

# Consumatori e utenti più tutelati

di CESARE VACCÀ\*



**N**on è ancora molto diffusa la conoscenza del Codice di Consumo - pubblicato con d. lgs. 6 settembre 2005, n. 206 - il testo unico della salvaguardia dei diritti dei consumatori e degli utenti, che accorpa tutte le precedenti disposizioni in questa materia.

Il consumatore pur avendo nel tempo acquisito maggior coscienza del proprio ruolo e iniziando a porre attenzione agli aspetti caratterizzanti del prodotto (qualità, prezzo, ecc.), ancora oggi non conosce a fondo tutti gli strumenti disponibili e, in particolare, proprio un importante strumento quale il Codice del Consumo.

All'illustrazione dettagliata del Codice si è dedicato il prof. Cesare Vaccà, che, nella sua qualità di esperto di diritto privato, ne ha sottolineato gli aspetti giuridici fondamentali, con l'obiettivo di diffonderne la conoscenza non solo presso i consumatori, ma anche agli operatori, che ne devono seguire le regole.

Di seguito, pertanto, il prof. Vaccà ha articolato le sue spiegazioni, approfondendo alcuni dei principali temi trattati all'interno del Codice.

## 1. Caratteristiche del Codice del consumo

Il Codice del Consumo contiene, quindi, poche nuove disposizioni, proponendosi di coordinare l'apparato normativo a salvaguardia dei diritti dei consumatori e degli utenti, chesi è sviluppato nel nostro Paese dal 1988, con la pubblicazione del decreto (d.lgs.n.224/1988), che disciplinò la responsabilità per danno da prodotto difettoso. L'attuale Codice del consumo si compone di 146 articoli, suddivisi

in sei parti, che trattano rispettivamente:

- le disposizioni generali;
- l'educazione del consumatore all'informazione ed alla pubblicità;
- il 'rapporto di consumo' e le regole riferibili ai contratti di consumo e di utenza;
- la sicurezza e qualità dei prodotti;

“

**Vaccà: “Non è ancora molto diffusa la conoscenza del testo unico di salvaguardia dei diritti**

”

- il 'riconoscimento' delle associazioni dei consumatori 'maggiormente rappresentative';

- le disposizioni transitorie e le espresse abrogazioni.

Una delle più importanti novità, riguarda l'inserimento di alcune "definizioni", contenute nell'art. 3, che rappresentano la guida alla lettura del Codice:

- consumatore o utente: è la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta;

- associazioni dei consumatori e degli utenti: sono le formazioni sociali che hanno per scopo statutario esclusivo la tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori o degli utenti;

- professionista: è la persona fisica

o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale o professionale, ovvero un suo intermediario;

- produttore: è 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 produttore identificando il bene o il servizio con il proprio nome, marchio o altro segno distintivo;

- prodotto: è qualsiasi bene 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; sono esclusi i pezzi d'antiquariato e i prodotti da riparare o da rimettere a nuovo prima dell'utilizzazione, purché il venditore ne informi per iscritto l'acquirente.

Il Codice del consumo attribuisce prioritaria rilevanza all'informazione del consumatore e dell'utente, confermando l'obbligo dell'uso della lingua italiana nelle etichette e nelle istruzioni per l'uso e la repressione della pubblicità ingannevole, disciplinando al contempo la pubblicità comparativa.

In esso si trova anche la disciplina di singoli rapporti, quali:

- i contratti di viaggio e turismo 'tutto compreso';
- i contratti a distanza;
- la multiproprietà immobiliare;
- il credito al consumo ed i servizi

finanziari.

Trovano, poi, fonte nel Codice norme riferibili ad ogni contratto stipulato da consumatori ed utenti – cui si farà cenno nel prosieguo – quali la disciplina della pubblicità, delle clausole vessatorie, delle garanzie e delle responsabilità, dell'offerta dei servizi di composizione conciliativa delle liti presso le Camere di commercio.

## 2. Le norme a tutela dei consumatori rimaste all'esterno del Codice del consumo

La completezza del Codice del consumo è, tuttavia, minata dalla circostanza che talune norme inerenti la tutela dei diritti dei consumatori sono rimaste, purtroppo, al suo esterno e restano disciplinate da leggi particolari. Queste sono, ad esempio:

- le vendite a premio e i concorsi;
- i contratti bancari;
- la tutela del risparmio;
- la vendita diretta a domicilio e le forme di vendita piramidali, cosiddette 'catene di S. Antonio';
- le frodi con carte di credito;
- la tutela dei diritti patrimoniali degli acquirenti di immobili da costruire mediante garanzie a carico del venditore, volte ad impedire che situazioni di crisi dell'impresa venditrice comportino non soltanto la vanificazione dell'acquisto, ma altresì la perdita delle somme anticipatamente versate;
- il commercio elettronico.

Da rilevare a proposito di quest'ultimo che, benché il Codice del

consumo tratti dei contratti negoziati fuori dai locali commerciali, non è stata operata, purtroppo, una adeguata unificazione delle regole attinenti nel loro complesso le cosiddette 'vendite atipiche' (ad es. i contratti "a distanza" o le televendite)

## 3. La disciplina delle pratiche commerciali "scorrette"

Queste lacune nell'organicità del testo unico potrebbero ulteriormente aggravarsi qualora rimanesse all'esterno del codice stesso il provvedimento di recezione sulle Pratiche commerciali sleali fra imprese e consumatori, che considera i comportamenti scorretti posti in essere prima, durante e dopo l'attività di commercializzazione di un prodotto o di un servizio.

Si tratta di una Direttiva che intende rimediare alla disinformazione che riverbera i suoi effetti sulla carenza di un effettivo potere contrattuale: non a caso il Codice del consumo afferma il diritto del consumatore di essere formato ed informato e la Direttiva stessa rappresenta a sua volta una sorta di 'testo unico' sulla buona fede ed i vizi della volontà in sede di stipulazione dei contratti di consumo.

Le regole della Direttiva incidono infatti sulle pratiche il cui intento risieda nell'influenzare le decisioni di natura commerciale dei consumatori relative a beni o servizi: sostanzialmente è reiterato – e più articolatamente formulato rispetto al passato – il divieto di due princi-

pali tipologie di pratiche commerciali scorrette, vale a dire quelle ingannevoli e quelle aggressive, già oggetto di considerazione da parte del legislatore europeo se pur non con carattere di generalità, bensì essenzialmente in relazione alle vendite effettuate all'esterno dei tradizionali esercizi commerciali. Il comportamento fraudolento riguarda, in sintesi, uno o più di questi profili:

- la natura e le caratteristiche principali del prodotto, fra le quali devono essere annoverate la sua effettiva disponibilità, le utilità, i rischi, gli accessori, l'assistenza post-vendita, il trattamento dei reclami, il metodo e la data di fabbricazione o della prestazione, la consegna, l'idoneità allo scopo, la quantità, la descrizione, l'origine geografica, gli esiti delle prove e dei controlli effettuati;
- l'ampiezza degli impegni del professionista, la forma della vendita, eventuali dichiarazioni di testimonial o sponsor;
- il prezzo o le modalità di determinazione;
- la necessità, nel corso del tempo, di manutenzioni, ricambi, sostituzioni o riparazioni;
- la natura del professionista, le sue qualifiche, l'eventuale affiliazione commerciale, i premi e i riconoscimenti eventualmente conseguiti;
- i diritti del consumatore, incluso



**COME  
COSTRUIRE  
LA TUA PENSIONE.**

**Parliamone Insieme.**



INA ASSITALIA AGENZIA LUGO  
MAURO ANDRAGHETTI  
AGENTE PRINCIPALE  
VIA MANFREDI, 13  
48022 LUGO (RA)  
TEL. 0545/31721  
FAX 0545/31722

quello di sostituzione o rimborso.

Il comportamento omissivo, invece, comporta uno sviamento del contraente non già mediante informazioni ingannevoli, bensì tramite il modo di presentazione delle stesse qualora, tenuto conto delle caratteristiche e circostanze del caso, sia idoneo ad indurre il 'consumatore medio' ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti adottato.

#### 4. La pubblicità

La divulgazione di dati non corrispondenti alla realtà, la promessa di esiti impossibili, di fuorvianti informazioni circa i prezzi, di ambigue indicazioni dei tassi d'interesse praticati nelle vendite rateali, dà luogo a forme di informazione ingannevole del consumatore. Non esistono differenze fra i diversi mezzi di comunicazione utilizzati per la diffusione dei comunicati commerciali: stampa, televisione,

pubbliche affissioni, Internet, volantini, sono a questo fine accounati, mentre con il termine pubblicità si intende qualsiasi forma di messaggio diffuso in relazione ad un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale allo scopo di promuovere la fornitura di beni o servizi.

È vietata la pubblicità "subliminale" vale a dire quella inserita fra i fotogrammi di un film o di un programma televisivo, non percepibile alla vista, ma destinata comunque ad essere colta e memorizzata al livello inconscio; è regolamentata, poi, la pubblicità 'occulta' attuata mediante la scelta delle auto, delle bevande, delle sigarette, delle compagnie aeree utilizzate dai protagonisti di film, telefilm o programmi televisivi. Infine, la pubblicità "comparativa" è oggi consentita.

#### 5. Il rapporto di consumo: le clausole vessatorie

Vi sono contratti volti a soddisfare

esigenze di consumo sottoposti al consumatore in forma scritta, secondo moduli standard prestampati che vengono accettati senza alcun margine di trattativa, semplicemente mediante la sottoscrizione.

Oggi i contratti sottoposti ai consumatori in forma predeterminata dal venditore di un bene o dal prestatore di un servizio sono materia di specifica regolamentazione volta a rendere nulle, indipendentemente dalla loro sottoscrizione, le cosiddette 'clausole vessatorie' inserite nelle condizioni generali dei contratti di consumo e di utenza, vale a dire ogni disposizione contrattuale che determini a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi.

#### 6. Sicurezza e qualità dei prodotti

Della sicurezza e qualità dei prodotti trattano gli artt. 102 ss. del Codice del consumo: possono essere distribuiti, anche se a titolo

228 be

# La natura come progetto

Cmc via Trieste 76 - Ravenna Italy - www.cmcra.com / grafica fabbricando.com / foto E. Rozzo



Costruire imparando dalla natura.

Questo è il grande progetto da più di cent'anni di Cmc.

Questo è il progetto di uomini che lavorano per altri uomini, per realizzare un futuro in armonia con l'ambiente.



gratuito, esclusivamente prodotti sicuri la cui certificazione della qualità è effettuata sulla base di standard reciprocamente riconosciuti dai Paesi membri dell'Unione europea.

Il fabbricante o l'importatore che commercializzi il prodotto con il proprio marchio è tenuto a garantire l'osservanza delle norme tecniche; se il produttore non ha sede nell'Unione europea, l'importatore, o in subordine il commerciante, assume le responsabilità del produttore.

La sicurezza intrinseca comporta che ogni prodotto avviato al mercato non debba dar luogo a rischi e pericoli in relazione all'uso normale o ragionevolmente prevedibile.

I prodotti non sicuri devono essere ritirati dal mercato a spese del produttore e, qualora le caratteristiche dei prodotti lo consentano, le serie cui appartengono gli esemplari difettosi sono oggetto di un 'richiamo' in fabbrica per

effettuare le necessarie modificazioni: il produttore ha l'obbligo di avvisare mediante ogni opportuno mezzo i proprietari e gli utilizzatori, affinché costoro tempestivamente provvedano alla consegna dell'articolo difettoso ad un centro di assistenza autorizzato.

#### 7. Le garanzie dei beni di consumo

Gli artt. 128 ss. del Codice del consumo sono dedicati alle garanzie di conformità dei beni di consumo: qualunque sia il prodotto, nuovo o usato, il venditore (vale a dire qualsiasi persona o società che nell'esercizio di un'attività imprenditoriale offre in vendita al pubblico beni di consumo) ha l'obbligo di consegnare al consumatore articoli della qualità ed in grado di fornire le prestazioni che il consumatore può ragionevolmente attendersi da un bene di quel tipo, tenendo anche conto delle caratteristiche decantate nelle comunicazioni pubblicitarie o specificate

sulle confezioni, nelle etichette o nelle istruzioni per l'uso.

Qualora il prodotto manifesti mancanza di conformità alle caratteristiche ed alla qualità contrattualmente dovute o, comunque, un difetto entro i due anni successivi alla vendita, se si tratta di un articolo nuovo, oppure un anno se è usato, il consumatore deve darne comunicazione al venditore entro sessanta giorni dal momento della scoperta.

Il consumatore, che deve provare la presenza del difetto al momento dell'acquisto, ha diritto alla riparazione o alla sostituzione oppure ad una riduzione adeguata del prezzo o, infine, alla risoluzione del contratto con la restituzione del bene e del prezzo pagato. Più un bene è stato presentato al pubblico come sicuro ed affidabile, minori sono le possibilità di sottrarsi a responsabilità per il venditore: sono pertanto assai rilevanti le correlazioni fra la pubblicità e la responsabilità in relazione a promesse ed impegni volti ad accreditare caratteristiche qualitative del prodotto in realtà infondate.

#### 8. Le Camere di commercio e la conciliazione delle liti

I singoli consumatori e le associazioni dei consumatori considerate 'maggiormente rappresentative' possono promuovere il tentativo di conciliazione delle liti aventi origine dai contratti di consumo e di utenza attivando la procedura conciliativa amministrata dalle Camere di commercio. A differenza di un procedimento giudiziario, il tentativo di conciliazione attivato presso la Camera di commercio non comporta né l'obbligo per la controparte del consumatore di parteciparvi, né, in caso di partecipazione, quello di vincolare le parti al raggiungimento di un accordo. Il conciliatore nominato dalla Camera di commercio, diversamente da un giudice, non decide infatti l'esito della lite, ma opera per rendere possibile che le parti stesse, incontrandosi, giungano ad una intesa che soddisfi entrambe.

\* Università degli Studi di Milano - Bicocca

183be

**OLEODINAMICA  
MAZZAVILLANI**  
di Mazzavillani A & C. sas

**RIPARAZIONE  
VENDITA  
E ASSISTENZA  
POMPE E MOTORI  
OLEODINAMICI**

**Via Romea Sud, 412  
Fosso Ghiaia (RA)  
Tel. e fax 0544 560418**

130be

  
**BUFFETTI BUSINESS**  
*Mancini*  
Via Faentina 28 (Ra)  
Tel 500.616 Fax 501040  
Skype-tel: buffetti-ravenna

**Canon EPSON**  
  
invent

**Cancelleria per ufficio  
Materiali di  
consumo informatici**

**SOLUZIONI  
QUALITA' - SERVIZIO  
TECNOLOGIA**

