di azioni delle associazioni dei consumatori, presenti nell'originario articolo 1469-sexies c.c., e quelle similari trasferite nel codice del consumo).

Dette norme erano frutto di recenti novelle legislative al codice civile introdotte, in attuazione rispettivamente delle direttive 93/13 e 99/44 CE, dalla legge n. 52 del 1996 (poi novellata dalle leggi n. 526 del 1999 e n.14 del 2003) e dal decreto legislativo n. 24 del 2002.

La scelta di intervenire sul codice civile, all'epoca, era stata motivata dall'assenza di una sede capace di raccogliere organicamente le norme sul consumatore, non essendosi rivelata idonea a tale fine la normativa introdotta con il d.P.R. n. 224 del 1988, attuativa della direttiva n. 85/374 CEE sui prodotti difettosi. Il sopravvenire del codice del consumo fa, ora, venire meno quelle esigenze che giustificarono la temporanea inserzione nel codice civile, da un lato, di un apposito titolo (XIV-bis) alla fine della parte generale sul contratto e prima della disciplina dei singoli contratti e, dall'altro, del § 1-bis rubricato "Della vendita dei beni di consumo".

Il nuovo codice costituisce, oggi, la sede sistematicamente più idonea in cui collocare le disposizioni in oggetto, inserendole nell'ambito della disciplina organica di protezione del consumatore, come auspicato nelle stesse relazioni governative alle normative ora richiamate.

Ovviamente, nell'espungere le suindicate disposizioni dal codice civile e nell'introdurle nel codice del consumo, si è provveduto alla creazione di disposizioni di raccordo tra il corpus civilistico e il nuovo "codice di settore", finalizzate a ribadire la soggezione dei contratti del consumatore ai principi generali e alla normativa del codice civile, per quanto non diversamente disposto.

In tale modo, si mira ad evitare qualsiasi dubbio interpretativo, confermando la persistente applicabilità al consumatore di regole generali e di principi fondamentali sanciti dal codice civile.

Il codice del consumo è reso coerente con il nuovo processo di riassetto normativo, ispirato all'esigenza di riordino sostanziale e di riduzione delle fonti normative. La raccolta codicistica assume una portata sistematica, orientata a idee capaci di garantire l'unità e la coerenza complessiva della disciplina.

Lo spostamento di sede delle norme in questione si fonda su un'ulteriore considerazione: la normativa di fonte comunitaria a tutela del consumatore ruota intorno ad un'esigenza di protezione speciale di questo soggetto, qualificato come "parte debole" del rapporto con l'interlocutore professionale, rispetto al quale si trova in una posizione di "asimmetria contrattuale".

Di qui un approccio specifico, ignoto al codice civile del 1942, fondato invece su un concetto formale di eguaglianza, diretto a garantire una tutela sostanziale, attenta all'equilibrio effettivo - normativo ed economico - del contratto.

Ciò trova conferma nella previsione di meccanismi di riequilibrio, basati su “nullità di protezione”, rilevabili, anche d'ufficio, ma solo a vantaggio del contraente debole. La stessa finalità è perseguita attraverso la scelta di affiancare alla difesa individuale strumenti di tutela processuale a carattere associativo, capaci di sopperire alla debolezza economica e professionale del consumatore, visto come individuo singolo.

Evidente appare, pertanto, la necessità di riportare detti principi speciali nell'ambito del codice di settore. Così come intuibile si appalesa il vantaggio pratico, per i consumatori, consistente nella concreta possibilità di consultare, in un unico testo normativo, tutte le disposizioni finalizzate alla loro protezione specifica.

Non si ritiene di aderire, invece, al ricordato parere espresso dal Consiglio di Stato, nella parte in cui suggerisce la sostituzione, nel testo dell'articolo 33 (il quale riproduce l'articolo 1469-bis, primo comma, del codice civile), dell'espressione "malgrado la buona fede" con le parole: "in contrasto con la buona fede".

Infatti, il testo attuale offre un maggiore livello di tutela al consumatore, permettendo di qualificare come abusive le clausole contrattuali che determinano un significativo squilibrio tra le prestazioni, in danno del consumatore, nonostante la buona fede soggettiva dell'altro contraente, senza richiedere l'accertamento ulteriore della violazione delle regole della buona fede.

Infine, ancora una volta in conformità al parere del Consiglio di Stato, negli articoli 33 e seguenti (ex art.1469-bis e seguenti c.c.) si è provveduto a sostituire il termine “inefficacia” con quello, più tecnico, di “nullità”.

Il codice del consumo prevede una disposizione generale riguardante le regole che devono ispirare tutta l'attività commerciale. Difatti, è stato ritenuto opportuno inserire nel corpo del codice i principi che ispirano la proposta di direttiva comunitaria sulla correttezza delle pratiche commerciali.

È apparso utile un riferimento alla erogazione dei pubblici servizi per quanto riguarda il cittadino consumatore, sia pure nella forma di una disposizione di coordinamento che rinvia alle specifiche discipline di settore.

La parte IV (artt.102-135) riguarda la sicurezza e qualità dei prodotti. In particolare, vengono raccolte e coordinate le disposizioni in tema di responsabilità per prodotti difettosi, di certificazione di qualità, di garanzia legale di conformità e di garanzia commerciale per i beni di consumo.

Sono state altresì introdotte nel corpo del codice le norme in materia di sicurezza generale dei prodotti previste dal decreto legislativo 21 maggio 2004, n. 172, attuativo della direttiva 2001/95/CE, nonché – come precedentemente illustrato – le disposizioni in tema di vendita di beni di consumo, attualmente contenute negli articoli 1519-bis e seguenti del codice civile.

La parte V (artt.136-141) riguarda le associazioni dei consumatori e l'accesso alla giustizia, con particolare riferimento all'individuazione delle associazioni rappresentative a livello nazionale ed alle azioni proponibili dalle medesime. Infine, la parte VI (artt.142-146) contiene le disposizioni finali e le abrogazioni, cui fanno seguito due allegati.

7. ANALISI DELLE SINGOLE DISPOSIZIONI

Passando all'analisi del contenuto delle singole disposizioni, può osservarsi quanto segue.

L'articolo 1 riproduce parte del comma 1 dell'articolo 1 della legge n. 281 del 1998, integrato con un opportuno riferimento alla Carta costituzionale e all'articolo 153 del Trattato CE. Il riferimento all'articolo 153 del Trattato CE consente di assumere la fonte comunitaria, in cui esplicitamente si prevede la promozione di un elevato livello di protezione dei

consumatori, a principio informatore di tutta la disciplina in materia di tutela dei consumatori. Il richiamo alla Costituzione, d'altro canto, permette di sottolineare come la normativa in materia consumeristica, pur avendo solide basi solo in ambito comunitario, si riannodi alla disciplina costituzionale in tema di diritti della persona.

Con la locuzione “processi di acquisto e di consumo” si vuole definire l'intero rapporto di consumo, non limitato ai soli aspetti contrattuali, ma comprendente anche gli aspetti preliminari (informazione, pubblicità e altre forme di comunicazione) e quelli conseguenti all'atto di acquisto in senso stretto (recesso, garanzie, rimedi e risarcimenti).

L'articolo 2 riproduce la restante parte del comma 1 dell'articolo 1 della legge n. 281 del 1998, nonché il comma 2 dello stesso articolo.

L'articolo 3 contiene le definizioni dei concetti giuridici utilizzati nel codice e precedentemente impiegati nei vari testi normativi oggetto del riassetto.

L'articolo 4 contiene norme di coordinamento, relative ai principi cui deve informarsi l'educazione del consumatore. Si specifica che l'attuazione delle disposizioni di cui a questo articolo non comporta oneri a carico del bilancio dello Stato, trattandosi di criteri per lo svolgimento di funzioni già previste dall'ordinamento.

Gli articoli dal 5 al 12 riproducono le disposizioni contenute nella legge 10 aprile 1991, n. 126 (Norme per l'informazione al consumatore), come modificata dalla legge 22 febbraio 1994, n. 146, tenendo altresì conto del relativo regolamento di attuazione, recato dal decreto ministeriale 8 febbraio 1997, n. 101. Peraltro, è stata aggiunta all'articolo 6 la lettera c), relativa all'ipotesi di prodotto proveniente da un Paese estraneo all'Unione europea.

Gli articoli dal 13 al 17 riproducono gli articoli da 1 a 5 del decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 84, sull'indicazione dei prezzi per unità di misura, costituente attuazione della direttiva 98/6/CE, relativa alla protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi offerti ai medesimi.

All'articolo 15, in ottemperanza a quanto richiesto dalla Conferenza unificata, nonché alle indicazioni fornite del Consiglio di Stato, si è esplicitata l'applicabilità della disposizione anche alla vendita dei carburanti.

L'articolo 18 introduce disposizioni generali in materia di pubblicità e comunicazioni commerciali, anche al fine di rendere possibile l'inserimento futuro di ulteriori disposizioni all'interno del corpus codicistico.

Gli articoli dal 19 al 27 riproducono gli articoli da 1 a 8 del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, come modificato dal decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 67 (“Attuazione della direttiva 84/450/CEE, come modificata dalla direttiva 97/55/CE in materia di pubblicità ingannevole e comparativa”) nonché dalla legge 6 aprile 2005, n. 49 recante modifiche all'articolo 7 del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, in materia di messaggi pubblicitari ingannevoli diffusi attraverso mezzi di comunicazione. Il codice prevede alcune variazioni rispetto alle norme originarie, di seguito illustrate:

- a) alla lettera d) del comma 1 dell'articolo 20, nella definizione di operatore pubblicitario, è stata inserita, su specifica segnalazione del Ministero della comunicazioni, in alternativa alla nozione di “proprietario del mezzo”, quella di “responsabile della programmazione radiofonica o televisiva”; la medesima modifica è stata inserita al comma 10 dell'articolo 26;
- b) all'articolo 21, comma 1. lettera c), il riferimento ai “diritti di proprietà intellettuale” è comprensivo del diritto d'autore e dei diritti ad esso connessi;
- c) all'articolo 25, comma 1, è stato fatto salvo il divieto previsto dalla sopravvenuta legge 3 maggio 2004, n. 112, articolo 10, comma 3;
- d) all'articolo 26 non è stato riprodotto il comma 14 dell'articolo 7 del decreto legislativo n. 74 del 1992, in quanto la relativa disposizione è confluita nel testo dell'articolo 139.

Gli articoli 28 e 29 costituiscono norme di mero coordinamento, finalizzate al rafforzamento della tutela del consumatore in materia di televendite, in conformità ai principi di delega.

All'interno dell'articolo 28 sono aggiunte specifiche disposizioni tratte dal Codice di autoregolamentazione del 14 maggio 2002 in materia di televendite e spot di televendita di beni e servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili, di servizi relativi ai pronostici concernenti il gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip, lotterie e giochi similari, riscritte e rielaborate secondo specifiche indicazioni fornite dalle competenti Commissioni di entrambi i rami del Parlamento.

Gli articoli 30 e 31 riproducono, rispettivamente, commi diversi del medesimo articolo 3-bis della legge 30 aprile 1998, n. 122, introdotto dall'articolo 52 della legge 1° marzo 2002, n. 39.

L'articolo 32 contiene la disciplina sanzionatoria in materia di televendite, conformemente all'articolo 6 della delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001 dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, recante il regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite.

Gli articoli 33-37 riproducono le ricordate disposizioni contenute negli articoli dal 1469-bis al 1469-sexies del codice civile.

L'articolo 38 contiene una norma di mero coordinamento.

L'articolo 39 introduce regole generali nelle attività commerciali, conformi ai principi generali di diritto comunitario in tema di pratiche commerciali sleali.

Gli articoli 40 e 41 riproducono gli articoli 1 e 2 del decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 63, recante attuazione della direttiva 98/7/CE, che modifica la direttiva 87/102/CEE, in materia di credito al consumo.

L'articolo 42, riproduce integralmente i commi 4 e 5 dell'articolo 125 del decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, testo unico delle leggi in materia bancaria e creditizia.

Considerando le perplessità manifestate dalla X Commissione della Camera dei deputati, e pur tenendo conto delle osservazioni svolte dal Consiglio di Stato, si è ritenuto preferibile non modificare l'attuale previsione normativa, che prevede la responsabilità sussidiaria del finanziatore solo nei casi in cui vi sia un rapporto di esclusiva con il fornitore.

La ratio della disposizione, data dalla necessità di corresponsabilizzare il finanziatore che faccia parte in senso lato della struttura organizzativa del venditore, ricorre, comunque, nel caso in cui vi sia un rapporto stabile ed esclusivo tra il finanziatore e il fornitore.

L'articolo 43 contiene un mero rinvio al testo unico bancario.

L'articolo 44 costituisce una norma di coordinamento che richiama la disciplina generale in materia di commercio.

L'articolo 45 riproduce il testo dell'articolo 1 del decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50 - Attuazione della direttiva n. 85/577/CEE in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali, sostituendo, però, la locuzione "operatore commerciale" con il termine "professionista". La modifica è opportuna per ragioni di uniformità del codice ed è conforme alla definizione generale contenuta nell'articolo 3.

L'articolo 46 riproduce l'articolo 3 del decreto legislativo n. 50 del 1992, sostituendo sia la locuzione "valori mobiliari" con quella "strumenti finanziari" (in conseguenza di quanto disposto dal sopravvenuto decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58) sia il termine "nonché" (lettera a) del comma 1) con l'espressione "e", al fine di uniformare il testo a quello della relativa direttiva comunitaria.

L'articolo 47 costituisce norma di coordinamento, finalizzata all'omogeneizzazione delle disposizioni sul diritto di recesso, conformemente ai criteri di delega.

L'articolo 48 disciplina un'ipotesi di esclusione del diritto al recesso.

L'articolo 49 costituisce una norma di coordinamento che rinvia alla disciplina generale in materia di commercio.

Gli articoli da 50 a 61 riproducono, sostanzialmente, le norme del decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 185 (Attuazione della direttiva 97/7/CE relativa alla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza), specificamente individuate nelle rubriche dei singoli articoli, con le seguenti modifiche:

- a) dall'articolo 50 sono state eliminate alcune definizioni (consumatore e fornitore: quest'ultimo sostituito con il termine "professionista"), inserite in via generale all'articolo 3 del codice;
- b) all'articolo 52, commi 3 e 5, è stato aggiunto il riferimento alla normativa sul commercio elettronico.

L'articolo 62 riproduce gli articoli 11 del decreto legislativo n. 50 del 1992 e 12 del decreto legislativo n. 185 del 1999.

L'articolo 63 ricalca gli articoli 12 del decreto legislativo n. 50 del 1992 e 14 del decreto legislativo n. 185 del 1999.

Gli articoli da 64 a 67 rappresentano una puntuale attuazione del principio di delega relativa all'omogeneizzazione del diritto di recesso. A tale fine sono state riprodotte, omogeneizzandole e fondendole tra loro, le relative disposizioni contenute sia nel decreto legislativo n. 50 del 1992, sia nel decreto legislativo n. 185 del 1999. Tali disposizioni sono specificamente indicate nelle rubriche dei singoli articoli.

L'articolo 68 è una mera norma di coordinamento che rinvia, per le parti non disciplinate dal codice, alla specifica disciplina in materia di commercio elettronico.

Gli articoli da 69 a 81 riproducono le disposizioni contenute negli articoli da 1 a 12 del decreto legislativo n. 427 del 1998, recante l'attuazione della direttiva 94/47/CE, concernente la tutela dell'acquirente per taluni aspetti dei contratti relativi all'acquisizione di un diritto di godimento a tempo parziale di beni immobili, cui sono state apportate le seguenti modifiche:

- a) l'articolo 69 recepisce l'articolo 1 del decreto legislativo n. 427 del 1998, così come modificato dall'articolo 4, comma 2, lettera a), della legge n. 135 del 2001, che, a sua volta, detta una diversa definizione del bene immobile. La definizione di "acquirente" è stata modificata per accogliere al suo interno la definizione generale di consumatore prevista dall'articolo 3;
- b) non si è ritenuto, poi, di accogliere il suggerimento espresso dal Consiglio di Stato, relativo alla sostituzione - all'interno dell'attuale articolo 70, comma 1, lettera d) - del termine "determinato" con quello "ultimato", sia perché la parola "ultimato", fa riferimento ad una realtà non giuridica ma fattuale (la determinazione è la fase in cui l'obbligo contrattuale individua il suo oggetto, indipendentemente dallo stato di perfezionamento di quest'ultimo, mentre l'ultimazione è il momento in cui l'attività edilizia ha termine), il cui concreto accertamento potrebbe creare evidenti problemi pratici (non essendo univoca l'individuazione del momento di ultimazione della costruzione) sia perché la medesima norma, al punto 3) della stessa lettera d) prevede l'ipotesi di immobile non ancora determinato né completato, con ciò stesso evidenziando che negli altri casi previsti nella stessa lettera si versa in ipotesi di immobile completato (id est ultimato) ma non determinato;
- c) il comma 1 dell'articolo 73 estende il termine per l'esercizio del diritto di recesso a dieci giorni lavorativi, omogeneizzandolo con quello indicato nell'articolo 64 in via generale;
- d) l'articolo 75 detta una norma di coordinamento con la disciplina generale in materia di diritto di recesso;
- e) gli articoli 76, 80 e 81 costituiscono la puntuale riproduzione di altrettanti articoli del decreto legislativo n. 427 del 1998, come modificato dalla legge n. 135 del 2001. In particolare, l'articolo 76 recepisce l'articolo 7 del decreto legislativo n. 427 del 1998, come modificato dall'articolo 4, comma 2, lettera b), della legge n. 135 del 2001; l'articolo 80 recepisce l'articolo 11 del decreto legislativo n. 427

del 1998, come modificato dall'articolo 10, comma 1, lettera a) della legge n. 39 del 2002; l'articolo 81 recepisce l'articolo 12 del decreto legislativo n. 427 del 1998, come modificato dall'articolo 10, comma 1, lettera b) della legge n. 39 del 2002.

Gli articoli dall'82 al 100 riproducono le corrispondenti disposizioni contenute nel decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 111 (Attuazione della direttiva n. 90/314/CEE concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti "tutto compreso"), con le seguenti modifiche:

- a) l'articolo 82, comma 2, è stato modificato rispetto al testo originario, per raccordarne la disciplina con quella dei contratti a distanza. La disposizione originaria del decreto legislativo n. 111 del 1995 era la seguente : "Il presente decreto si applica altresì ai pacchetti turistici negoziati fuori dai locali commerciali, ferme restando le disposizioni del decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50";
- b) l'articolo 83 riproduce, modificati secondo criteri di razionalizzazione e semplificazione, gli articoli 3, 4 e 5 del decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 111, così come modificati dall'articolo 11, comma 6, della legge 29 marzo 2001, n. 135, tenuto, altresì conto delle indicazioni contenute nel parere reso dal Senato;
- c) all'articolo 84 si è ritenuto di elidere il riferimento alle autorizzazioni di cui deve essere in possesso l'organizzatore del viaggio. Difatti, pur nella consapevolezza che l'abrogazione dell'articolo 9 della legge 17 maggio 1983, n. 217 (richiamato del d. lgs. n. 111 del 1995) non abbia eliminato l'obbligo di autorizzazione, oggi disciplinato dalle leggi regionali di settore secondo l'attuale sistema di riparto delle competenze legislative, così come delineato anche dalla legge quadro sul turismo n. 135 del 2001 e dal successivo D.P.C.M. del 13 settembre 2002, si è ritenuto inopportuno inserire in un contesto normativo con vocazione codicistica un riferimento ad istituti amministrativi soggetti all'iniziativa normativa regionale, che potrebbe anche adottare soluzioni non unitarie;
- d) all'articolo 88, si è modificata la lettera h) per raccordarne la disciplina con quella dei contratti a distanza. L'articolo 101 introduce una norma di coordinamento in materia di servizi pubblici, con la previsione di interventi, nell'ambito delle rispettive competenze, dello Stato e delle Regioni.

Gli articoli dal 102 al 113 costituiscono puntuale riproposizione delle corrispondenti disposizioni contenute nel decreto legislativo 21 maggio 2004, n. 172 (Attuazione della direttiva n. 2001/95/CE relativa alla sicurezza generale dei prodotti), con le seguenti modificazioni:

- a) all'articolo 106, comma 1, è stata estesa anche alle altre amministrazioni competenti per materia, la partecipazione alle procedure di consultazione e di coordinamento tramite l'utilizzo del Sistema pubblico di connettività. Al comma 4, si è ritenuto necessario operare un raccordo con la legge n. 281 del 1998, costituente la legge cardine in materia di tutela dei consumatori, che stabilisce precisi criteri di rappresentatività delle associazioni dei consumatori operanti a livello nazionale. L'espressione usata dall'articolo 4, comma 4, del decreto legislativo n. 172 del 2004 rappresentava, invece, la pedissequa riproduzione della formulazione contenuta nell'articolo 5 del decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 115, antecedente alla richiamata legge n. 281 del 1998;
- b) l'articolo 107 disciplina la materia dei controlli sulla sicurezza dei prodotti immessi sul mercato, in particolare le attività di cui al comma 8, sono svolte facendo ricorso alle risorse umane e strumentali disponibili, senza ulteriori oneri a carico del bilancio dello Stato. Al comma 6, le parole "bilancio dello Stato" sono state sostituite dalla locuzione "finanza pubblica".

Gli articoli dal 114 al 127 riproducono le corrispondenti disposizioni contenute nel decreto del Presidente della Repubblica 24 maggio 1988, n. 224, come modificato dal decreto legislativo 2 febbraio 2001, n. 25.

Gli articoli dal 128 al 135 come già illustrato, riproducono gli articoli da 1519-bis a 1519-octies del codice civile, in tema di vendita di beni di consumo.

L'articolo 136 riprende l'articolo 4 della legge n. 281 del 1998, come modificato dall'articolo 5 della legge n. 340 del 2000, prevedendo che un componente del Consiglio sia designato dalla Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, anziché dalla Conferenza dei Presidenti delle Regioni.

L'articolo 137 riproduce l'articolo 5 della legge n. 281 del 1998, come modificato dall'articolo 3 del decreto legislativo n. 224 del 2001, con le seguenti modifiche:

- a) al comma 5, ultimo periodo, il riferimento all'articolo 4 della legge 4 gennaio 1968, n. 15, è stato sostituito dal richiamo agli articoli 46 e seguenti del decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445;
- b) il comma 5-bis dell'articolo 5 della legge n. 281 del 1998, come modificato dall'articolo 3 del decreto legislativo n. 224 del 2001 è stato rinumerato come comma 6.

L'articolo 138 riproduce l'articolo 6 della legge n. 281 del 1998.

L'articolo 139 recepisce la parte dell'articolo 3 della legge n. 281 del 1998 relativa all'attribuzione della legittimazione ad agire per le associazioni dei consumatori iscritte nell'elenco, riformulata secondo le indicazioni fornite nei pareri resi dalle competenti Commissioni di Camera e Senato.

L'articolo 140 riproduce l'articolo 3 della legge n. 281 del 1998, come modificato dall'articolo 2 del decreto legislativo 23 aprile 2001, n. 224, e dall'articolo 11, comma 1, della legge 1 marzo 2002, n. 39, con le seguenti modifiche:

- a) l'autorità giudiziaria competente è stata individuata nel "tribunale", omogeneizzando, in conformità alla riforma dell'ordinamento giudiziario che ha introdotto il giudice unico di primo grado, i vari termini previsti nell'originaria disposizione (giudice competente e pretore);
- b) al comma 2, su concorde richiesta delle competenti Commissioni di entrambi i rami del Parlamento, si è esplicitato che la procedura di conciliazione extragiudiziale per la composizione delle controversie in materia di consumo può svolgersi sia dinanzi alla camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura competente per territorio, sia dinanzi agli altri organismi di composizione previsti a norma dell'articolo 141;
- c) al comma 4 si è precisato che il tribunale accerta la regolarità formale del processo verbale di conciliazione in composizione monocratica;
- d) al comma 7 vengono tenute distinte l'ipotesi di inadempimento al provvedimento del giudice da quella di violazione degli obblighi risultanti dal verbale di conciliazione: nel primo caso, il giudice fissa un termine per l'adempimento degli obblighi stabiliti dal provvedimento; nel secondo, invece, viene data facoltà alle parti di adire il tribunale perché, con procedimento in camera di consiglio, fissi le conseguenze di tale inadempimento.
- e) il comma 10 è stato aggiunto per dare una risposta ai numerosi dubbi sorti in via interpretativa circa i rapporti tra la legge n. 281 del 1998 e l'articolo 1469-sexies c.c.

Si è chiarito che l'azione inibitoria proponibile dalle associazioni dei consumatori ai sensi della norma codicistica sarà regolata – così come espressamente prevede la direttiva 98/27/CE – secondo le disposizioni del codice del consumo (quelle, cioè, all'epoca introdotte dalla legge n. 281 del 1998), sia con riguardo ai soggetti legittimati (le sole associazioni dei consumatori ed utenti iscritte nell'elenco di cui all'articolo 137), sia con riguardo all'ambito

dei provvedimenti ottenibili (non solo propriamente inibitori, ma anche ripristinatori, nonché finalizzati all'applicazione delle misure coercitive ed alla pubblicazione del provvedimento).

L'articolo 141 ottempera a quanto previsto dai criteri di delega stabiliti dall'articolo 7 della legge n. 229 del 2003 circa la possibilità di attivare forme di composizione extragiudiziale delle controversie, favorite allo scopo di deflazionare il carico di contenzioso pendente ed agevolare la rapida soluzione delle liti.

L'articolo 142 contiene una norma di coordinamento con le disposizioni del codice civile.

L'articolo 143 riunisce in un'unica norma quanto già previsto dalle diverse disposizioni richiamate in rubrica.

L'articolo 144, descrive un meccanismo di aggiornamento delle norme per disciplinare le modalità di futura modifica del codice.

L'articolo 145 contiene una disposizione di salvaguardia delle competenze normative regionali e delle province autonome di Trento e di Bolzano.

L'articolo 146 contiene le abrogazioni sia delle norme inserite nel codice, sia di quelle precedentemente già abrogate, al fine di evitarne (anche in via interpretativa) la reviviscenza.

Dei due allegati presenti, l'uno riproduce l'allegato II della direttiva n. 2001/95/CE previsto dall'articolo 6, comma 3 del decreto legislativo 21 maggio 2004, n. 172, e l'altro l'allegato II all'attuale decreto legislativo n. 185 del 1999, contenente l'elencazione dei servizi finanziari di cui all'articolo 51 del codice, così come suggerito nel parere reso dal Consiglio di Stato.

Il provvedimento non comporta oneri a carico del bilancio dello Stato.

AVVISO DI RETTIFICA

**Comunicato relativo al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante:
«Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229.».
(Decreto legislativo pubblicato nel supplemento ordinario n. 162/L
alla Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 235 dell'8 ottobre 2005).
(pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 2 del 3 Gennaio 2006)**

Nel decreto legislativo citato in epigrafe, pubblicato nel sopraindicato supplemento ordinario, sono apportate le seguenti correzioni:

- alla pagina 5, seconda colonna, nelle premesse al decreto, al quartultimo capoverso, dove e' scritto: «... attuazione della direttiva 97/5/CEE ...», leggasi: «... attuazione della direttiva 97/5/CE ...»;
- alla pagina 9, prima colonna, all'art. 14, comma 5, dove è scritto: «5. Il codice non si applica: ...», leggasi: «5. La presente sezione non si applica: ...»;
- alla pagina 9, seconda colonna, all'art. 17, comma 1, al secondo e terzo rigo, dove è scritto: «... secondo quanto previsto dal presente capo è soggetto ...», leggasi: «secondo quanto previsto dalla presente sezione e' soggetto ...»;
- alla pagina 10, seconda colonna, all'art. 22, comma 1, lettera a), dove è scritto: «a) non è ingannevole ai sensi del presente codice;», leggasi: «a) non è ingannevole ai sensi della presente sezione;»
- alla pagina 11, seconda colonna, all'art. 26, comma 7, al terzultimo rigo, dove è scritto: «... messaggi pubblicitari ingannevoli di cui agli articoli 5 e 6 ...», leggasi: «... messaggi pubblicitari ingannevoli di cui agli articoli 24 e 25 ...»;
- alla pagina 12, seconda colonna, all'art. 28, comma 1, al primo rigo, dove è scritto: «1. Le disposizioni del presente capo ...», leggasi: «1. Le disposizioni della presente sezione ...»;
- alla pagina 13, prima colonna, all'art. 32, comma 1, al terzo rigo, dove è scritto: «... come disciplinati alla parte III, titolo III, capo II, sezione II ...», leggasi: «... come disciplinati alla parte III, titolo III, capo I, sezione II ...»;
- alla pagina 15, prima colonna, all'art. 36, comma 5, al quarto rigo, dove è scritto: «... assicurata dal presente capo ...», leggasi: «... assicurata dal presente titolo ...»;
- alla pagina 15, prima colonna, all'art. 37, comma 1, all'ultimo rigo, dove è scritto: «... ai sensi del presente capo.», leggasi: «... ai sensi del presente titolo.»;
- alla pagina 27, seconda colonna, all'art. 95, commi 2 e 3, dove è scritto: «... dalla legge 29 dicembre 1977, n. 1084 ...», leggasi: «... dalla legge 27 dicembre 1977, n. 1084 ...»;
- alla pagina 37, seconda colonna, all'art. 134, comma 2, al secondo e terzo rigo, dove è scritto: «... di cui all'articolo 1519-sexies, comma primo, del codice civile ...», leggasi: «...di cui all'articolo 132, comma primo ...»;
- alla pagina 40, prima colonna, all'art. 140, comma 11, dove è scritto: «... del decreto legislativo 31 marzo 1988, n. 80.», leggasi: «... del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 80.».

DECRETO LEGISLATIVO 2 Agosto 2007 , n. 146

Attuazione della direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica le direttive 84/450/CEE, 97/7/CE, 98/27/CE, 2002/65/CE, e il Regolamento (CE) n. 2006/2004.

(pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 207 del 06/09/2007
in vigore dal 21/09/2007)

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Visti gli articoli 76 e 87 della Costituzione;

Visto l'articolo 14, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400;

Vista la legge 25 gennaio 2006, n. 29, recante disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee - Legge comunitaria 2005 ed, in particolare, l'articolo 1 e l'allegato A;

Vista la direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, nonché il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio ("direttiva sulle pratiche commerciali sleali");

Vista la direttiva 2006/114/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006, concernente la pubblicità ingannevole e comparativa (versione codificata);

Vista la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 27 luglio 2007;

Sulla proposta del Ministro per le politiche europee e del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con i Ministri degli affari esteri, della giustizia e dell'economia e delle finanze;

E m a n a

il seguente decreto legislativo:

Art. 1.

Delle pratiche commerciali scorrette

1. Gli articoli da 18 a 27 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, sono sostituiti dai seguenti:

(*omissis* – *gli articoli sono riportati nell'articolato del codice*)

2. Al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "Codice del consumo", dopo l'articolo 27, come modificato dal presente decreto legislativo, sono inseriti i seguenti:

"Art. 27-bis

(Codici di condotta)

(*omissis* – *l'articolo è riportato nell'articolato del codice*)

Art. 27-ter

(Autodisciplina).

(*omissis* – *l'articolo è riportato nell'articolato del codice*)

Art. 27-quater

(Oneri di informazione).

(*omissis* – *l'articolo è riportato nell'articolato del codice*)

3. La rubrica della parte II del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, è sostituita dalla seguente: "Educazione, informazione, pratiche commerciali, pubblicità".

4. Le denominazioni "capo III" e "sezione I" del titolo III della parte II del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, sono sostituite, rispettivamente, dalle seguenti: " titolo IV" e "capo I".

5. All'articolo 28, comma 1, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, la parola: "sezione" è sostituita dalla seguente: "capo".

Art. 2.

Fornitura non richiesta nei contratti a distanza

1. L'articolo 57 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, è sostituito dal seguente:

"Art. 57 (Fornitura non richiesta).

(omissis – l'articolo è riportato nell' articolato del codice)

Art. 3.

Servizi non richiesti nella commercializzazione a distanza di servizi finanziari

L'articolo 14 del decreto legislativo 19 agosto 2005, n. 190, è sostituito dal seguente:

"Art. 14 (Servizi non richiesti)

1. Il consumatore non è tenuto ad alcuna prestazione corrispettiva in caso di fornitura non richiesta. L'assenza di risposta non implica consenso del consumatore.
2. Salve le sanzioni previste dall'articolo 16, ogni servizio non richiesto di cui al presente articolo costituisce pratica commerciale scorretta ai sensi del titolo III, capo II del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "Codice del consumo".

Art. 4.

Regolamento di attuazione

Il regolamento previsto dall'articolo 27, comma 11, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "Codice del consumo", è emanato entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto legislativo.

Art. 5.

Disposizioni finali

Dalla data di entrata in vigore del presente decreto legislativo gli articoli 5, comma 1, e 7, della legge 17 agosto 2005, n. 173, recante disciplina della vendita diretta a domicilio e tutela del consumatore dalle forme di vendita piramidali, sono abrogati nella parte in cui riguardano forme di vendita piramidali tra consumatori e professionisti come definite all'articolo 23, comma 1, lettera p), del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo in cui è previsto o ipotizzabile un contributo da parte di un consumatore come definito dall'articolo 18, comma 1, lettera a), del predetto codice. I suddetti articoli 5, comma 1, e 7, restano applicabili pertanto alle forme di promozione piramidale che coinvolgono qualsiasi persona fisica o giuridica che agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale.

Art. 6.

Neutralità finanziaria

Dall'attuazione del presente decreto non devono derivare nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica.

Il presente decreto, munito del sigillo dello Stato, sarà inserito nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana. È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarlo e di farlo osservare.

Dato a Roma, addì 2 agosto 2007

NAPOLITANO

Prodi, Presidente del Consiglio dei Ministri
Bonino, Ministro per le politiche europee
Bersani, Ministro dello sviluppo economico
D'Alema, Ministro degli affari esteri
Mastella, Ministro della giustizia
Padoa Schioppa, Ministro dell'economia e delle finanze
Visto, il Guardasigilli: Mastella

DECRETO LEGISLATIVO 23 Ottobre 2007 , n. 221

Disposizioni correttive ed integrative del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, a norma dell'articolo 7, della legge 29 luglio 2003, n. 229.

(pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 278 del 29/11/2007

in vigore dal 14/12/2007)

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Visti gli articoli 76 e 87 della Costituzione;

Vista la legge 29 luglio 2003, n. 229, recante interventi in materia di qualità della regolazione, riassetto normativo e codificazione - Legge di semplificazione 2001, ed in particolare l'articolo 7, concernente il riassetto in materia di tutela dei consumatori, e l'articolo 20-bis;

Visto il decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, e successive modificazioni;

Visto l'articolo 1, comma 14, della legge 12 luglio 2006, n. 228, di conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 12 maggio 2006, n. 173;

Visto il decreto-legge 18 maggio 2006, n. 181, convertito, con modificazioni, dalla legge 17 luglio 2006, n. 233;

Visto il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 13 luglio 2006, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 167 del 20 luglio 2006;

Visto il decreto legislativo 19 agosto 2005, n. 190, recante attuazione della direttiva 2002/65/CE relativa alla commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori;

Visti gli articoli 19-bis e 31-bis del decreto-legge 30 dicembre 2005, n. 273, convertito, con modificazioni, dalla legge 23 febbraio 2006, n. 51;

Visto il decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 146;

Vista la preliminare deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 13 settembre 2007;

Acquisito il parere della Conferenza unificata, ai sensi dell'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, espresso nella riunione del 20 settembre 2007;

Udito il parere del Consiglio di Stato, espresso dalla sezione consultiva per gli atti normativi nell'adunanza dell'8 ottobre 2007;

Acquisito il parere delle competenti Commissioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica;

Vista la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 23 ottobre 2007;

Sulla proposta del Ministro dello sviluppo economico e del Ministro per le politiche europee, di concerto con i Ministri per le riforme e le innovazioni nella pubblica amministrazione, della giustizia, dell'economia e delle finanze e della salute;

E m a n a

il seguente decreto legislativo:

Art. 1.

Modifiche alle premesse del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Al settimo capoverso delle premesse al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, di seguito indicato, come "Codice del consumo", dopo le parole: "ai sensi dell'articolo 15 della legge 16 aprile 1987, n. 183" sono aggiunte le seguenti: ", come modificato dal decreto legislativo 2 febbraio 2001, n. 25, di attuazione della direttiva 1999/34/CE".

Art. 2.

Modifiche all'articolo 2 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Al comma 2 dell'articolo 2 del Codice del consumo, dopo la lettera c) è inserita la seguente: "c-bis) all'esercizio delle pratiche commerciali secondo principi di buona fede, correttezza e lealtà;".

Art. 3.

Modifiche all'articolo 3 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Al comma 1 dell'articolo 3 del Codice del consumo, dopo le parole: "presente codice" sono inserite le seguenti: " ove non diversamente previsto,".
2. Al comma 1, lettera a), dell'articolo 3 del Codice del consumo, dopo la parola: "imprenditoriale" sono inserite le seguenti: ",commerciale, artigianale".
3. Al comma 1, lettera c), dell'articolo 3 del Codice del consumo dopo la parola: "imprenditoriale" sono inserite le seguenti: ",commerciale, artigianale".
4. Al comma 1, lettera d), dell'articolo 3 del Codice del consumo, le parole: "articolo 115, comma 1" sono sostituite dalle seguenti: "articolo 115, comma 2-bis".
5. Al comma 1, lettera e), dell'articolo 3 del Codice del consumo dopo le parole: "fatto salvo quanto stabilito" sono inserite le seguenti: "nell'articolo 18, comma 1, lettera c), e".

Art. 4.

Modifiche alla rubrica del titolo III, parte II, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Alla rubrica del titolo III della parte II del Codice del consumo, prima della parola: "Pubblicità" sono anteposte le seguenti: "Pratiche commerciali,".

Art. 5.

Modifiche all'articolo 33 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Al comma 2, lettera a), dell'articolo 33 del Codice del consumo, la parola: "dando" è sostituita dalla seguente: "danno".

Art. 6.

Modifiche all'articolo 38 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Al comma 1 dell'articolo 38 del Codice del consumo, dopo le parole: "previsto dal" è inserita la seguente: "presente".

Art. 7.

Modifiche all'articolo 51 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Al comma 1, lettera a), dell'articolo 51 del Codice del consumo, le parole: ", un elenco indicativo dei quali è riportato nell'allegato I" sono sostituite dalle seguenti: "di cui agli articoli 67-bis e seguenti del presente Codice".

Art. 8.

Modifiche all'articolo 57 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, come modificato dal decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 146

1. Il comma 2 dell'articolo 57 del Codice del consumo, come modificato dall'articolo 2 del decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 146, è sostituito dal seguente:
"2. Salve le sanzioni previste dall'articolo 62, ogni fornitura non richiesta di cui al presente articolo costituisce pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 21, 22, 23, 24, 25 e 26."

Art. 9.

Inserimento della sezione IV-bis al capo I del titolo III della parte III del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Dopo l'articolo 67 del Codice del consumo sono inseriti i seguenti:

Sezione IV-bis

Commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori

Art. 67-bis- Oggetto e campo di applicazione

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-ter. Definizioni

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-quater. Informazione del consumatore prima della conclusione del contratto a distanza

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-quinques. Informazioni relative al fornitore

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-sexies. Informazioni relative al servizio finanziario

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-septies. Informazioni relative al contratto a distanza

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-octies. Informazioni relative al ricorso

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-novies. Comunicazioni mediante telefonia vocale

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-decies. Requisiti aggiuntivi in materia di informazioni

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-undecies. Comunicazione delle condizioni contrattuali e delle informazioni preliminari

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-duodecies. Diritto di recesso

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-ter decies. Pagamento del servizio fornito prima del recesso

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-quater decies. Pagamento dei servizi finanziari offerti a distanza

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-quinques decies. Servizi non richiesti

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-sexies decies. Comunicazioni non richieste

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-septies decies. Sanzioni

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-octies decies. Irrinunciabilità dei diritti

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-novies decies. Ricorso giurisdizionale o amministrativo

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-vicies. Composizione extragiudiziale delle controversie

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-vicies semel. Onere della prova

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 67-vicies bis. Misure transitorie

(omissis – l'articolo è riportato nell'articolato del codice)

Art. 10.

Modifiche all'articolo 82 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Al comma 1 dell'articolo 82 del Codice del consumo le parole: "articolo 83" e "articolo 84", sono sostituite, rispettivamente, dalle seguenti: "articolo 84" e "articolo 83".

Art. 11.

Modifiche all'articolo 84 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Al comma 2 dell'articolo 84 del Codice del consumo, le parole: "della presente sezione" sono sostituite dalle seguenti: "del presente capo".

Art. 12.

Modifiche all'articolo 100 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Al comma 1 dell'articolo 100 del Codice del consumo, le parole: "il Ministero delle attività produttive" sono sostituite dalle seguenti: "la Presidenza del Consiglio dei Ministri".
2. Al comma 5 dell'articolo 100 del Codice del consumo, le parole: " con decreto del Ministro delle attività produttive, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze" sono sostituite dalle seguenti: "con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, di concerto con il Ministro dello sviluppo economico e con il Ministro dell'economia e delle finanze".
3. Al comma 5 dell'articolo 100 del Codice del consumo, è aggiunto infine, il seguente periodo: "Fino alla data di entrata in vigore del decreto di cui al presente comma, restano in vigore le disposizioni di cui al decreto del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato 23 luglio 1999, n. 349.".

Art. 13.

Modifiche all'articolo 108 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Dopo il comma 3 dell'articolo 108 del Codice del consumo è aggiunto, in fine, il seguente:
"3-bis". La procedura istruttoria per l'adozione dei provvedimenti emanati ai sensi dell'articolo 107, è stabilita con regolamento emanato ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400, su proposta dell'Amministrazione competente, in modo da garantire il contraddittorio, la piena cognizione degli atti e la verbalizzazione."

Art. 14.

Modifiche all'articolo 115 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. La rubrica dell'articolo 115 del Codice del consumo è sostituita dalla seguente: "Prodotto e produttore".
2. All'articolo 115 del Codice del consumo, dopo il comma 2 è aggiunto il seguente:
"2-bis. Produttore, ai fini del presente titolo, è il fabbricante del prodotto finito o di una sua componente, il produttore della materia prima, nonché, per i prodotti agricoli del suolo e per quelli dell'allevamento, della pesca e della caccia, rispettivamente l'agricoltore, l'allevatore, il pescatore ed il cacciatore.".

Art. 15.

Modifiche all'articolo 130 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Al comma 7, lettera b), dell'articolo 130 del Codice del consumo, le parole: "comma 6" sono sostituite dalle seguenti: "comma 5".
2. Al comma 9, lettera a), dell'articolo 130 del Codice del consumo le parole: "comma 6" sono sostituite dalle seguenti: "comma 5".

Art. 16.

Modifiche all'articolo 139 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Al comma 1, primo periodo, dell'articolo 139 del Codice del consumo, dopo la parola: "agire" sono inserite le seguenti: ", ai sensi dell'articolo 140,".
2. Al comma 1, lettera a), dell'articolo 139 del Codice del consumo, dopo le parole: "legge 6 agosto 1990, n. 223," sono inserite le seguenti: ", e successive modificazioni, ivi comprese quelle di cui al testo unico della radiotelevisione, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177,".

Art. 17.

Modifiche all'articolo 140 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Al comma 1 dell'articolo 140 del Codice del consumo, dopo la parola: "legittimati" sono inserite le seguenti: "nei casi ivi previsti".

Art. 18.

Modifiche all'articolo 141 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. Il comma 2 dell'articolo 141 del Codice del consumo è sostituito dal seguente: "2. Il Ministro dello sviluppo economico, d'intesa con il Ministro della giustizia, con decreto di natura non regolamentare, detta le disposizioni per la formazione dell'elenco degli organi di composizione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo che si conformano ai principi della raccomandazione 98/257/CE della Commissione, del 30 marzo 1998, riguardante i principi applicabili agli organi responsabili per la risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo, e della raccomandazione 2001/310/CE della Commissione, del 4 aprile 2001, concernente i principi applicabili agli organi extragiudiziali che partecipano alla risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo. Il Ministero dello sviluppo economico, d'intesa con il Ministero della giustizia, comunica alla Commissione europea gli organismi di cui al predetto elenco ed assicura, altresì, gli ulteriori adempimenti connessi all'attuazione della risoluzione del Consiglio dell'Unione europea del 25 maggio 2000, 2000/C 155/01, relativa ad una rete comunitaria di organi nazionali per la risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo.".
2. Al comma 3 dell'articolo 141 del Codice del consumo, le parole: "articolo 4" sono sostituite dalle seguenti: "articolo 2, comma 4".

Art. 19.

Modifiche agli Allegati al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

1. L'allegato I al Codice del consumo è abrogato.

(Il contenuto dell'allegato era il seguente:

Allegato I

Servizi finanziari di cui all'articolo 51, comma 1, lettera a):

- *servizi d'investimento;*
- *operazioni di assicurazione e di riassicurazione;*
- *servizi bancari;*
- *operazioni riguardanti fondi di pensione;*
- *servizi riguardanti operazioni a termine o di opzione.*

Tali servizi comprendono in particolare:

i servizi di investimento di cui all'allegato della direttiva 93/22/CEE, i servizi di societa' di investimenti collettivi; i servizi che rientrano nelle attività che beneficiano del riconoscimento reciproco di cui si applica l'allegato della seconda direttiva 89/646/CEE; le operazioni che rientrano nelle attività di

assicurazione e riassicurazione di cui: all'articolo 1 della direttiva 73/239/CEE; all'allegato della direttiva 79/267/CEE; alla direttiva 64/225/CEE; alle direttive 92/49/CEE e 92/96/CEE.

Art. 20.

Modifiche di denominazione

1. Ai sensi dell'articolo 1, comma 2, del decreto-legge 18 maggio 2006, n. 181, convertito, con modificazioni, dalla legge 17 luglio 2006, n. 233, ogni riferimento nel Codice del consumo al Ministero o Ministro delle attività produttive deve intendersi riferito al Ministero o al Ministro dello sviluppo economico.

Art. 21.

Abrogazioni

1. Il decreto legislativo 19 agosto 2005, n. 190, recante attuazione della direttiva 2002/65/CE relativa alla commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori, è abrogato.

Art. 22.

Clausola di invarianza degli oneri

1. Le pubbliche amministrazioni provvedono alla attuazione delle disposizioni del presente decreto legislativo utilizzando le risorse umane, finanziarie e strumentali esistenti a legislazione vigente e senza nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica.

Il presente decreto, munito del sigillo dello Stato, sarà inserito nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana. È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarlo e di farlo osservare.

Dato a Roma, addì 23 ottobre 2007

NAPOLITANO

Prodi, Presidente del Consiglio dei Ministri

Bersani, Ministro dello sviluppo economico

Bonino, Ministro per le politiche europee

Nicolais, Ministro per le riforme e le innovazioni nella pubblica amministrazione

Mastella, Ministro della giustizia

Padoa Schioppa, Ministro dell'economia e delle finanze

Turco, Ministro della salute

Visto, il Guardasigilli: Mastella