

D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206

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

Publicato nella Gazz. Uff. 8 ottobre 2005, n. 235, S.O.

Nel presente provvedimento ogni riferimento al Ministero o Ministro delle attività produttive deve intendersi riferito al Ministero o al Ministro dello sviluppo economico, ai sensi di quanto disposto dall'art. 20, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Epigrafe

Premessa

Parte I

DISPOSIZIONI GENERALI

Titolo I

DISPOSIZIONI GENERALI E FINALITA'

Art. 1. Finalità ed oggetto

Art. 2. Diritti dei consumatori

Art. 3. Definizioni

Parte II

EDUCAZIONE, INFORMAZIONE, PRATICHE COMMERCIALI, PUBBLICITA'

Titolo I

EDUCAZIONE DEL CONSUMATORE

Art. 4. Educazione del consumatore

Titolo II

INFORMAZIONI AI CONSUMATORI

Capo I

Disposizioni Generali

Art. 5. Obblighi generali

Capo II

Indicazione dei prodotti

Art. 6. Contenuto minimo delle informazioni

Art. 7. Modalità di indicazione

Art. 8. Ambito di applicazione

Art. 9. Indicazioni in lingua italiana

Art. 10. Attuazione

Art. 11. Divieti di commercializzazione

Art. 12. Sanzioni

Capo III

Particolari modalità di informazione

Sezione I

Indicazione dei prezzi per unità di misura

Art. 13. Definizioni

Art. 14. Campo di applicazione

Art. 15. Modalità di indicazione del prezzo per unità di misura

Art. 16. Esenzioni

Art. 17. Sanzioni

Titolo III

PRATICHE COMMERCIALI, PUBBLICITA' E ALTRE COMUNICAZIONI COMMERCIALI

Capo I

Disposizioni generali

Art. 18. Definizione

Art. 19. Ambito di applicazione

Capo II

Pratiche commerciali scorrette

Art. 20. Divieto delle pratiche commerciali scorrette

Sezione I

Pratiche commerciali ingannevoli

Art. 21. Azioni ingannevoli

Art. 22. Omissioni ingannevoli

Art. 22-bis Pubblicità ingannevole delle tariffe marittime

Art. 23. Pratiche commerciali considerate in ogni caso ingannevoli

Sezione II

Pratiche commerciali aggressive

Art. 24. Pratiche commerciali aggressive

Art. 25. Ricorso a molestie coercizione o indebito condizionamento

Art. 26. Pratiche commerciali considerate in ogni caso aggressive

Capo III

Applicazione

Art. 27. Tutela amministrativa e giurisdizionale

Art. 27-bis Codici di condotta

Art. 27-ter Autodisciplina

Art. 27-quater Oneri di informazione

Titolo IV

Particolari modalità della comunicazione pubblicitaria

Capo I

Rafforzamento della tutela del consumatore in materia di televendite

Art. 28. Ambito di applicazione

Art. 29. Prescrizioni

Art. 30. Divieti

Art. 31. Tutela dei minori

Art. 32. Sanzioni

Parte III

IL RAPPORTO DI CONSUMO

Titolo I

DEI CONTRATTI DEL CONSUMATORE IN GENERALE

Art. 33. Clausole vessatorie nel contratto tra professionista e consumatore

Art. 34. Accertamento della vessatorietà delle clausole

Art. 35. Forma e interpretazione

Art. 36. Nullità di protezione

Art. 37. Azione inibitoria

Art. 37-bis Tutela amministrativa contro le clausole vessatorie

Art. 38. Rinvio

Titolo II

ESERCIZIO DELL'ATTIVITA' COMMERCIALE

Capo I

Disposizioni generali

Art. 39. Regole nelle attività commerciali

CAPO II

Promozione delle vendite

Sezione I

Credito al consumo

Art. 40. Credito al consumo

Art. 41. Tasso annuo effettivo globale e pubblicità

Art. 42. Inadempimento del fornitore

Art. 43. Rinvio al testo unico bancario

Titolo III

MODALITA' CONTRATTUALI

Art. 44. Contratti negoziati nei locali commerciali. Rinvio

Capo I

Particolari modalità di conclusione del contratto

Sezione I

Contratti negoziati fuori dei locali commerciali

Art. 45. Campo di applicazione

Art. 46. Esclusioni

Art. 47. Informazione sul diritto di recesso

Art. 48. Esclusione del recesso

Art. 49. Norme applicabili

Sezione II

Contratti a distanza

Art. 50. Definizioni

Art. 51. Campo di applicazione

Art. 52. Informazioni per il consumatore

Art. 53. Conferma scritta delle informazioni

Art. 54. Esecuzione del contratto

Art. 55. Esclusioni

Art. 56. Pagamento mediante carta

Art. 57. Fornitura non richiesta

Art. 58. Limiti all'impiego di talune tecniche di comunicazione a distanza

Art. 59. Vendita tramite mezzo televisivo o altri mezzi audiovisivi

Art. 60. Riferimenti

Art. 61. Rinvio

Sezione III

Disposizioni comuni

Art. 62. Sanzioni

Art. 63. Foro competente

Sezione IV

Diritto di recesso

Art. 64. Esercizio del diritto di recesso

Art. 65. Decorrenze

Art. 66. Effetti del diritto di recesso

Art. 67. Ulteriori obbligazioni delle parti

Sezione IV-bis

Commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori

Art. 67-bis. Oggetto e campo di applicazione

Art. 67-ter. Definizioni

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

Art. 67-quinquies. Informazioni relative al fornitore

Art. 67-sexies. Informazioni relative al servizio finanziario

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

Art. 67-octies. Informazioni relative al ricorso

Art. 67-novies. Comunicazioni mediante telefonia vocale

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

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

Art. 67-duodecies. Diritto di recesso

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

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

Art. 67-quinquies decies. Servizi non richiesti

Art. 67-sexies decies. Comunicazioni non richieste

Art. 67-septies decies. Sanzioni

Art. 67-octies decies. Irrinunciabilità dei diritti

Art. 67-novies decies. Ricorso giurisdizionale o amministrativo

Art. 67-vicies. Composizione extragiudiziale delle controversie

Art. 67-vicies semel. Onere della prova

Art. 67-vicies bis. Misure transitorie

Capo II

Commercio elettronico

Art. 68. Rinvio

Titolo IV

DISPOSIZIONI RELATIVE A SINGOLI CONTRATTI

Capo I

Contratti di multiproprietà, contratti relativi ai prodotti per le vacanze di lungo termine, contratti di rivendita e di scambio

Art. 69. Definizioni

Art. 70. Pubblicità

Art. 71. Informazioni precontrattuali

Art. 72. Requisiti del contratto

Art. 72-bis Obbligo di fideiussione per i contratti di multiproprietà

Art. 73. Diritto di recesso

Art. 74. Modalità di esercizio ed effetti del diritto di recesso

Art. 75. Acconti

Art. 76. Disposizioni specifiche concernenti i contratti relativi a prodotti per le vacanze di lungo termine

Art. 77. Risoluzione dei contratti accessori

Art. 78. Carattere imperativo delle disposizioni e applicazione in casi internazionali

Art. 79. Tutela amministrativa e giurisdizionale

Art. 80. Informazioni per i consumatori e ricorso extragiudiziale

Art. 81. Sanzioni

Art. 81-bis Tutela in base ad altre disposizioni

Capo II

Servizi turistici

Art. 82. Ambito di applicazione

Art. 83. Definizioni

Art. 84. Pacchetti turistici

Art. 85. Forma del contratto di vendita di pacchetti turistici

Art. 86. Elementi del contratto di vendita di pacchetti turistici

Art. 87. Informazione del consumatore

Art. 88. Opuscolo informativo

Art. 89. Cessione del contratto

Art. 90. Revisione del prezzo

Art. 91. Modifiche delle condizioni contrattuali

Art. 92. Diritti del consumatore in caso di recesso o annullamento del servizio

Art. 93. Mancato o inesatto adempimento

Art. 94. Responsabilità per danni alla persona

Art. 95. Responsabilità per danni diversi da quelli alla persona

Art. 96. Esonero di responsabilità

Art. 97. Diritto di surrogazione

Art. 98. Reclamo

Art. 99. Assicurazione

Art. 100. Fondo di garanzia

Titolo V

EROGAZIONE DI SERVIZI PUBBLICI

Capo I

Servizi pubblici

Art. 101. Norma di rinvio

Parte IV

SICUREZZA E QUALITA'

Titolo I

SICUREZZA DEI PRODOTTI

Art. 102. Finalità e campo di applicazione

Art. 103. Definizioni

Art. 104. Obblighi del produttore e del distributore

Art. 105. Presunzione e valutazione di sicurezza

Art. 106. Procedure di consultazione e coordinamento

Art. 107. Controlli

Art. 108. Disposizioni procedurali

Art. 109. Sorveglianza del mercato

Art. 110. Notificazione e scambio di informazioni

Art. 111. Responsabilità del produttore

Art. 112. Sanzioni

Art. 113. Rinvio

Titolo II

RESPONSABILITA' PER DANNO DA PRODOTTI DIFETTOSI

Art. 114. Responsabilità del produttore

Art. 115. Prodotto e produttore

Art. 116. Responsabilità del fornitore

Art. 117. Prodotto difettoso

Art. 118. Esclusione della responsabilità

Art. 119. Messa in circolazione del prodotto

Art. 120. Prova

Art. 121. Pluralità di responsabili

Art. 122. Colpa del danneggiato

Art. 123. Danno risarcibile

Art. 124. Clausole di esonero da responsabilità

Art. 125. Prescrizione

Art. 126. Decadenza

Art. 127. Responsabilità secondo altre disposizioni di legge

Titolo III

GARANZIA LEGALE DI CONFORMITA' E GARANZIE COMMERCIALI PER I BENI DICONSUMO

Capo I

Della vendita dei beni di consumo

Art. 128. Ambito di applicazione e definizioni

Art. 129. Conformità al contratto

Art. 130. Diritti del consumatore

Art. 131. Diritto di regresso

Art. 132. Termini

Art. 133. Garanzia convenzionale

Art. 134. Carattere imperativo delle disposizioni

Art. 135. Tutela in base ad altre disposizioni

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

Art. 137. Elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale

Art. 138. Agevolazioni e contributi

Titolo II

ACCESSO ALLA GIUSTIZIA

Art. 139. Legittimazione ad agire

Art. 140. Procedura

Art. 140-bis Azione di classe

Art. 141. Composizione extragiudiziale delle controversie

Parte VI

DISPOSIZIONI FINALI

Art. 142. Modifiche al codice civile

Art. 143. Irrinunciabilità dei diritti

Art. 144. Aggiornamenti

Art. 144-bis. Cooperazione tra le autorità nazionali per la tutela dei consumatori

Art. 145. Competenze delle regioni e delle province autonome

Art. 146. Abrogazioni

Allegato I

Allegato II - (previsto dall'articolo 107, comma 3) - (riproduce l'allegato II della direttiva 2001/95/CE)

Allegato II-bis - (di cui all'articolo 71, comma 1, e all'articolo 73, commi 3, lettera b), e 4)

Allegato II-ter - (di cui all'articolo 71, comma 1, lettera b), e all'articolo 73, commi 3, lettera b), e 4)

Allegato II-quater - (di cui all'articolo 71, comma 1, lettera c), e all'articolo 73, commi 3, lettera b) e 4)

Allegato II-quinquies - (di cui all'articolo 71, comma 1, lettera d), e all'articolo 73, commi 3, lettera b), e 4)

Allegato II-sexies - (di cui all'articolo 72, comma 6, e all'articolo 74, comma 2)

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 (4);

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;

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; (3)

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;

Emana

il seguente decreto legislativo:

(3) Capoverso così rettificato con Comunicato 3 gennaio 2006 (Gazz. Uff. 3 gennaio 2006, n. 2).

(4) Capoverso così modificato dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Parte I

DISPOSIZIONI GENERALI

Titolo I

DISPOSIZIONI GENERALI E FINALITA'

Art. 1. Finalità ed oggetto

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 14 dicembre 2007

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 (5);
- 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.

(5) Lettera inserita dall'art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Art. 3. Definizioni

In vigore dal 14 dicembre 2007

1. Ai fini del presente codice, ove non diversamente previsto, si intende per (6):

- a) consumatore o utente: la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta (7);
- 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 (8);
- 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 produttore identificando il bene o il servizio con il proprio nome, marchio o altro segno distintivo (9);
- 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, purché il fornitore ne informi per iscritto la persona cui fornisce il prodotto (10);

f) codice: il presente decreto legislativo di riassetto delle disposizioni vigenti in materia di tutela dei consumatori.

(6) Alinea così modificato dall'art. 3, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(7) Lettera così modificata dall'art. 3, comma 2, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(8) Lettera così modificata dall'art. 3, comma 3, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(9) Lettera così modificata dall'art. 3, comma 4, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(10) Lettera così modificata dall'art. 3, comma 5, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Parte II

EDUCAZIONE, INFORMAZIONE, PRATICHE COMMERCIALI, PUBBLICITA' (11)

Titolo I

EDUCAZIONE DEL CONSUMATORE

Art. 4. Educazione del consumatore

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(11) Rubrica così sostituita dall'art. 1, comma 3, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146. Originariamente il testo della presente rubrica era il seguente: "Educazione, informazione, pubblicità".

Titolo II

INFORMAZIONI AI CONSUMATORI

Capo I

Disposizioni Generali

Art. 5. Obblighi generali

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

Capo II

Indicazione dei prodotti

Art. 6. Contenuto minimo delle informazioni (13)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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 (12);
 - 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.

(12) Per l'efficacia della disposizione, di cui alla presente lettera, vedi l'art. 31-bis, comma 1, D.L. 30 dicembre 2005, n. 273, convertito, con modificazioni, dalla L. 23 febbraio 2006, n. 51.

(13) Vedi, anche, la L. 8 aprile 2010, n. 55.

Art. 7. Modalità di indicazione

In vigore dal 23 ottobre 2005

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, anziché sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti, su altra documentazione illustrativa che viene fornita in accompagnamento dei prodotti stessi.

Art. 8. Ambito di applicazione

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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 (14)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(14) Nel presente provvedimento ogni riferimento al Ministero o Ministro delle attività produttive deve intendersi riferito al Ministero o al Ministro dello sviluppo economico, ai sensi di quanto disposto dall'art. 20, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Art. 11. Divieti di commercializzazione

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

Art. 12. Sanzioni

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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 confezionato: 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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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: (15)
 - 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.

(15) Alinea così corretto da Comunicato 3 gennaio 2006, pubblicato nella G.U. 3 gennaio 2006, n. 2.

Art. 15. Modalità di indicazione del prezzo per unità di misura

In vigore dal 23 ottobre 2005

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. E' 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. E' fatto obbligo di esporre in modo visibile dalla carreggiata stradale i prezzi praticati al consumo (16).

(16) Vedi, anche, il comma 2 dell'art. 19, D.L. 24 gennaio 2012, n. 1 e l'art. 2, D.M. 17 gennaio 2013.

Art. 16. Esenzioni (17)

In vigore dal 23 ottobre 2005

1. Sono esenti dall'obbligo dell'indicazione del prezzo per unità di misura i prodotti per i quali tale indicazione non risulti utile a motivo della loro natura o della loro destinazione, o sia di natura tale da dare luogo a confusione. Sono da considerarsi tali i seguenti prodotti:

a) prodotti commercializzati sfusi che, in conformità alle disposizioni di esecuzione della legge 5 agosto 1981, n. 441, e successive modificazioni, recante disposizioni sulla vendita a peso netto delle merci, possono essere venduti a pezzo o a collo;

b) prodotti di diversa natura posti in una stessa confezione;

c) prodotti commercializzati nei distributori automatici;

d) prodotti destinati ad essere mescolati per una preparazione e contenuti in un unico imballaggio;

e) prodotti preconfezionati che siano esentati dall'obbligo di indicazione della quantità netta secondo quanto previsto dall'articolo 9 del decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 109, e successive modificazioni, concernenti l'attuazione delle direttive comunitarie in materia di etichettatura dei prodotti alimentari;

f) alimenti precucinati o preparati o da preparare, costituiti da due o più elementi separati, contenuti in un unico imballaggio, che necessitano di lavorazione da parte del consumatore per ottenere l'alimento finito;

g) prodotti di fantasia;

h) gelati monodose;

i) prodotti non alimentari che possono essere venduti unicamente al pezzo o a collo.

2. Il Ministro 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.

(17) Nel presente provvedimento ogni riferimento al Ministero o Ministro delle attività produttive deve intendersi riferito al Ministero o al Ministro dello sviluppo economico, ai sensi di quanto disposto dall'art. 20, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Art. 17. Sanzioni

In vigore dal 23 ottobre 2005

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. (18)

(18) Comma così corretto da Comunicato 3 gennaio 2006, pubblicato nella G.U. 3 gennaio 2006, n. 2.

Titolo III (20)

PRATICHE COMMERCIALI, PUBBLICITA' E ALTRE COMUNICAZIONI COMMERCIALI (19)

Capo I

Disposizioni generali (21)

Art. 18. Definizione (22)

In vigore dal 25 marzo 2012

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;

d-bis) "microimprese": entità, società o associazioni che, a prescindere dalla forma giuridica, esercitano un'attività economica, anche a titolo individuale o familiare, occupando meno di dieci persone e realizzando un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiori a due milioni di euro, ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 3, dell'allegato alla raccomandazione n. 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003. (23)

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 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.

(19) Rubrica così modificata dall'art. 4, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221. Originariamente il testo della presente rubrica era il seguente: "Pubblicità e altre comunicazioni commerciali".

(20) L'attuale suddivisione del Titolo III in Capi e Sezioni è quella risultante dalle modifiche disposte dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.

(21) Capo così sostituito dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.

(22) Articolo così sostituito dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha sostituito l'intero Capo I.

(23) Lettera inserita dall'art. 7, comma 1, D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla L. 24 marzo 2012, n. 27.

Art. 19. Ambito di applicazione (24)

In vigore dal 24 gennaio 2012

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, nonché

alle pratiche commerciali scorrette tra professionisti e microimprese. Per le microimprese la tutela in materia di pubblicità ingannevole e di pubblicità comparativa illecita è assicurata in via esclusiva dal decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145. (25)

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.

(24) Articolo così sostituito dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha sostituito l'intero Capo I.

(25) Comma così modificato dall'art. 7, comma 2, D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla L. 24 marzo 2012, n. 27.

Capo II

Pratiche commerciali scorrette (26)

Art. 20. Divieto delle pratiche commerciali scorrette (27)

In vigore dal 21 settembre 2007

- 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. E' 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.

(26) Capo sostituito dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146. Originariamente la rubrica del presente Capo era la seguente: "Caratteri della pubblicità".

(27) Articolo così sostituito dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha sostituito l'intero Capo II.

Sezione I

Pratiche commerciali ingannevoli (28)

Art. 21. Azioni ingannevoli (29)

In vigore dal 19 dicembre 2012

1. E' 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;
- 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. E' 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.

3-bis. E' considerata scorretta la pratica commerciale di una banca, di un istituto di credito o di un intermediario finanziario che, ai fini della stipula di un contratto di mutuo, obbliga il cliente alla sottoscrizione di una polizza assicurativa erogata dalla medesima banca, istituto o intermediario ovvero all'apertura di un conto corrente presso la medesima banca, istituto o intermediario. (30)

4. E' considerata, altresì, scorretta la pratica commerciale che, in quanto suscettibile di raggiungere bambini ed adolescenti, può, anche indirettamente, minacciare la loro sicurezza.

4-bis. È considerata, altresì, scorretta la pratica commerciale che richieda un sovrapprezzo dei costi per il completamento di una transazione elettronica con un fornitore di beni o servizi. (31)

(28) Sezione sostituita dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha sostituito l'intero Capo II. Originariamente la rubrica della presente Sezione era la seguente: "Pubblicità ingannevole e comparativa".

(29) Articolo così sostituito dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha sostituito l'intero Capo II.

(30) Comma inserito dall'art. 36-bis, comma 1, D.L. 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla L. 22 dicembre 2011, n. 214 e, successivamente, così modificato dall'art. 28, comma 3, D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla L. 24 marzo 2012, n. 27.

(31) Comma aggiunto dall' art. 15, comma 5-quater, D.L. 18 ottobre 2012, n. 179, convertito, con modificazioni, dalla L. 17 dicembre 2012, n. 221.

Art. 22. Omissioni ingannevoli (32)

In vigore dal 21 settembre 2007

1. E' 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 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.

(32) Articolo corretto da Comunicato 3 gennaio 2006, pubblicato nella G.U. 3 gennaio 2006, n. 2 e, successivamente, sostituito dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha sostituito l'intero Capo II.

Art. 22-bis Pubblicità ingannevole delle tariffe marittime (33)

In vigore dal 15 agosto 2009

1. E' considerata ingannevole la pubblicità che, riguardando le tariffe praticate da compagnie marittime che operano sul territorio italiano direttamente o in code-sharing, reclamizzi il prezzo del biglietto dovuto alla compagnia marittima separatamente dagli oneri accessori, dalle tasse portuali e da tutti gli oneri comunque destinati a gravare sul consumatore, dovendo la compagnia marittima pubblicizzare un unico prezzo che includa tutte queste voci.

(33) Articolo inserito dall'art. 22, comma 1, L. 23 luglio 2009, n. 99.

Art. 23. Pratiche commerciali considerate in ogni caso ingannevoli (34)

In vigore dal 21 settembre 2007

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 prendere 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 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.

(34) Articolo così sostituito dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha sostituito l'intero Capo II.

Sezione II

Pratiche commerciali aggressive (35)

Art. 24. Pratiche commerciali aggressive (36)

In vigore dal 21 settembre 2007

1. E' 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.

(35) Sezione inserita dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha sostituito l'intero Capo II.

(36) Articolo così sostituito dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha sostituito l'intero Capo II.

Art. 25. Ricorso a molestie coercizione o indebito condizionamento (37)

In vigore dal 21 settembre 2007

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.

(37) Articolo così sostituito dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha sostituito l'intero Capo II.

Art. 26. Pratiche commerciali considerate in ogni caso aggressive (38)

In vigore dal 21 settembre 2007

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, fuorché 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, fuorché 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; (39)
- 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 né vincita equivalente oppure che qualsiasi azione volta a reclamare il premio o altra vincita equivalente è subordinata al versamento di denaro o al sostenimento di costi da parte del consumatore.

(38) Articolo corretto da Comunicato 3 gennaio 2006, pubblicato nella G.U. 3 gennaio 2006, n. 2 e, successivamente, così sostituito dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha sostituito l'intero Capo II.

(39) Per la modifica della presente lettera vedi l' art. 1, comma 3, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Capo III

Applicazione (40)

Art. 27. Tutela amministrativa e giurisdizionale (41)

In vigore dal 26 marzo 2014

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.

1-bis. Anche nei settori regolati, ai sensi dell'articolo 19, comma 3, la competenza ad intervenire nei confronti delle condotte dei professionisti che integrano una pratica commerciale scorretta, fermo restando il rispetto della regolazione vigente, spetta, in via esclusiva, all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, che la esercita in base ai poteri di cui al presente articolo, acquisito il parere dell'Autorità di regolazione competente. Resta ferma la competenza delle Autorità di regolazione ad esercitare i propri poteri nelle ipotesi di violazione della regolazione che non integrino gli estremi di una pratica commerciale scorretta. Le Autorità possono disciplinare con protocolli di intesa gli aspetti applicativi e procedurali della reciproca collaborazione, nel quadro delle rispettive competenze. (44)

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 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 5.000.000 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. (45)

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 (47).

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 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività d'impresa per un periodo non superiore a trenta giorni. (46)

13. 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. (42) (43)

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. E' 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.

(40) Capo sostituito dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146. Originariamente la rubrica del presente Capo era la seguente: "Particolari modalità della comunicazione pubblicitaria".

(41) Articolo così sostituito dall'art. 1, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha sostituito l'intero Capo III.

(42) Per la proroga di trenta giorni del pagamento delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate nell'anno 2008 dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato, nonché per il versamento delle suddette sanzioni, vedi l' art. 9, comma 1, D.L. 30 dicembre 2008, n. 207, convertito, con modificazioni, dalla L. 27 febbraio 2009, n. 14.

(43) Comma così modificato dall' art. 4, comma 1, n. 33), dell'Allegato 4 al D.Lgs. 2 luglio 2010, n. 104, a decorrere dal 16 settembre 2010, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1, del medesimo D.Lgs. 104/2010.

(44) Comma inserito dall' art. 1, comma 6, lett. a), D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21.

(45) Comma così modificato dall' art. 1, comma 6, lett. b), D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21.

(46) Comma così modificato dall' art. 1, comma 6, lett. c), D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21.

(47) Il regolamento previsto dal presente comma è stato emanato con Del. 15 novembre 2007, ai sensi di quanto disposto dall'art. 4, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.

Art. 27-bis Codici di condotta (48)

In vigore dal 21 settembre 2007

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.

(48) Articolo inserito dall'art. 1, comma 2, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.

Art. 27-ter Autodisciplina (49)

In vigore dal 21 settembre 2007

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.

(49) Articolo inserito dall'art. 1, comma 2, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.

Art. 27-quater Oneri di informazione (50)

In vigore dal 21 settembre 2007

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.

(50) Articolo inserito dall'art. 1, comma 2, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.

Titolo IV

Particolari modalità della comunicazione pubblicitaria (51)

Capo I

Rafforzamento della tutela del consumatore in materia di televendite (52)

Art. 28. Ambito di applicazione

In vigore dal 21 settembre 2007

1. Le disposizioni del presente capo 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. (53)

(51) L'originaria denominazione «Capo III» è stata così modificata in «Titolo IV» dall'art. 1, comma 4, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.

(52) L'originaria denominazione «Sezione I» è stata così modificata in «Capo I» dall'art. 1, comma 4, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146, che ha inserito l'intero Titolo IV.

(53) Comma corretto da Comunicato 3 gennaio 2006, pubblicato nella G.U. 3 gennaio 2006, n. 2 e, successivamente, così modificato dall'art. 1, comma 5, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.

Art. 29. Prescrizioni

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

1. E' 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. E' 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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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. (54)

(54) Comma così corretto da Comunicato 3 gennaio 2006, pubblicato nella G.U. 3 gennaio 2006, n. 2.

Parte III

IL RAPPORTO DI CONSUMO

Titolo I

DEI CONTRATTI DEL CONSUMATORE IN GENERALE

Art. 33. Clausole vessatorie nel contratto tra professionista e consumatore

In vigore dal 14 dicembre 2007

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 danno alla persona del consumatore, risultante da un fatto o da un'omissione del professionista (55);
 - b) escludere o limitare le azioni o i diritti del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista;
 - c) escludere o limitare l'opportunità da parte del consumatore della compensazione di un debito nei confronti del professionista con un credito vantato nei confronti di quest'ultimo;
 - d) prevedere un impegno definitivo del consumatore mentre l'esecuzione della prestazione del professionista è subordinata ad una condizione il cui adempimento dipende unicamente dalla sua volontà;
 - e) consentire al professionista di trattenere una somma di denaro versata dal consumatore se quest'ultimo non conclude il contratto o recede da esso, senza prevedere il diritto del consumatore di esigere dal professionista il doppio della somma corrisposta se è quest'ultimo a non concludere il contratto oppure a recedere;
 - f) imporre al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell'adempimento, il pagamento di una somma di denaro a titolo di risarcimento, clausola penale o altro titolo equivalente d'importo manifestamente eccessivo;
 - g) riconoscere al solo professionista e non anche al consumatore la facoltà di recedere dal contratto, nonché consentire al professionista di trattenere anche solo in parte la somma versata dal consumatore a titolo di corrispettivo per prestazioni non ancora adempiute, quando sia il professionista a recedere dal contratto;

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

(55) Lettera modificata dall'art. 5, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Art. 34. Accertamento della vessatorietà delle clausole

In vigore dal 23 ottobre 2005

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, né all'adeguatezza del corrispettivo dei beni e dei servizi, purché tali elementi siano individuati in modo chiaro e comprensibile.

3. Non sono vessatorie le clausole che riproducono disposizioni di legge ovvero che siano riprodotte 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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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. E' nulla ogni clausola contrattuale che, prevedendo l'applicabilità al contratto di una legislazione di un Paese extracomunitario, abbia l'effetto di privare il consumatore della

protezione assicurata dal presente titolo, laddove il contratto presenti un collegamento più stretto con il territorio di uno Stato membro dell'Unione europea. (56)

(56) Comma così corretto da Comunicato 3 gennaio 2006, pubblicato nella G.U. 3 gennaio 2006, n. 2.

Art. 37. Azione inibitoria

In vigore dal 23 ottobre 2005

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. (57)
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.

(57) Comma così corretto da Comunicato 3 gennaio 2006, pubblicato nella G.U. 3 gennaio 2006, n. 2.

Art. 37-bis Tutela amministrativa contro le clausole vessatorie (58)

In vigore dal 25 marzo 2012

1. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, sentite le associazioni di categoria rappresentative a livello nazionale e le camere di commercio interessate o loro unioni, d'ufficio o su denuncia, ai soli fini di cui ai commi successivi, dichiara la vessatorietà delle clausole inserite nei contratti tra professionisti e consumatori che si concludono mediante adesione a condizioni generali di contratto o con la sottoscrizione di moduli, modelli o formulari. Si applicano le disposizioni previste dall'articolo 14, commi 2, 3 e 4, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, secondo le modalità previste dal regolamento di cui al comma 5. In caso di inottemperanza, 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 euro a 20.000 euro. Qualora le informazioni o la documentazione fornite non siano veritiere, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 4.000 euro a 40.000 euro.
2. Il provvedimento che accerta la vessatorietà della clausola è diffuso anche per estratto mediante pubblicazione su apposita sezione del sito internet istituzionale dell'Autorità, sul sito

dell'operatore che adotta la clausola ritenuta vessatoria e mediante ogni altro mezzo ritenuto opportuno in relazione all'esigenza di informare compiutamente i consumatori a cura e spese dell'operatore. In caso di inottemperanza alle disposizioni di cui al presente comma, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 euro a 50.000 euro.

3. Le imprese interessate hanno facoltà di interpellare preventivamente l'Autorità in merito alla vessatorietà delle clausole che intendono utilizzare nei rapporti commerciali con i consumatori secondo le modalità previste dal regolamento di cui al comma 5. L'Autorità si pronuncia sull'interpello entro il termine di centoventi giorni dalla richiesta, salvo che le informazioni fornite risultino gravemente inesatte, incomplete o non veritiere. Le clausole non ritenute vessatorie a seguito di interpello non possono essere successivamente valutate dall'Autorità per gli effetti di cui al comma 2. Resta in ogni caso ferma la responsabilità dei professionisti nei confronti dei consumatori.

4. In materia di tutela giurisdizionale, contro gli atti dell'Autorità, adottati in applicazione del presente articolo, è competente il giudice amministrativo. È fatta salva la giurisdizione del giudice ordinario sulla validità delle clausole vessatorie e sul risarcimento del danno.

5. L'Autorità, con proprio regolamento, disciplina la procedura istruttoria in modo da garantire il contraddittorio e l'accesso agli atti, nel rispetto dei legittimi motivi di riservatezza. Con lo stesso regolamento l'Autorità disciplina le modalità di consultazione con le associazioni di categoria rappresentative a livello nazionale e con le camere di commercio interessate o loro unioni attraverso l'apposita sezione del sito internet di cui al comma 2 nonché la procedura di interpello. Nell'esercizio delle competenze di cui al presente articolo, l'Autorità può sentire le autorità di regolazione o vigilanza dei settori in cui i professionisti interessati operano, nonché le camere di commercio interessate o le loro unioni. (59)

6. Le attività di cui al presente articolo sono svolte con le risorse umane, strumentali e finanziarie già disponibili a legislazione vigente.

(58) Articolo inserito dall'art. 5, comma 1, D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla L. 24 marzo 2012, n. 27.

(59) In attuazione di quanto disposto dal presente comma vedi la Deliberazione 8 agosto 2012, n. 23788.

Art. 38. Rinvio

In vigore dal 14 dicembre 2007

1. Per quanto non previsto dal presente codice, ai contratti conclusi tra il consumatore ed il professionista si applicano le disposizioni del codice civile. (60)

(60) Comma così modificato dall'art. 6, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Titolo II

ESERCIZIO DELL'ATTIVITA' COMMERCIALE

Capo I

Disposizioni generali

Art. 39. Regole nelle attività commerciali

In vigore dal 23 ottobre 2005

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 (61)

In vigore dal 19 settembre 2010

[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.]

(61) Articolo abrogato dall'art. 3, comma 1, lett. a), D.Lgs. 13 agosto 2010, n. 141.

Art. 41. Tasso annuo effettivo globale e pubblicità (62)

In vigore dal 19 settembre 2010

[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 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.]

(62) Articolo abrogato dall'art. 3, comma 1, lett. a), D.Lgs. 13 agosto 2010, n. 141.

Art. 42. Inadempimento del fornitore (63)

In vigore dal 19 settembre 2010

[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.]

(63) Articolo abrogato dall'art. 3, comma 1, lett. a), D.Lgs. 13 agosto 2010, n. 141.

Art. 43. Rinvio al testo unico bancario

In vigore dal 19 settembre 2010

1. Per la 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. (64)

(64) Comma così modificato dall'art. 3, comma 1, lett. a), D.Lgs. 13 agosto 2010, n. 141.

Titolo III

MODALITA' CONTRATTUALI

Art. 44. Contratti negoziati nei locali commerciali. Rinvio

In vigore dal 23 ottobre 2005

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 (65)

Particolari modalità di conclusione del contratto

Sezione I

Contratti negoziati fuori dei locali commerciali

Art. 45. Campo di applicazione (66)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(65) Per la sostituzione del presente Capo, limitatamente agli articoli da 45 a 67, vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

(66) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 46. Esclusioni (67)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(67) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 47. Informazione sul diritto di recesso (68)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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, nonché 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, nonché 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.

(68) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 48. Esclusione del recesso (69)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(69) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 49. Norme applicabili (70)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(70) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Sezione II

Contratti a distanza

Art. 50. Definizioni (71)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(71) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 51. Campo di applicazione (73)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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 (72);
- 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.

(72) Lettera così modificata dall'art. 7, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(73) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 52. Informazioni per il consumatore (74)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(74) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 53. Conferma scritta delle informazioni (75)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(75) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 54. Esecuzione del contratto (76)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(76) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 55. Esclusioni (77)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(77) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 56. Pagamento mediante carta (78)

In vigore dal 23 ottobre 2005

1. Il consumatore può effettuare il pagamento mediante carta ove ciò 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.

(78) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 57. Fornitura non richiesta (79) (81)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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. (80)

(79) Articolo così sostituito dall'art. 2, comma 1, D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.

(80) Comma così sostituito dall'art. 8, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(81) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 58. Limiti all'impiego di talune tecniche di comunicazione a distanza (83)

In vigore dal 25 novembre 2009

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, fatta salva la disciplina prevista dall' articolo 130, comma 3-bis, del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, per i trattamenti dei dati inclusi negli elenchi di abbonati a disposizione del pubblico. (82)

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 (84).

(82) Comma così sostituito dall'art. 20-bis, comma 4, D.L. 25 settembre 2009, n. 135, convertito, con modificazioni, dalla L. 20 novembre 2009, n. 166.

(83) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

(84) Vedi, anche, l'art. 19-bis, D.L. 30 dicembre 2005, n. 273, convertito, con modificazioni, dalla L. 23 febbraio 2006, n. 51.

Art. 59. Vendita tramite mezzo televisivo o altri mezzi audiovisivi (85)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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, nonché 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.

(85) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 60. Riferimenti (86)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

(86) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 61. Rinvio (87)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(87) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Sezione III

Disposizioni comuni

Art. 62. Sanzioni (89)

In vigore dal 31 dicembre 2008

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, nonché 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 tremila euro a diciottomila euro. (88)

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.

(88) Comma così modificato dall'art. 44, comma 10, D.L. 30 dicembre 2008, n. 207, convertito, con modificazioni, dalla L. 27 febbraio 2009, n. 14.

(89) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 63. Foro competente (90)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(90) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Sezione IV

Diritto di recesso

Art. 64. Esercizio del diritto di recesso (91)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(91) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 65. Decorrenze (92)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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 purché non oltre il termine di tre mesi dalla conclusione stessa;

b) per i servizi, dal giorno della conclusione del contratto o dal giorno in cui siano stati soddisfatti gli obblighi di informazione di cui all'articolo 52, qualora ciò avvenga dopo la conclusione del contratto purché non oltre il termine di tre mesi dalla conclusione stessa.

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.

(92) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 66. Effetti del diritto di recesso (93)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(93) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 67. Ulteriori obbligazioni delle parti (95)

In vigore dal 19 settembre 2010

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. E' 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. E' nulla qualsiasi clausola che preveda limitazioni al rimborso nei confronti del consumatore delle somme versate in conseguenza dell'esercizio del diritto di recesso.

6. Il contratto di credito collegato ai sensi dell'articolo 121, comma 1, lettera d), del decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, si intende risolto di diritto, senza alcuna penalità, nel caso in cui il consumatore eserciti il diritto di recesso da un contratto di fornitura di beni o servizi disciplinato dal presente titolo conformemente alle disposizioni di cui alla presente sezione. (94)

(94) Comma prima modificato dall'art. 22, comma 1, lett. a), L. 7 luglio 2009, n. 88 e, successivamente, così sostituito dall'art. 2, comma 1, D.Lgs. 13 agosto 2010, n. 141; vedi, anche l'art. 3, commi 2 e 3 del medesimo D.Lgs. 141/2010.

(95) Per la sostituzione del presente articolo vedi l' art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Sezione IV-bis

Commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori (96) (97)

Art. 67-bis. Oggetto e campo di applicazione (98)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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.

(96) Sezione inserita dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(97) Per le disposizioni in materia di promozione e collocamento a distanza di contratti di assicurazione, vedi il Regolamento 19 marzo 2010, n. 34.

(98) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-ter. Definizioni (99)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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;

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.

(99) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-quater. Informazione del consumatore prima della conclusione del contratto a distanza (100)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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.

(100) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-quinquies. Informazioni relative al fornitore (101)

In vigore dal 17 gennaio 2012

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 nello Stato membro di residenza del consumatore e l'indirizzo geografico rilevante nei rapporti tra consumatore e rappresentante, quando tale rappresentante esista; (102)

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.

(101) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

(102) Lettera così sostituita dall'art. 5, comma 1, lett. a), L. 15 dicembre 2011, n. 217.

Art. 67-sexies. Informazioni relative al servizio finanziario (103)

In vigore dal 14 dicembre 2007

1. Le informazioni relative al servizio finanziario riguardano:

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.

(103) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-septies. Informazioni relative al contratto a distanza (104)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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.

(104) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-octies. Informazioni relative al ricorso (105)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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.

(105) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-novies. Comunicazioni mediante telefonia vocale (106)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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.

(106) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-decies. Requisiti aggiuntivi in materia di informazioni (107)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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.

(107) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-undecies. Comunicazione delle condizioni contrattuali e delle informazioni preliminari (108)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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 e 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 né 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.

(108) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-duodecies. Diritto di recesso (109)

In vigore dal 17 gennaio 2012

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);

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; (110)

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.

(109) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

(110) Lettera così modificata dall'art. 5, comma 1, lett. b), L. 15 dicembre 2011, n. 217.

Art. 67-ter decies. Pagamento del servizio fornito prima del recesso (111)

In vigore dal 17 gennaio 2012

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 e non oltre trenta 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 obbligazioni derivanti dal contratto, concernenti il periodo in cui il contratto medesimo ha avuto effetto. (112)

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 e non oltre trenta 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. (113)

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.

(111) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

(112) Comma così modificato dall'art. 5, comma 1, lett. c), L. 15 dicembre 2011, n. 217.

(113) Comma così modificato dall'art. 5, comma 1, lett. d), L. 15 dicembre 2011, n. 217.

Art. 67-quater decies. Pagamento dei servizi finanziari offerti a distanza (114)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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.

(114) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-quinquies decies. Servizi non richiesti (115)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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.

(115) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-sexies decies. Comunicazioni non richieste (116)

In vigore dal 13 luglio 2011

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

- 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.

3-bis. È fatta salva la disciplina prevista dall' articolo 130, comma 3-bis, del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, e successive modificazioni, per i trattamenti dei dati inclusi negli elenchi di abbonati a disposizione del pubblico. (117)

(116) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

(117) Comma aggiunto dall'art. 6, comma 2, lett. a-bis), D.L. 13 maggio 2011, n. 70, convertito, con modificazioni, dalla L. 12 luglio 2011, n. 106.

Art. 67-septies decies. Sanzioni (118)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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. E' 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.

(118) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-octies decies. Irrinunciabilità dei diritti (119)

In vigore dal 14 dicembre 2007

1. I diritti attribuiti al consumatore dalla presente sezione sono irrinunciabili. E' 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.

(119) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-novies decies. Ricorso giurisdizionale o amministrativo (120)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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 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.

(120) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-vicies. Composizione extragiudiziale delle controversie (121)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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.

(121) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-vicies semel. Onere della prova (122)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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).

(122) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Art. 67-vicies bis. Misure transitorie (123)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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.

(123) Articolo inserito dall'art. 9, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221, che ha inserito l'intera Sezione IV-bis.

Capo II

Commercio elettronico

Art. 68. Rinvio

In vigore dal 23 ottobre 2005

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 di multiproprietà, contratti relativi ai prodotti per le vacanze di lungo termine, contratti di rivendita e di scambio (124)

Art. 69. Definizioni (125)

In vigore dal 21 giugno 2011

1. Ai fini del presente capo, si intende per:

- a) "contratto di multiproprietà": un contratto di durata superiore a un anno tramite il quale un consumatore acquisisce a titolo oneroso il diritto di godimento su uno o più alloggi per il pernottamento per più di un periodo di occupazione;
- b) "contratto relativo a un prodotto per le vacanze di lungo termine": un contratto di durata superiore a un anno ai sensi del quale un consumatore acquisisce a titolo oneroso essenzialmente il diritto di ottenere sconti o altri vantaggi relativamente ad un alloggio, separatamente o unitamente al viaggio o ad altri servizi;
- c) "contratto di rivendita": un contratto ai sensi del quale un operatore assiste a titolo oneroso un consumatore nella vendita o nell'acquisto di una multiproprietà o di un prodotto per le vacanze di lungo termine;
- d) "contratto di scambio": un contratto ai sensi del quale un consumatore partecipa a titolo oneroso a un sistema di scambio che gli consente l'accesso all'alloggio per il pernottamento o ad altri servizi in cambio della concessione ad altri dell'accesso temporaneo ai vantaggi che risultano dai diritti derivanti dal suo contratto di multiproprietà;
- e) "operatore": il "professionista", di cui all'articolo 3, comma 1, lettera c);
- f) "consumatore": la persona fisica, di cui all'articolo 3, comma 1, lettera a);

g) "contratto accessorio": un contratto ai sensi del quale il consumatore acquista servizi connessi a un contratto di multiproprietà o a un contratto relativo a un prodotto per le vacanze di lungo termine e forniti dall'operatore o da un terzo sulla base di un accordo tra il terzo e l'operatore;

h) "supporto durevole": qualsiasi strumento che permetta al consumatore o all'operatore di memorizzare informazioni a lui personalmente dirette in modo che possano essere utilizzate per riferimento futuro per un periodo di tempo adeguato ai fini cui sono destinate le informazioni e che consenta la riproduzione immutata delle informazioni memorizzate;

i) "codice di condotta": un accordo o un insieme di regole che definisce il comportamento degli operatori che si impegnano a rispettare tale codice in relazione a una o più pratiche commerciali o ad uno o più settori d'attività specifici;

l) "responsabile del codice": qualsiasi soggetto, compresi un operatore o un gruppo di operatori, responsabile dell'elaborazione e della revisione di un codice di condotta o del controllo dell'osservanza del codice da parte di coloro che si sono impegnati a rispettarlo.

2. Nel calcolo della durata di un contratto di multiproprietà o di un contratto relativo a un prodotto per le vacanze di lungo termine, quale definito al comma 1, rispettivamente alle lettere a) e b), si tiene conto di qualunque disposizione del contratto che ne consenta il rinnovo tacito o la proroga.

(124) Capo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

(125) Articolo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Art. 70. Pubblicità (126)

In vigore dal 21 giugno 2011

1. Se un contratto di multiproprietà, un contratto relativo a un prodotto per le vacanze di lungo termine o un contratto di rivendita o di scambio viene offerto al consumatore in persona nell'ambito di una promozione o di un'iniziativa di vendita, l'operatore indica chiaramente nell'invito lo scopo commerciale e la natura dell'evento. Le informazioni di cui all'articolo 71, comma 1, sono a disposizione del consumatore in qualsiasi momento durante l'evento.

2. È fatto obbligo all'operatore di specificare in ogni pubblicità la possibilità di ottenere le informazioni di cui all'articolo 71, comma 1, e di indicare le modalità sul come ottenerle.

3. Una multiproprietà o un prodotto per le vacanze di lungo termine non sono commercializzati o venduti come investimenti.

(126) Articolo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Art. 71. Informazioni precontrattuali (127)

In vigore dal 21 giugno 2011

1. In tempo utile prima che il consumatore sia vincolato da un contratto o da un'offerta, l'operatore fornisce al consumatore, in maniera chiara e comprensibile, informazioni accurate e sufficienti, secondo le seguenti modalità:

a) nel caso di un contratto di multiproprietà, tramite il formulario informativo di cui all'allegato II-bis e le informazioni elencate nella parte 3 di detto formulario;

b) nel caso di un contratto relativo a un prodotto per le vacanze di lungo termine, tramite il formulario informativo di cui all'allegato II-ter e le informazioni elencate nella parte 3 di detto formulario;

c) nel caso di un contratto di rivendita, tramite il formulario informativo di cui all'allegato II-quater e le informazioni elencate nella parte 3 di detto formulario;

d) nel caso di un contratto di scambio, tramite il formulario informativo di cui all'allegato II-quinquies e le informazioni elencate nella parte 3 di detto formulario.

2. Le informazioni di cui al comma 1 sono fornite a titolo gratuito dall'operatore su carta o altro supporto durevole facilmente accessibile al consumatore.

3. Le informazioni di cui al comma 1, sono redatte nella lingua italiana e in una delle lingue dello Stato dell'Unione europea in cui il consumatore risiede oppure di cui è cittadino, a scelta di quest'ultimo, purché si tratti di una lingua ufficiale della Unione europea.

(127) Articolo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Art. 72. Requisiti del contratto (128)

In vigore dal 21 giugno 2011

1. Il contratto deve essere redatto per iscritto, a pena di nullità, su carta o altro supporto durevole, nella lingua italiana e in una delle lingue dello Stato dell'Unione europea in cui il consumatore risiede oppure di cui è cittadino, a sua scelta, purché si tratti di una lingua ufficiale della Unione europea.

2. Nel caso di un contratto di multiproprietà relativo a un bene immobile specifico, è fatto obbligo all'operatore di fornire al consumatore anche una traduzione conforme del contratto nella lingua dello Stato dell'Unione europea in cui è situato l'immobile.

3. In ogni caso, per qualsiasi tipo di contratto disciplinato dal presente Capo, all'operatore che svolge la propria attività di vendita nel territorio nazionale è fatto obbligo di fornire al consumatore il relativo contratto anche nella lingua italiana.

4. Le informazioni di cui all'articolo 71, comma 1, costituiscono parte integrante e sostanziale del contratto e non possono essere modificate salvo qualora vi sia l'accordo esplicito delle parti oppure qualora le modifiche siano causate da circostanze eccezionali e imprevedibili, indipendenti dalla volontà dell'operatore, le cui conseguenze non avrebbero potuto essere evitate neanche con la dovuta diligenza. Tali modifiche, indicate espressamente nel contratto, sono comunicate al consumatore su carta o altro supporto durevole a lui facilmente accessibile, prima della conclusione del contratto.

5. Il contratto contiene, oltre alle informazioni di cui all'articolo 71, comma 1, i seguenti ulteriori elementi:

a) l'identità, il luogo di residenza e la firma di ciascuna delle parti;

b) la data e il luogo di conclusione del contratto.

6. Prima della conclusione del contratto l'operatore informa il consumatore sulle clausole contrattuali concernenti l'esistenza del diritto di recesso, la durata del periodo di recesso di cui all'articolo 73 e il divieto di versare acconti durante il periodo di recesso di cui all'articolo 76, le quali devono essere sottoscritte separatamente dal consumatore. Il contratto include un formulario separato di recesso, come riportato nell'allegato II-sexies, inteso ad agevolare l'esercizio del diritto di recesso in conformità all'articolo 73.

7. Il consumatore riceve una copia o più copie del contratto all'atto della sua conclusione.

(128) Articolo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Art. 72-bis Obbligo di fideiussione per i contratti di multiproprietà (129)

In vigore dal 21 giugno 2011

1. L'operatore non avente la forma giuridica di società di capitali ovvero con un capitale sociale versato inferiore a 5.500.000 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. L'operatore è in ogni caso obbligato a prestare fideiussione bancaria o assicurativa allorquando l'alloggio oggetto del contratto di multiproprietà sia in corso di costruzione, a garanzia dell'ultimazione dei lavori.

3. Delle fideiussioni deve farsi espressa menzione nel contratto di multiproprietà a pena di nullità.

4. Le garanzie di cui ai commi 1 e 2 non possono imporre al consumatore la preventiva esclusione dell'operatore.

(129) Articolo inserito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Art. 73. Diritto di recesso (130)

In vigore dal 21 giugno 2011

1. Al consumatore è concesso un periodo di quattordici giorni, naturali e consecutivi, per recedere, senza specificare il motivo, dal contratto di multiproprietà, dal contratto relativo a prodotti per le vacanze di lungo termine, dal contratto di rivendita e di scambio.

2. Il periodo di recesso si calcola:

a) dal giorno della conclusione del contratto definitivo o del contratto preliminare;

b) dal giorno in cui il consumatore riceve il contratto definitivo o il contratto preliminare, se posteriore alla data di cui alla lettera a).

3. Il periodo di recesso scade:

a) dopo un anno e quattordici giorni a decorrere dalla data di cui al comma 2 del presente articolo se il formulario di recesso separato previsto all'articolo 72, comma 4, non è stato compilato dall'operatore e consegnato al consumatore per iscritto, su carta o altro supporto durevole;

b) dopo tre mesi e quattordici giorni a partire dalla data di cui al comma 2 del presente articolo se le informazioni di cui all'articolo 71, comma 1, incluso il formulario informativo applicabile di cui agli allegati da III a VI, non sono state fornite al consumatore per iscritto, su carta o altro supporto durevole.

4. Se il formulario separato di recesso previsto all'articolo 72, comma 4, è stato compilato dall'operatore e consegnato al consumatore per iscritto, su carta o altro supporto durevole, entro un anno dalla data di cui al comma 2 del presente articolo, il periodo di recesso inizia a decorrere dal giorno in cui il consumatore riceve tale formulario. Analogamente, se le informazioni di cui all'articolo 71, comma 1, incluso il formulario informativo applicabile di cui agli allegati da III a VI, sono state fornite al consumatore per iscritto, su carta o altro supporto durevole, entro tre mesi dal giorno di cui al comma 2 del presente articolo, il periodo di recesso inizia a decorrere dal giorno in cui il consumatore riceve tali informazioni.

5. Nel caso in cui il contratto di scambio sia offerto al consumatore contestualmente al contratto di multiproprietà, ai due contratti si applica un unico periodo di recesso conformemente al comma 1. Il periodo di recesso per i due contratti è calcolato secondo le disposizioni del comma 2.

(130) Articolo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Art. 74. Modalità di esercizio ed effetti del diritto di recesso (131)

In vigore dal 21 giugno 2011

1. Il diritto di recesso da parte del consumatore si esercita dandone comunicazione scritta, su carta o altro supporto durevole che assicuri la prova della spedizione anteriore alla scadenza del periodo di recesso, alla persona indicata nel contratto o, in mancanza, all'operatore.
2. All'uopo, il consumatore può utilizzare il formulario di recesso di cui all'allegato VII fornito dall'operatore a norma dell'articolo 72, comma 4.
3. L'esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore, nei modi indicati al comma 1, pone fine all'obbligo delle parti di eseguire il contratto.
4. Il consumatore che esercita il diritto di recesso, non sostiene alcuna spesa, non è tenuto a pagare alcuna penalità, nè è debitore del valore corrispondente all'eventuale servizio reso prima del recesso.

(131) Articolo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Art. 75. Acconti (132)

In vigore dal 21 giugno 2011

1. Per i contratti di multiproprietà, relativi a prodotti per le vacanze di lungo termine e di scambio è vietato qualunque versamento di danaro a titolo di acconto, prestazione di garanzie, l'accantonamento di denaro sotto forma di deposito bancario, il riconoscimento esplicito di debito od ogni altro onere da parte di un consumatore a favore dell'operatore o di un terzo prima della fine del periodo di recesso in conformità dell'articolo 73.
2. Per i contratti di rivendita è vietata qualunque forma di versamento di denaro a titolo di acconto, prestazione di garanzie, l'accantonamento di denaro sotto forma di deposito bancario, il riconoscimento esplicito del debito od ogni altro onere da parte di un consumatore a favore dell'operatore o di un terzo prima che la vendita abbia effettivamente luogo o che sia posta fine in altro modo al contratto di rivendita.

(132) Articolo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Art. 76. Disposizioni specifiche concernenti i contratti relativi a prodotti per le vacanze di lungo termine (133)

In vigore dal 21 giugno 2011

1. Per i contratti relativi a prodotti per le vacanze di lungo termine, il pagamento è effettuato secondo scadenze periodiche. È vietato qualsiasi pagamento del prezzo specificato nel contratto che non sia conforme al piano di pagamento periodico concordato. I pagamenti, comprese le quote di affiliazione, sono ripartiti in rate annuali, ciascuna di pari valore, fermo restando gli adeguamenti riferiti ai sistemi di indicizzazione previsti dalla legge. L'operatore invia una richiesta

scritta di pagamento, su carta o altro supporto durevole, almeno quattordici giorni, naturali e consecutivi, prima di ciascuna data di esigibilità.

2. Fatto salvo quanto previsto dall'articolo 73, a partire dal secondo pagamento rateale, il consumatore può porre fine al contratto senza incorrere in penali dando preavviso all'operatore entro quattordici giorni, naturali e consecutivi, dalla ricezione della richiesta di pagamento per ciascuna rata.

(133) Articolo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Art. 77. Risoluzione dei contratti accessori (134)

In vigore dal 21 giugno 2011

1. L'esercizio da parte del consumatore del diritto di recesso dal contratto di multiproprietà o dal contratto relativo a un prodotto per le vacanze di lungo termine comporta automaticamente e senza alcuna spesa per il consumatore la risoluzione di tutti i contratti di scambio ad esso accessori e di qualsiasi altro contratto accessorio.

2. Fatto salvo quanto previsto dagli articoli 125-ter e 125-quinquies del decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, in materia di contratti di credito ai consumatori, se il prezzo è interamente o parzialmente coperto da un credito concesso al consumatore dall'operatore o da un terzo in base a un accordo fra il terzo e l'operatore, il contratto di credito è risolto senza costi per il consumatore qualora il consumatore eserciti il diritto di recesso dal contratto di multiproprietà, dal contratto relativo a prodotti per le vacanze di lungo termine, o dal contratto di rivendita o di scambio.

(134) Articolo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Art. 78. Carattere imperativo delle disposizioni e applicazione in casi internazionali (135)

In vigore dal 21 giugno 2011

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

2. Per le controversie derivanti dall'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.

3. Ove le parti abbiano scelto di applicare ai contratti di cui al presente capo, una legislazione diversa da quella italiana, al consumatore devono comunque essere riconosciute le condizioni di tutela previste dal presente capo.

4. Ove la legge applicabile sia quella di un paese extracomunitario, i consumatori non possono essere privati della tutela garantita dal presente codice, nel caso di:

a) uno qualsiasi dei beni immobili interessati è situato sul territorio nazionale o di uno Stato dell'Unione europea;

b) nel caso di un contratto non direttamente collegato a beni immobili, l'operatore svolga attività commerciali o professionali in Italia o in uno Stato dell'Unione europea o diriga tali attività, con qualsiasi mezzo, verso l'Italia o uno Stato dell'Unione europea e il contratto rientri nell'ambito di dette attività.

(135) Articolo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Art. 79. Tutela amministrativa e giurisdizionale (136)

In vigore dal 21 giugno 2011

1. Al fine di garantire il rispetto delle disposizioni contenute nel presente capo da parte degli operatori, i consumatori possono utilizzare gli strumenti specifici di cui agli articoli 27, 139,140 e 140-bis del presente Codice.

2. È comunque fatta salva la giurisdizione del giudice ordinario.

(136) Articolo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Art. 80. Informazioni per i consumatori e ricorso extragiudiziale (137)

In vigore dal 21 giugno 2011

1. L'operatore può adottare appositi codici di condotta, secondo le modalità di cui all'articolo 27-bis.

2. Per la risoluzione delle controversie sorte dall'esatta applicazione dei contratti disciplinati dal presente capo è possibile ricorrere alle procedure di mediazione, di cui al decreto legislativo 4 marzo 2010, n. 28. È fatta salva la possibilità di utilizzare le procedure di negoziazione volontaria e paritetica previste dall'articolo 2, comma 2, dello stesso decreto legislativo 4 marzo 2010, n. 28.

(137) Articolo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Art. 81. Sanzioni (138)

In vigore dal 21 giugno 2011

1. Salvo che il fatto costituisca reato, l'operatore che contravviene alle norme di cui agli articoli 70, commi 1 e 2, 71, 72, 72-bis, 75, 76 e 77, è punito, per ogni singola violazione, con la sanzione amministrativa pecuniaria da 1.000 euro a 5.000 euro.

2. Si applica la sanzione amministrativa accessoria della sospensione dall'esercizio dell'attività da 30 giorni a sei mesi all'operatore 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. (139)

(138) Articolo così sostituito dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

(139) Per la modifica del presente comma vedi l' art. 1, comma 4, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 81-bis Tutela in base ad altre disposizioni (140)

In vigore dal 21 giugno 2011

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 capo, si applicano le disposizioni del codice civile in tema di contratti.

(140) Articolo aggiunto dall' art. 2, comma 1, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, che ha sostituito l'intero Capo I.

Capo II

Servizi turistici

Art. 82. Ambito di applicazione (141)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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 (142).

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.]

(141) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

(142) Comma così modificato dall'art. 10, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Art. 83. Definizioni (143)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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, purché 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.]

(143) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 84. Pacchetti turistici (144)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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 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 (145).]

(144) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

(145) Comma così modificato dall'art. 11, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Art. 85. Forma del contratto di vendita di pacchetti turistici (146)

In vigore dal 21 giugno 2011

- [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.]

(146) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 86. Elementi del contratto di vendita di pacchetti turistici (147)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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, nonché il termine per il pagamento del saldo; il suddetto importo è versato a titolo di caparra ma gli effetti di cui all'articolo 1385 del codice civile non si producono qualora il recesso dipenda da fatto sopraggiunto non imputabile, ovvero sia giustificato dal grave inadempimento della controparte;
- e) estremi della copertura assicurativa e delle ulteriori polizze convenute con il viaggiatore;
- f) presupposti e modalità di intervento del fondo di garanzia di cui all'articolo 100 nonché dichiarazione che il venditore o l'organizzatore concorre ad alimentare il suddetto fondo nella misura stabilita dal comma 2 del citato articolo 100; (148)
- g) mezzi, caratteristiche e tipologie di trasporto, data, ora, luogo della partenza e del ritorno, tipo di posto assegnato;
- h) ove il pacchetto turistico includa la sistemazione in albergo, l'ubicazione, la categoria turistica, il livello, l'eventuale idoneità all'accoglienza di persone disabili, nonché le principali caratteristiche, la conformità alla regolamentazione dello Stato membro ospitante, i pasti forniti;
- i) itinerario, visite, escursioni o altri servizi inclusi nel pacchetto turistico, ivi compresa la presenza di accompagnatori e guide turistiche;

- l) termine entro cui il consumatore deve essere informato dell'annullamento del viaggio per la mancata adesione del numero minimo dei partecipanti eventualmente previsto;
- m) accordi specifici sulle modalità del viaggio espressamente convenuti tra l'organizzatore o il venditore e il consumatore al momento della prenotazione;
- n) eventuali spese poste a carico del consumatore per la cessione del contratto ad un terzo;
- o) termine entro il quale il consumatore deve presentare reclamo per l'inadempimento o l'inesatta esecuzione del contratto;
- p) termine entro il quale il consumatore deve comunicare la propria scelta in relazione alle modifiche delle condizioni contrattuali di cui all'articolo 91.]

(147) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

(148) Lettera così modificata dall'art. 15, comma 1, L. 18 giugno 2009, n. 69.

Art. 87. Informazione del consumatore (149)

In vigore dal 21 giugno 2011

- [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. E' 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.]

(149) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 88. Opuscolo informativo (150)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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.]

(150) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 89. Cessione del contratto (151)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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.]

(151) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 90. Revisione del prezzo (152)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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.]

(152) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 91. Modifiche delle condizioni contrattuali (153)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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.]

(153) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 92. Diritti del consumatore in caso di recesso o annullamento del servizio (154)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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.]

(154) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 93. Mancato o inesatto adempimento (155)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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.]

(155) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 94. Responsabilità per danni alla persona (156) (157)

In vigore dal 21 giugno 2011

[1. Il danno derivante alla persona dall'inadempimento o dall'inesatta esecuzione delle prestazioni che formano oggetto del pacchetto turistico è risarcibile secondo le norme stabilite dalle convenzioni internazionali che disciplinano la materia, di cui sono parte l'Italia o l'Unione europea, così come recepite nell'ordinamento italiano.

2. Il diritto al risarcimento del danno derivante alla persona dall'inadempimento o dall'inesatta esecuzione delle prestazioni che formano oggetto del pacchetto turistico 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. E' nullo ogni accordo che stabilisca limiti di risarcimento per i danni di cui al comma 1.]

(156) Articolo così sostituito dall'art. 14, comma 12, D.Lgs. 15 marzo 2006, n. 151, a decorrere dal 29 maggio 2006.

(157) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 95. Responsabilità per danni diversi da quelli alla persona (158)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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. (159)

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. (159)

4. Il diritto al risarcimento del danno si prescrive in un anno dal rientro del viaggiatore nel luogo della partenza.]

(158) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

(159) Comma così corretto da Comunicato 3 gennaio 2006, pubblicato nella G.U. 3 gennaio 2006, n. 2.

Art. 96. Esonero di responsabilità (160)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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.]

(160) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 97. Diritto di surrogazione (161)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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.]

(161) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 98. Reclamo (162)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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.]

(162) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 99. Assicurazione (163)

In vigore dal 21 giugno 2011

[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. E' fatta salva la facoltà di stipulare polizze assicurative di assistenza al turista.]

(163) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Art. 100. Fondo di garanzia (164)

In vigore dal 21 giugno 2011

[1. E' 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, nonché 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. (165)

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.

3-bis. Le istanze di rimborso al fondo non sono soggette ad alcun termine di decadenza. (167)

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. (166)]

(164) Articolo abrogato dall' art. 3, comma 1, lett. m), D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

(165) Comma così modificato dall'art. 12, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(166) Comma così modificato dall'art. 12, commi 2 e 3, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(167) Comma inserito dall'art. 15, comma 2, L. 18 giugno 2009, n. 69.

Titolo V

EROGAZIONE DI SERVIZI PUBBLICI

Capo I

Servizi pubblici

Art. 101. Norma di rinvio

In vigore dal 23 ottobre 2005

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 dalla 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 QUALITA'

Titolo I

SICUREZZA DEI PRODOTTI

Art. 102. Finalità e campo di applicazione

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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, nonché 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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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, nonché 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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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 (168)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(168) Nel presente provvedimento ogni riferimento al Ministero o Ministro delle attività produttive deve intendersi riferito al Ministero o al Ministro dello sviluppo economico, ai sensi di quanto disposto dall'art. 20, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Art. 107. Controlli (169)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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) sottoporre 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 proporre la fornitura o di esporlo;

2) disporre, entro un termine perentorio, l'adeguamento del prodotto o di un lotto di prodotti già commercializzati agli obblighi di sicurezza previsti dal presente titolo, qualora non vi sia un rischio imminente per la salute e l'incolumità pubblica;

e) per qualsiasi prodotto pericoloso:

1) vietarne l'immissione sul mercato e adottare le misure necessarie a garantire l'osservanza del divieto;

f) per qualsiasi prodotto pericoloso già immesso sul mercato rispetto al quale l'azione già intrapresa dai produttori e dai distributori sia insoddisfacente o insufficiente:

1) ordinare o organizzare il suo ritiro effettivo e immediato e l'informazione dei consumatori circa i rischi da esso presentati. I costi relativi sono posti a carico del produttore e, ove ciò non sia in tutto o in parte possibile, a carico del distributore;

2) ordinare o coordinare o, se del caso, organizzare con i produttori e i distributori, il suo richiamo anche dai consumatori e la sua distruzione in condizioni opportune. 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 ciò 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.

(169) Nel presente provvedimento ogni riferimento al Ministero o Ministro delle attività produttive deve intendersi riferito al Ministero o al Ministro dello sviluppo economico, ai sensi di quanto disposto dall'art. 20, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Art. 108. Disposizioni procedurali

In vigore dal 14 dicembre 2007

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. (170)

(170) Comma aggiunto dall'art. 13, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Art. 109. Sorveglianza del mercato

In vigore dal 23 ottobre 2005

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 (171)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

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. E' 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 inoltrare 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.

(171) Nel presente provvedimento ogni riferimento al Ministero o Ministro delle attività produttive deve intendersi riferito al Ministero o al Ministro dello sviluppo economico, ai sensi di quanto disposto dall'art. 20, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Art. 111. Responsabilità del produttore

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

Art. 112. Sanzioni

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

RESPONSABILITA' PER DANNO DA PRODOTTI DIFETTOSI

Art. 114. Responsabilità del produttore

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

Art. 115. Prodotto e produttore (172)

In vigore dal 14 dicembre 2007

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, 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. (173)

(172) Rubrica così sostituita dall'art. 14, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(173) Comma aggiunto dall'art. 14, comma 2, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Art. 116. Responsabilità del fornitore

In vigore dal 23 ottobre 2005

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 comparisce 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.

Art. 117. Prodotto difettoso

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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, né lo ha fabbricato o distribuito nell'esercizio della sua attività professionale;
- d) se il difetto è dovuto alla conformità del prodotto a una norma giuridica imperativa o a un provvedimento vincolante;
- e) se lo stato delle conoscenze scientifiche e tecniche, al momento in cui il produttore ha messo in circolazione il prodotto, non permetteva ancora di considerare il prodotto come difettoso;
- f) nel caso del produttore o fornitore di una parte componente o di una materia prima, se il difetto è interamente dovuto alla concezione del prodotto in cui è stata incorporata la parte o materia prima o alla conformità di questa alle istruzioni date dal produttore che la ha utilizzata.

Art. 119. Messa in circolazione del prodotto

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

1. E' risarcibile in base alle disposizioni del presente titolo:
 - a) il danno cagionato dalla morte o da lesioni personali;
 - b) la distruzione o il deterioramento di una cosa diversa dal prodotto difettoso, purché di tipo normalmente destinato all'uso o consumo privato e così principalmente utilizzata dal danneggiato.
2. Il danno a cose è risarcibile solo nella misura che ecceda la somma di euro trecentottantasette.

Art. 124. Clausole di esonero da responsabilità

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

Art. 125. Prescrizione

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

1. Le disposizioni del presente titolo non escludono né 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 CONFORMITA' E GARANZIE COMMERCIALI PER I BENI DICONSUMO

Capo I

Della vendita dei beni di consumo

Art. 128. Ambito di applicazione e definizioni

In vigore dal 23 ottobre 2005

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 nonché 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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 14 dicembre 2007

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 (174);

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 (175);

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.

(174) Lettera così modificata dall'art. 15, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(175) Lettera così modificata dall'art. 15, comma 2, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Art. 131. Diritto di regresso

In vigore dal 23 ottobre 2005

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 prestato.

Art. 132. Termini

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

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, purché 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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

1. E' 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. (176)
3. E' nulla ogni clausola contrattuale che, prevedendo l'applicabilità al contratto di una legislazione di un Paese extracomunitario, abbia l'effetto di privare il consumatore della protezione assicurata dal presente paragrafo, laddove il contratto presenti uno stretto collegamento con il territorio di uno Stato membro dell'Unione europea.

(176) Comma così corretto da Comunicato 3 gennaio 2006, pubblicato nella G.U. 3 gennaio 2006, n. 2.

Art. 135. Tutela in base ad altre disposizioni

In vigore dal 23 ottobre 2005

1. Le disposizioni del presente capo non escludono né 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 (177) (178)

In vigore dal 23 ottobre 2005

1. E' 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. (179)
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. E' compito del Consiglio:
 - a) esprimere pareri, ove richiesto, sugli schemi di atti normativi che riguardino i diritti e gli interessi dei consumatori e degli utenti;
 - b) formulare proposte in materia di tutela dei consumatori e degli utenti, anche in riferimento ai programmi e alle politiche comunitarie;
 - c) promuovere studi, ricerche e conferenze sui problemi del consumo e sui diritti dei consumatori e degli utenti, ed il controllo della qualità e della sicurezza dei prodotti e dei servizi;

- d) elaborare programmi per la diffusione delle informazioni presso i consumatori e gli utenti;
- e) favorire iniziative volte a promuovere il potenziamento dell'accesso dei consumatori e degli utenti ai mezzi di giustizia previsti per la soluzione delle controversie;
- f) favorire ogni forma di raccordo e coordinamento tra le politiche nazionali e regionali in materia di tutela dei consumatori e degli utenti, assumendo anche iniziative dirette a promuovere la più ampia rappresentanza degli interessi dei consumatori e degli utenti nell'ambito delle autonomie locali. 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.

(177) Nel presente provvedimento ogni riferimento al Ministero o Ministro delle attività produttive deve intendersi riferito al Ministero o al Ministro dello sviluppo economico, ai sensi di quanto disposto dall'art. 20, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(178) Vedi, anche, gli articoli 8, 9 e 10, D.P.R. 14 maggio 2007, n. 78, il comma 3 dell'art. 30-octies, D.Lgs. 13 agosto 2010, n. 141 - aggiunto dal comma 1 dell'art. 1, D.Lgs. 11 aprile 2011, n. 64 - e il comma 2 dell'art. 46, D.L. 9 febbraio 2012, n. 5.

(179) Per il rinnovo del Consiglio Nazionale dei consumatori e degli utenti (C.N.C.u.) vedi, per il triennio 2012-2015, il D.P.C.M. 12 luglio 2012.

Art. 137. Elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale (180) (181)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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. (183)

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. (182)

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.

(180) Nel presente provvedimento ogni riferimento al Ministero o Ministro delle attività produttive deve intendersi riferito al Ministero o al Ministro dello sviluppo economico, ai sensi di quanto disposto dall'art. 20, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(181) Vedi, anche, la lettera d) del comma 1 dell'art. 10-sexies, D.L. 30 dicembre 2009, n. 194, convertito, con modificazioni, dalla L. 26 febbraio 2010, n. 25.

(182) Per l'aggiornamento dell'elenco delle associazioni dei consumatori e utenti, di cui al presente comma, vedi:

- l'art. unico, Decreto 2 dicembre 2005;
- l'art. unico, Decreto 27 novembre 2006;
- l'art. unico, Decreto 14 febbraio 2008;
- l'art. unico, Decreto 31 luglio 2008;
- l'art. unico, Decreto 5 novembre 2008;
- l'art. unico, Decreto 21 dicembre 2009;
- l'art. unico, Decreto 17 dicembre 2010;
- l'art. unico, Decreto 14 dicembre 2011.

(183) In attuazione di quanto disposto dal presente comma vedi il D.M. 21 dicembre 2012, n. 260.

Art. 138. Agevolazioni e contributi (184)

In vigore dal 23 ottobre 2005

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.

(184) Per particolari disposizioni relative ai contributi per l'anno 2009, vedi l'art. 10-sexies, comma 1, lett. d), D.L. 30 dicembre 2009, n. 194, convertito, con modificazioni, dalla L. 26 febbraio 2010, n. 25.

Titolo II

ACCESSO ALLA GIUSTIZIA (185)

Art. 139. Legittimazione ad agire (189)

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. 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, nonché dalle seguenti disposizioni legislative (186):

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 (187);

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;

b-bis) decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59, recante attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno. (188)

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.

(185) Rubrica così sostituita dall'art. 2, comma 449, L. 24 dicembre 2007, n. 244.

Tale disposizione diventa efficace:

- a decorrere dal 29 giugno 2008, ai sensi di quanto disposto dal comma 447 del predetto art. 2, L. 244/2007;

- a decorrere dal 1° gennaio 2009, ai sensi di quanto disposto dal medesimo art. 2, comma 447, L. 244/2007, come modificato dall'art. 36, comma 1, D.L. 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla L. 6 agosto 2008, n. 133;

- a decorrere dal 1° luglio 2009, ai sensi di quanto disposto dal medesimo art. 2, comma 447, L. 244/2007, come modificato dall' art. 19, comma 1, D.L. 30 dicembre 2008, n. 207, convertito, con modificazioni, dalla L. 27 febbraio 2009, n. 14.

- a decorrere dal 1° gennaio 2010, ai sensi di quanto disposto dal medesimo art. 2, comma 447, L. 244/2007, come modificato dal D.L. 1° luglio 2009, n. 78, convertito, con modificazioni, dalla L. 3 agosto 2009, n. 102.

Precedentemente, il testo della rubrica era il seguente: "Le azioni inibitorie e l'accesso alla giustizia".

(186) Alinea così modificato dall'art. 16, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(187) Lettera così modificata dall'art. 16, comma 2, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(188) Lettera aggiunta dall'art. 85, comma 5-bis, D.Lgs. 26 marzo 2010, n. 59, come inserito dall'art. 20, comma 1, lett. e), D.Lgs. 14 agosto 2012, n. 147.

(189) Vedi, anche, l'art. 2, D.Lgs. 20 dicembre 2009, n. 198.

Art. 140. Procedura (192) (193)

In vigore dal 8 dicembre 2011

1. I soggetti di cui all'articolo 139 sono legittimati nei casi ivi previsti ad agire a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti richiedendo al tribunale (191):

- 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, nonché i soggetti di cui all'articolo 139, comma 2, possono attivare, prima del ricorso al giudice, la procedura di conciliazione dinanzi 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, nonché 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 133, comma 1, lettera c) del codice del processo amministrativo. (190)

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.

(190) Comma prima corretto da Comunicato 3 gennaio 2006, pubblicato nella G.U. 3 gennaio 2006, n. 2 e poi così sostituito dall'art. 3, comma 17-bis dell'Allegato 4 al D.Lgs. 2 luglio 2010, n. 104, come modificato dall'art. 1, comma 3, lett. a), n. 3), D.Lgs. 15 novembre 2011, n. 195.

(191) Alinea così modificato dall'art. 17, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(192) Nel presente provvedimento ogni riferimento al Ministero o Ministro delle attività produttive deve intendersi riferito al Ministero o al Ministro dello sviluppo economico, ai sensi di quanto disposto dall'art. 20, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(193) Vedi, anche, l'art. 2, D.Lgs. 20 dicembre 2009, n. 198.

Art. 140-bis Azione di classe (194) (204)

In vigore dal 25 marzo 2012

1. I diritti individuali omogenei dei consumatori e degli utenti di cui al comma 2 nonché gli interessi collettivi sono tutelabili anche attraverso l'azione di classe, secondo le previsioni del presente articolo. A tal fine ciascun componente della classe, anche mediante associazioni cui dà mandato o comitati cui partecipa, può agire per l'accertamento della responsabilità e per la condanna al risarcimento del danno e alle restituzioni. (198)

2. L'azione di classe ha per oggetto l'accertamento della responsabilità e la condanna al risarcimento del danno e alle restituzioni in favore degli utenti consumatori. L'azione tutela: (199)

a) i diritti contrattuali di una pluralità di consumatori e utenti che versano nei confronti di una stessa impresa in situazione omogenea, inclusi i diritti relativi a contratti stipulati ai sensi degli articoli 1341 e 1342 del codice civile; (196)

b) i diritti omogenei spettanti ai consumatori finali di un determinato prodotto o servizio nei confronti del relativo produttore, anche a prescindere da un diretto rapporto contrattuale; (200)

c) i diritti omogenei al ristoro del pregiudizio derivante agli stessi consumatori e utenti da pratiche commerciali scorrette o da comportamenti anticoncorrenziali. (201)

3. I consumatori e utenti che intendono avvalersi della tutela di cui al presente articolo aderiscono all'azione di classe, senza ministero di difensore anche tramite posta elettronica certificata e fax. L'adesione comporta rinuncia a ogni azione restitutoria o risarcitoria individuale fondata sul medesimo titolo, salvo quanto previsto dal comma 15. L'atto di adesione, contenente, oltre all'elezione di domicilio, l'indicazione degli elementi costitutivi del diritto fatto valere con la relativa documentazione probatoria, è depositato in cancelleria, anche tramite l'attore, nel termine di cui al comma 9, lettera b). Gli effetti sulla prescrizione ai sensi degli articoli 2943 e 2945 del codice civile decorrono dalla notificazione della domanda e, per coloro che hanno aderito successivamente, dal deposito dell'atto di adesione. (202)

4. La domanda è proposta al tribunale ordinario avente sede nel capoluogo della regione in cui ha sede l'impresa, ma per la Valle d'Aosta è competente il tribunale di Torino, per il Trentino-Alto Adige e il Friuli-Venezia Giulia è competente il tribunale di Venezia, per le Marche, l'Umbria, l'Abruzzo e il Molise è competente il tribunale di Roma e per la Basilicata e la Calabria è competente il tribunale di Napoli. Il tribunale tratta la causa in composizione collegiale. (195)

5. La domanda si propone con atto di citazione notificato anche all'ufficio del pubblico ministero presso il tribunale adito, il quale può intervenire limitatamente al giudizio di ammissibilità.

6. All'esito della prima udienza il tribunale decide con ordinanza sull'ammissibilità della domanda, ma può sospendere il giudizio quando sui fatti rilevanti ai fini del decidere è in corso un'istruttoria davanti a un'autorità indipendente ovvero un giudizio davanti al giudice amministrativo. La domanda è dichiarata inammissibile quando è manifestamente infondata, quando sussiste un conflitto di interessi ovvero quando il giudice non ravvisa l'omogeneità dei diritti individuali tutelabili ai sensi del comma 2, nonché quando il proponente non appare in grado di curare adeguatamente l'interesse della classe. (197)

7. L'ordinanza che decide sulla ammissibilità è reclamabile davanti alla corte d'appello nel termine perentorio di trenta giorni dalla sua comunicazione o notificazione se anteriore. Sul reclamo la corte d'appello decide con ordinanza in camera di consiglio non oltre quaranta giorni dal deposito del ricorso. Il reclamo dell'ordinanza ammissiva non sospende il procedimento davanti al tribunale.

8. Con l'ordinanza di inammissibilità, il giudice regola le spese, anche ai sensi dell'articolo 96 del codice di procedura civile, e ordina la più opportuna pubblicità a cura e spese del soccombente.

9. Con l'ordinanza con cui ammette l'azione il tribunale fissa termini e modalità della più opportuna pubblicità, ai fini della tempestiva adesione degli appartenenti alla classe. L'esecuzione della pubblicità è condizione di procedibilità della domanda. Con la stessa ordinanza il tribunale:

a) definisce i caratteri dei diritti individuali oggetto del giudizio, specificando i criteri in base ai quali i soggetti che chiedono di aderire sono inclusi nella classe o devono ritenersi esclusi dall'azione;

b) fissa un termine perentorio, non superiore a centoventi giorni dalla scadenza di quello per l'esecuzione della pubblicità, entro il quale gli atti di adesione, anche a mezzo dell'attore, sono depositati in cancelleria. Copia dell'ordinanza è trasmessa, a cura della cancelleria, al Ministero dello sviluppo economico che ne cura ulteriori forme di pubblicità, anche mediante la pubblicazione sul relativo sito internet.

10. E' escluso l'intervento di terzi ai sensi dell'articolo 105 del codice di procedura civile.

11. Con l'ordinanza con cui ammette l'azione il tribunale determina altresì il corso della procedura assicurando, nel rispetto del contraddittorio, l'equa, efficace e sollecita gestione del processo. Con la stessa o con successiva ordinanza, modificabile o revocabile in ogni tempo, il tribunale prescrive le misure atte a evitare indebite ripetizioni o complicazioni nella presentazione di prove o argomenti; onera le parti della pubblicità ritenuta necessaria a tutela degli aderenti; regola nel modo che ritiene più opportuno l'istruzione probatoria e disciplina ogni altra questione di rito, omissa ogni formalità non essenziale al contraddittorio.

12. Se accoglie la domanda, il tribunale pronuncia sentenza di condanna con cui liquida, ai sensi dell'articolo 1226 del codice civile, le somme definitive dovute a coloro che hanno aderito all'azione o stabilisce il criterio omogeneo di calcolo per la liquidazione di dette somme. In questo ultimo caso il giudice assegna alle parti un termine, non superiore a novanta giorni, per addivenire ad un accordo sulla liquidazione del danno. Il processo verbale dell'accordo, sottoscritto dalle parti e dal giudice, costituisce titolo esecutivo. Scaduto il termine senza che l'accordo sia stato raggiunto, il giudice, su istanza di almeno una delle parti, liquida le somme dovute ai singoli aderenti. In caso di accoglimento di un'azione di classe proposta nei confronti di gestori di servizi pubblici o di pubblica utilità, il tribunale tiene conto di quanto riconosciuto in favore degli utenti e dei consumatori danneggiati nelle relative carte dei servizi eventualmente emanate. La sentenza diviene esecutiva decorsi centottanta giorni dalla pubblicazione. I pagamenti delle somme dovute effettuati durante tale periodo sono esenti da ogni diritto e incremento, anche per gli accessori di legge maturati dopo la pubblicazione della sentenza. (203)

13. La corte d'appello, richiesta dei provvedimenti di cui all'articolo 283 del codice di procedura civile, tiene altresì conto dell'entità complessiva della somma gravante sul debitore, del numero dei creditori, nonché delle connesse difficoltà di ripetizione in caso di accoglimento del gravame. La corte può comunque disporre che, fino al passaggio in giudicato della sentenza, la somma

complessivamente dovuta dal debitore sia depositata e resti vincolata nelle forme ritenute più opportune.

14. La sentenza che definisce il giudizio fa' stato anche nei confronti degli aderenti. E' fatta salva l'azione individuale dei soggetti che non aderiscono all'azione collettiva. Non sono proponibili ulteriori azioni di classe per i medesimi fatti e nei confronti della stessa impresa dopo la scadenza del termine per l'adesione assegnato dal giudice ai sensi del comma 9. Quelle proposte entro detto termine sono riunite d'ufficio se pendenti davanti allo stesso tribunale; altrimenti il giudice successivamente adito ordina la cancellazione della causa dal ruolo, assegnando un termine perentorio non superiore a sessanta giorni per la riassunzione davanti al primo giudice.

15. Le rinunce e le transazioni intervenute tra le parti non pregiudicano i diritti degli aderenti che non vi hanno espressamente consentito. Gli stessi diritti sono fatti salvi anche nei casi di estinzione del giudizio o di chiusura anticipata del processo».

(194) Articolo inserito dall'art. 2, comma 446, L. 24 dicembre 2007, n. 244 e, successivamente, così sostituito dall'art. 49, comma 1, L. 23 luglio 2009, n. 99, tali ultime disposizioni si applicano agli illeciti compiuti successivamente alla data del 15 agosto 2009 ai sensi di quanto disposto dal comma 2 del predetto art. 49, L. 99/2009.

Tale disposizione diventa efficace:

- a decorrere dal 29 giugno 2008, ai sensi di quanto disposto dal comma 447 del predetto art. 2, L. 244/2007;

- a decorrere dal 1° gennaio 2009, ai sensi di quanto disposto dal medesimo art. 2, comma 447, L. 244/2007, come modificato dall'art. 36, comma 1, D.L. 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla L. 6 agosto 2008, n. 133;

- a decorrere dal 1° luglio 2009, ai sensi di quanto disposto dal medesimo art. 2, comma 447, L. 244/2007, come modificato dall' art. 19, comma 1, D.L. 30 dicembre 2008, n. 207, convertito, con modificazioni, dalla L. 27 febbraio 2009, n. 14;

- a decorrere dal 1° gennaio 2010, ai sensi di quanto disposto dal medesimo art. 2, comma 447, L. 244/2007, come modificato dal D.L. 1° luglio 2009, n. 78, convertito, con modificazioni, dalla L. 3 agosto 2009, n. 102.

(195) Il presente comma era stato sostituito dall'art. 2, comma 4, D.L. 24 gennaio 2012, n. 1; successivamente, tale modifica non è stata confermata dalla legge di conversione (L. 24 marzo 2012, n. 27).

(196) Lettera così modificata dall'art. 6, comma 1, lett. c), D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla L. 24 marzo 2012, n. 27.

(197) Comma così modificato dall'art. 6, comma 1, lett. g), D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla L. 24 marzo 2012, n. 27.

(198) Comma così modificato dall'art. 6, comma 1, lett. a), D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla L. 24 marzo 2012, n. 27.

(199) Alinea così modificato dall'art. 6, comma 1, lett. b), D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla L. 24 marzo 2012, n. 27.

(200) Lettera così modificata dall'art. 6, comma 1, lett. d), D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla L. 24 marzo 2012, n. 27.

(201) Lettera così modificata dall'art. 6, comma 1, lett. e), D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla L. 24 marzo 2012, n. 27.

(202) Comma così modificato dall'art. 6, comma 1, lett. f), D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla L. 24 marzo 2012, n. 27.

(203) Comma così modificato dall'art. 6, comma 1, lett. h), D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla L. 24 marzo 2012, n. 27.

(204) Vedi, anche, l'art. 2, D.Lgs. 20 dicembre 2009, n. 198 e l'art. 15, D.Lgs. 4 marzo 2010, n. 28.

Art. 141. Composizione extragiudiziale delle controversie

In vigore dal 14 dicembre 2007

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. (205)
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 4 della legge 29 dicembre 1993, n. 580, dalle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura. (206)
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.

(205) Comma così sostituito dall'art. 18, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(206) Comma così modificato dall'art. 18, comma 2, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

Parte VI

DISPOSIZIONI FINALI

Art. 142. Modifiche al codice civile

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

Art. 143. Irrinunciabilità dei diritti

In vigore dal 23 ottobre 2005

1. I diritti attribuiti al consumatore dal codice sono irrinunciabili. E' 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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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. 144-bis. Cooperazione tra le autorità nazionali per la tutela dei consumatori (207)

In vigore dal 29 luglio 2009

1. Il Ministero dello sviluppo economico, salve le disposizioni in materia bancaria, finanziaria, assicurativa e di sistemi di pagamento e le competenze delle autorità indipendenti di settore, che continuano a svolgere le funzioni di autorità competente ai sensi dell' articolo 3, lettera c), del regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 ottobre 2004, nonché le disposizioni vigenti nelle ulteriori materie per le quali è prevista la competenza di altre autorità nazionali, svolge le funzioni di autorità competente, ai sensi del medesimo articolo 3, lettera c), del citato regolamento (CE) n. 2006/2004, in materia di:

- a) servizi turistici, di cui alla parte III, titolo IV, capo II; (208)
- b) clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori, di cui alla parte III, titolo I; (208)
- c) garanzia nella vendita dei beni di consumo, di cui alla parte IV, titolo III, capo I;
- d) credito al consumo, di cui alla parte III, titolo II, capo II, sezione I;
- e) commercio elettronico, di cui alla parte III, titolo III, capo II;
- f) contratti negoziati fuori dai locali commerciali, di cui alla parte III, titolo III, capo I, sezione I; (208)
- g) contratti a distanza, di cui alla parte III, titolo III, capo I, sezione II; (208)
- h) contratti relativi all'acquisizione di un diritto di godimento ripartito di beni immobili, di cui alla parte III, titolo IV, capo I. (209)

2. Il Ministero dello sviluppo economico esercita tutti i poteri di cui al citato regolamento (CE) n. 2006/2004, nelle materie di cui al comma 1, anche con riferimento alle infrazioni lesive degli interessi collettivi dei consumatori in ambito nazionale.

3. Per lo svolgimento dei compiti di cui ai commi 1 e 2, il Ministero dello sviluppo economico può avvalersi delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, nonché del Corpo della Guardia di finanza che agisce con i poteri ad esso attribuiti per l'accertamento dell'imposta sul valore aggiunto e delle imposte sui redditi. Può inoltre definire forme di collaborazione con altre pubbliche amministrazioni. Limitatamente ai poteri di cui all' articolo 139, può avvalersi delle associazioni dei consumatori e degli utenti di cui all' articolo 137.

4. Ferme restando la disciplina sanzionatoria in materia di indicazione dei prezzi di cui all'articolo 17 del presente codice e le disposizioni di cui all' articolo 22, comma 3, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, ai fini dell'applicazione del regolamento (CE) n. 2006/2004 il Ministero dello sviluppo economico, per lo svolgimento delle funzioni di cui al comma 1, può avvalersi, in particolare, dei comuni.

5. Le procedure istruttorie relative ai poteri di cui al comma 2, nonché relativamente all'applicazione delle sanzioni di cui ai commi 6 e 7, sono stabilite con regolamento emanato ai

sensi dell' articolo 17, comma 1, lettera d), della legge 23 agosto 1988, n. 400, in modo da garantire il contraddittorio, la piena cognizione degli atti e la verbalizzazione.

6. Nei casi di rifiuto, omissione o ritardo, senza giustificato motivo, di esibire i documenti o di fornire le informazioni richieste, nell'ambito delle proprie competenze, dal Ministero dello sviluppo economico, riguardanti fattispecie di infrazioni nazionali o intracomunitarie, nonché nel caso in cui siano esibiti documenti o fornite informazioni non veritiere, si applicano le sanzioni di cui all' articolo 27, comma 4.

7. Nei casi di inottemperanza ad impegni assunti nei confronti del Ministero dello sviluppo economico dai soggetti interessati, per porre fine a infrazioni nazionali o intracomunitarie, si applicano le sanzioni di cui all' articolo 27, comma 12.

8. Ai sensi degli articoli 3, lettera c), e 4, del citato regolamento (CE) n. 2006/2004, in materia di pratiche commerciali scorrette di cui alla parte II, titolo III, si applicano le disposizioni di cui all'articolo 27, commi 1 e 2, in relazione alle funzioni di autorità competente attribuite all'Autorità garante della concorrenza e del mercato. Per i profili sanzionatori, nell'ambito delle proprie competenze, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato provvede ai sensi dell' articolo 27.

9. Il Ministero dello sviluppo economico designa l'ufficio unico di collegamento responsabile dell'applicazione del citato regolamento (CE) n. 2006/2004.

(207) Articolo inserito dall'art. 19, comma 1, legge 6 febbraio 2007, n. 13 e poi così sostituito dall'art. 22, comma 1, lett. b), L. 7 luglio 2009, n. 88. Vedi, anche, il comma 2 dello stesso art. 22, L. n. 88/2009.

(208) Per la soppressione della presente lettera vedi l' art. 1, comma 5, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

(209) Per la modifica della presente lettera vedi l' art. 1, comma 5, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Art. 145. Competenze delle regioni e delle province autonome

In vigore dal 23 ottobre 2005

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

1. Dalla data di entrata in vigore del presente codice sono abrogati:

- 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;
- 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;
- 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;
- 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;
- 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»;
- 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;
- 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;
- 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;
- 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;
- 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;
- 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;
- 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) il decreto legislativo 21 maggio 2004, n. 172, recante attuazione della direttiva 2001/95/CE, relativa alla sicurezza generale dei prodotti;
- 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;
- 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;
- 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;
- s) gli articoli 1519-bis, 1519-ter, 1519-quater, 1519-quinquies, 1519-sexies, 1519-septies, 1519-octies e 1519-nonies del codice civile;
- 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:

- 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;
- 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;
- 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;
- d) il decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 115, recante attuazione della direttiva 92/59/CEE, relativa alla sicurezza generale dei prodotti.

Allegato I (210) (211)

In vigore dal 14 dicembre 2007

[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 società 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.]

(210) Allegato abrogato dall'art. 19, comma 1, D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221.

(211) Per il nuovo inserimento del presente allegato vedi l' art. 1, comma 2, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, a decorrere dal 13 giugno 2014, ai sensi di quanto disposto dall' art. 2, comma 1 del medesimo D.Lgs. n. 21/2014.

Allegato II

(previsto dall'articolo 107, comma 3)

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

In vigore dal 23 ottobre 2005

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. E' fatto obbligo a chiunque spetti di osservarlo e di farlo osservare.

Allegato II-bis

(di cui all'articolo 71, comma 1, e all'articolo 73, commi 3, lettera b), e 4) (212)

In vigore dal 21 giugno 2011

FORMULARIO INFORMATIVO PER I CONTRATTI DI MULTIPROPRIETÀ

Parte 1:

Identità, luogo di residenza e stato giuridico dell'operatore o degli operatori che saranno parti del contratto:

Breve descrizione del prodotto (ad esempio descrizione del bene immobile):

Natura e contenuto esatti del diritto o dei diritti:

Indicazione precisa del periodo entro il quale può essere esercitato il diritto oggetto del contratto ed eventualmente la sua durata:

Data a partire dalla quale il consumatore potrà esercitare il diritto oggetto del contratto:

Se il contratto riguarda un bene immobile specifico in costruzione, data in cui l'alloggio e i servizi/le strutture saranno completati/disponibili:

Prezzo che il consumatore deve corrispondere per l'acquisizione del diritto o dei diritti:

Breve descrizione dei costi supplementari obbligatori imposti dal contratto; tipo di costi e indicazione degli importi (ad esempio quote annuali, altre quote ricorrenti, prelievi speciali, imposte locali):

Sintesi dei servizi fondamentali a disposizione del consumatore (ad esempio elettricità, acqua, manutenzione, raccolta di rifiuti) e indicazione dell'importo che il consumatore deve pagare per tali servizi:

Sintesi delle strutture a disposizione del consumatore (ad esempio piscina o sauna):

Tali strutture sono incluse nei costi indicati in precedenza?

In caso negativo, specificare quelli inclusi e quelli a pagamento:

È possibile aderire ad un sistema di scambio?

In caso affermativo, specificare il nome del sistema di scambio:

Indicazione dei costi di affiliazione/scambio:

L'operatore ha sottoscritto uno o più codici di condotta? In caso affermativo, dove possono essere reperiti?

Parte 2:

Informazioni generali:

Il consumatore ha il diritto di recedere dal contratto, senza indicarne le ragioni, entro quattordici giorni di calendario a decorrere dalla conclusione del contratto o di qualsiasi contratto preliminare vincolante ovvero dalla data di ricezione di tali contratti se posteriore.

Durante il periodo di recesso è vietato qualsiasi versamento di denaro a titolo di acconto da parte del consumatore. Il divieto riguarda qualsiasi onere, incluso il pagamento, la prestazione di garanzie, l'accantonamento di denaro sotto forma di deposito bancario, il riconoscimento esplicito di debito, ecc., e comprende non solo il pagamento a favore dell'operatore, bensì anche di terzi.

Il consumatore non dovrà sostenere costi od obblighi diversi da quelli stabiliti nel contratto.

In conformità del diritto internazionale privato, il contratto può essere disciplinato da una legge diversa da quella dello Stato membro di residenza o domicilio abituale del consumatore e le eventuali controversie possono essere deferite ad organi giurisdizionali diversi da quelli dello Stato membro di residenza o domicilio abituale del consumatore.

Firma del consumatore:

Parte 3:

Informazioni supplementari cui ha diritto il consumatore e indicazioni specifiche per poterle ottenere (ad esempio indicazione del capitolo di un opuscolo generale) se non fornite in appresso:

1) INFORMAZIONI IN MERITO AI DIRITTI ACQUISITI

Condizioni poste a disciplina dell'esercizio del diritto oggetto del contratto sul territorio dello Stato membro o degli Stati membri in cui il bene o i beni interessati sono situati, indicazione se tali condizioni siano state rispettate o meno e, in caso negativo, quali condizioni debbano ancora essere rispettate, qualora il contratto conferisca il diritto ad occupare un alloggio da selezionare tra una serie di alloggi, informazioni sulle restrizioni alle possibilità del consumatore di occupare in qualsiasi momento uno di questi alloggi.

2) INFORMAZIONI SUI BENI

Se il contratto riguarda un bene immobile specifico, la descrizione accurata e dettagliata di tale bene e della sua ubicazione; se il contratto riguarda una serie di beni (multilocalità), la descrizione appropriata dei beni e della loro ubicazione; se il contratto riguarda una sistemazione diversa da quella in un bene immobile, la descrizione appropriata della sistemazione e delle strutture,

servizi (ad esempio elettricità, acqua, manutenzione, raccolta di rifiuti) cui il consumatore ha o avrà accesso e relative condizioni,

eventuali strutture comuni, quali piscina, sauna, ecc., cui il consumatore ha o potrà avere accesso e relative condizioni.

3) NORME AGGIUNTIVE RIGUARDANTI GLI ALLOGGI IN COSTRUZIONE (ove applicabile)

Stato di completamento dell'alloggio e dei servizi che lo rendono pienamente fruibile (gas, elettricità, acqua e collegamenti telefonici) e qualsiasi struttura cui il consumatore avrà accesso,

termine di completamento dell'alloggio e dei servizi che lo rendono pienamente fruibile (gas, elettricità, acqua e collegamenti telefonici) e una stima ragionevole del termine di completamento di qualsiasi struttura cui il consumatore avrà accesso,

numero della licenza edilizia e nome e indirizzo completi dell'autorità o delle autorità competenti,

garanzia quanto al completamento dell'alloggio o al rimborso di ogni pagamento effettuato qualora l'alloggio non sia completato ed eventuali condizioni che disciplinano il funzionamento di tali garanzie.

4) INFORMAZIONI SUI COSTI

Descrizione accurata e appropriata di tutti i costi connessi al contratto di multiproprietà; di come tali costi saranno ripartiti fra i consumatori e di come e quando tali costi possano aumentare; il metodo di calcolo dell'ammontare delle spese relative all'occupazione del bene, le spese obbligatorie (ad esempio imposte e tasse) e le spese amministrative generali (ad esempio per gestione, manutenzione e riparazioni),

eventuali informazioni relative a spese, ipoteche, privilegi o altri gravami registrati sul bene.

5) INFORMAZIONI SULLA RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

Eventuali informazioni sulle disposizioni per la risoluzione di contratti accessori e sulle conseguenze di tale risoluzione,

condizioni di risoluzione del contratto, relative conseguenze e informazioni su qualsiasi responsabilità del consumatore per eventuali costi derivanti dalla risoluzione stessa.

6) INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI

Informazioni sulle modalità con cui sono organizzate la manutenzione e le riparazioni del bene e l'amministrazione e gestione dello stesso, specificando se e come i consumatori possono influire e partecipare alle decisioni in materia,

informazioni sulla possibilità o meno di aderire a un sistema per la rivendita dei diritti contrattuali, informazioni sul sistema pertinente e indicazione dei costi connessi con la rivendita mediante tale sistema,

indicazione della lingua o delle lingue che si possono usare per le comunicazioni con l'operatore per quanto riguarda il contratto, ad esempio in relazione alle decisioni gestionali, all'aumento dei costi e al trattamento di richieste e reclami,

eventuale possibilità di risoluzione extragiudiziale delle controversie.

Conferma della ricezione delle informazioni.

Firma del consumatore.

(212) Allegato aggiunto dall' art. 2, comma 2, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Allegato II-ter

(di cui all'articolo 71, comma 1, lettera b), e all'articolo 73, commi 3, lettera b), e 4) (213)

In vigore dal 21 giugno 2011

FORMULARIO INFORMATIVO PER I CONTRATTI RELATIVI A PRODOTTI PER LE VACANZE DI LUNGO TERMINE

Parte 1:

Identità, luogo di residenza e stato giuridico dell'operatore o degli operatori che saranno parti del contratto.

Breve descrizione del prodotto.

Natura e contenuto esatti del diritto o dei diritti.

Indicazione precisa del periodo entro il quale può essere esercitato il diritto oggetto del contratto ed eventualmente la durata del regime instaurato.

Data a partire dalla quale il consumatore potrà esercitare il diritto oggetto del contratto.

Prezzo che il consumatore deve corrispondere per l'acquisizione del diritto o dei diritti, inclusi i costi ricorrenti che il consumatore dovrà presumibilmente sostenere in conseguenza del suo diritto di ottenere accesso all'alloggio, del viaggio e di qualsiasi altro prodotto o servizio connesso come specificato.

Piano di pagamento scaglionato che stabilisce le rate di pari importo per ciascun anno di durata del contratto per il prezzo in questione e date in cui devono essere versate.

Dopo il primo anno, gli importi successivi possono essere adeguati per assicurare che sia mantenuto il valore reale di tali rate, ad esempio per tenere conto dell'inflazione.

Breve descrizione dei costi supplementari obbligatori imposti dal contratto; tipo di costi e indicazione degli importi (ad esempio quote annuali di affiliazione).

Sintesi dei servizi fondamentali a disposizione del consumatore (ad esempio soggiorni in albergo e voli scontati).

Sono inclusi nei costi indicati in precedenza?

In caso negativo, specificare quelli inclusi e quelli a pagamento (ad esempio soggiorno di tre notti incluso nella quota annuale di affiliazione; qualsiasi altra sistemazione deve essere pagata a parte).

L'operatore ha sottoscritto uno o più codici di condotta? In caso affermativo, dove possono essere reperiti?

Parte 2:

Informazioni generali:

Il consumatore ha il diritto di recedere dal contratto, senza indicarne le ragioni, entro quattordici giorni di calendario a decorrere dalla conclusione del contratto o di qualsiasi contratto preliminare vincolante ovvero dalla data di ricezione di tali contratti se posteriore.

Durante il periodo di recesso è vietato qualsiasi versamento di denaro a titolo di acconto da parte del consumatore. Il divieto riguarda qualsiasi onere, incluso il pagamento, la prestazione di garanzie, l'accantonamento di denaro sotto forma di deposito bancario, il riconoscimento esplicito di debito, ecc., e comprende non solo il pagamento a favore dell'operatore, bensì anche di terzi.

Il consumatore ha il diritto di porre fine al contratto senza incorrere in penali dando preavviso all'operatore entro quattordici giorni di calendario dalla ricezione della richiesta di pagamento per ciascuna rata annuale.

Il consumatore non dovrà sostenere spese od obblighi diversi da quelli specificati nel contratto.

In conformità del diritto internazionale privato, il contratto può essere disciplinato da una legge diversa da quella dello Stato membro di residenza o domicilio abituale del consumatore e le eventuali controversie possono essere deferite ad organi giurisdizionali diversi da quelli dello Stato membro di residenza o domicilio abituale del consumatore.

Firma del consumatore.

Parte 3:

Informazioni supplementari cui ha diritto il consumatore e indicazioni specifiche per poterle ottenere (ad esempio indicazione del capitolo di un opuscolo generale) se non fornite in appresso:

1) INFORMAZIONI SUI DIRITTI ACQUISITI

Descrizione appropriata e corretta degli sconti disponibili per future prenotazioni, illustrata con una serie di esempi di offerte recenti,

informazioni sulle restrizioni alla possibilità del consumatore di godere dei diritti, quali la disponibilità limitata o le offerte proposte in base all'ordine di arrivo o i termini previsti per promozioni particolari e sconti speciali.

2) INFORMAZIONI SULLA RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

Eventuali informazioni sulle modalità per la risoluzione di contratti accessori e sulle conseguenze di tale risoluzione,

condizioni di risoluzione del contratto, relative conseguenze e informazioni su qualsiasi responsabilità del consumatore per eventuali costi derivanti dalla risoluzione stessa.

3) INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI

Indicazione della lingua o delle lingue che possono essere utilizzate per le comunicazioni con l'operatore per quanto riguarda il contratto, ad esempio in relazione al trattamento di richieste e reclami,

eventuale possibilità di risoluzione extragiudiziale delle controversie.

Conferma della ricezione delle informazioni.

Firma del consumatore.

(213) Allegato aggiunto dall' art. 2, comma 2, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Allegato II-quater

(di cui all'articolo 71, comma 1, lettera c), e all'articolo 73, commi 3, lettera b) e 4) (214)

In vigore dal 21 giugno 2011

FORMULARIO INFORMATIVO PER I CONTRATTI DI RIVENDITA

Parte 1:

Identità, luogo di residenza e stato giuridico dell'operatore o degli operatori che saranno parti del contratto.

Breve descrizione dei servizi (ad esempio commercializzazione).

Durata del contratto.

Prezzo che il consumatore deve corrispondere per l'acquisto dei servizi.

Breve descrizione dei costi supplementari obbligatori imposti dal contratto; tipo di costi e indicazione degli importi (ad esempio imposte locali, parcelle notarili, costi inerenti alla pubblicità).

L'operatore ha sottoscritto uno o più codici di condotta? In caso affermativo, dove possono essere reperiti?

Parte 2:

Informazioni generali:

Il consumatore ha il diritto di recedere dal contratto, senza indicarne le ragioni, entro quattordici giorni di calendario a decorrere dalla conclusione del contratto o di qualsiasi contratto preliminare vincolante ovvero dalla data di ricezione di tali contratti se posteriore.

È vietato qualsiasi versamento di denaro a titolo di acconto da parte del consumatore fino al momento in cui la vendita abbia effettivamente avuto luogo o sia stata altrimenti posta fine al

contratto di rivendita. Il divieto riguarda qualsiasi onere, incluso il pagamento, la prestazione di garanzie, l'accantonamento di denaro sotto forma di deposito bancario, il riconoscimento esplicito di debito, ecc., e comprende non solo il pagamento a favore dell'operatore, bensì anche di terzi.

Il consumatore non dovrà sostenere costi od obblighi diversi da quelli specificati nel contratto.

In conformità del diritto internazionale privato, il contratto può essere disciplinato da una legge diversa da quella dello Stato membro di residenza o domicilio abituale del consumatore e le eventuali controversie possono essere deferite ad organi giurisdizionali diversi da quelli dello Stato membro di residenza o domicilio abituale del consumatore.

Firma del consumatore.

Parte 3:

Informazioni supplementari cui ha diritto il consumatore e indicazioni specifiche per poterle ottenere (ad esempio indicazione del capitolo di un opuscolo generale) se non fornite in appresso:

condizioni di risoluzione del contratto, relative conseguenze e informazioni su qualsiasi responsabilità del consumatore per eventuali costi derivanti dalla risoluzione stessa,

indicazione della lingua o delle lingue che possono essere utilizzate per le comunicazioni con l'operatore per quanto riguarda il contratto, ad esempio in relazione al trattamento di richieste e reclami,

eventuale possibilità di risoluzione extragiudiziale delle controversie.

Conferma della ricezione delle informazioni.

Firma del consumatore.

(214) Allegato aggiunto dall' art. 2, comma 2, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Allegato II-quinquies

(di cui all'articolo 71, comma 1, lettera d), e all'articolo 73, commi 3, lettera b), e 4) (215)

In vigore dal 21 giugno 2011

FORMULARIO INFORMATIVO PER I CONTRATTI DI SCAMBIO

Parte 1:

Identità, luogo di residenza e stato giuridico dell'operatore o degli operatori che saranno parti del contratto:

Breve descrizione del prodotto.

Natura e contenuto esatti del diritto o dei diritti.

Indicazione precisa del periodo entro il quale può essere esercitato il diritto oggetto del contratto ed eventualmente la durata del regime instaurato.

Data a partire dalla quale il consumatore potrà esercitare il diritto oggetto del contratto.

Prezzo che il consumatore deve corrispondere per lo scambio delle quote di affiliazione.

Breve descrizione dei costi supplementari obbligatori imposti dal contratto; tipo dei costi e indicazione degli importi (ad esempio quote di rinnovo, altre quote ricorrenti, prelievi speciali, imposte locali).

Sintesi dei servizi fondamentali a disposizione del consumatore.

Sono inclusi nei costi indicati in precedenza?

In caso contrario, specificare quelli inclusi e quelli a pagamento (tipologia dei costi e indicazione degli importi; ad esempio una stima del prezzo dovuto per singole operazioni di scambio, comprese eventuali spese aggiuntive).

L'operatore ha sottoscritto uno o più codici di condotta? In caso affermativo, dove possono essere reperiti?

Parte 2:

Informazioni generali:

Il consumatore ha il diritto di recedere dal contratto, senza indicarne le ragioni, entro quattordici giorni di calendario a decorrere dalla conclusione del contratto o di qualsiasi contratto preliminare vincolante ovvero dalla data di ricezione di tali contratti se posteriore. Nel caso in cui il contratto di scambio sia offerto congiuntamente e contestualmente al contratto di multiproprietà, ai due contratti si applica un unico periodo di recesso.

Durante il periodo di recesso è vietato qualsiasi versamento di denaro a titolo di acconto da parte del consumatore. Il divieto riguarda qualsiasi onere, incluso il pagamento, la prestazione di garanzie, l'accantonamento di denaro sotto forma di deposito bancario, il riconoscimento esplicito di debito, ecc., e comprende non solo il pagamento a favore dell'operatore, bensì anche di terzi.

Il consumatore non dovrà sostenere costi od obblighi diversi da quelli specificati nel contratto.

In conformità del diritto internazionale privato, il contratto può essere disciplinato da una legge diversa da quella dello Stato membro di residenza o domicilio abituale del consumatore e le eventuali controversie possono essere deferite ad organi giurisdizionali diversi da quelli dello Stato membro di residenza o domicilio abituale del consumatore.

Firma del consumatore.

Parte 3:

Informazioni supplementari cui ha diritto il consumatore e indicazioni specifiche per poterle ottenere (ad esempio indicazione del capitolo di un opuscolo generale) se non fornite in appresso:

1) INFORMAZIONI SUI DIRITTI ACQUISITI

Spiegazione del funzionamento del sistema di scambio; possibilità e modalità di scambio; indicazione del valore attribuito alla multiproprietà del consumatore nel sistema di scambio; serie di esempi di possibilità concrete di scambio,

indicazione del numero di località disponibili e numero degli aderenti al sistema di scambio, comprese eventuali limitazioni quanto alla disponibilità di alloggi particolari scelti dal consumatore, ad esempio a motivo di periodi di picco della domanda, eventuale necessità di prenotare con molto anticipo, nonché indicazioni di eventuali restrizioni dei diritti di multiproprietà del consumatore previsti dal sistema di scambio.

2) INFORMAZIONI SUI BENI

Descrizione breve e appropriata dei beni e della loro ubicazione; se il contratto riguarda un alloggio diverso dai beni immobili, descrizione appropriata dell'alloggio e delle strutture; indicazione di dove il consumatore può ottenere informazioni supplementari.

3) INFORMAZIONI SUI COSTI

Informazioni sull'obbligo dell'operatore di fornire per ogni scambio proposto, prima di organizzare lo scambio stesso, dettagli in merito a qualsiasi costo aggiuntivo a carico del consumatore in relazione allo scambio.

4) INFORMAZIONI SULLA RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

Eventuali informazioni sulle disposizioni per la risoluzione di contratti accessori e sulle conseguenze di tale risoluzione,

condizioni di risoluzione del contratto, relative conseguenze e informazioni su qualsiasi responsabilità del consumatore per eventuali costi derivanti dalla risoluzione stessa.

5) INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI

Indicazione della lingua o delle lingue che possono essere utilizzate per le comunicazioni con l'operatore per quanto riguarda il contratto, ad esempio in relazione al trattamento di richieste e reclami,

eventuale possibilità di risoluzione extragiudiziale delle controversie.

Conferma della ricezione delle informazioni.

Firma del consumatore.

(215) Allegato aggiunto dall' art. 2, comma 2, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.

Allegato II-sexies

(di cui all'articolo 72, comma 6, e all'articolo 74, comma 2) (216)

In vigore dal 21 giugno 2011

FORMULARIO SEPARATO PER FACILITARE IL DIRITTO DI RECESSO

Diritto di recesso

Il consumatore ha il diritto di recedere dal contratto, senza indicarne le ragioni, entro quattordici giorni di calendario.

Il diritto di recesso ha inizio a decorrere dal ... (da compilare a cura dell'operatore prima di trasmettere il formulario al consumatore).

Qualora il consumatore non abbia ricevuto il presente formulario, il periodo di recesso ha inizio una volta che il consumatore l'abbia ricevuto, ma scade in ogni caso dopo un anno e quattordici giorni di calendario.

Qualora il consumatore non abbia ricevuto tutte le informazioni richieste, il periodo di recesso ha inizio una volta che il consumatore le abbia ricevute, ma scade in ogni caso dopo tre mesi e quattordici giorni di calendario.

Al fine di esercitare il diritto di recesso, il consumatore comunica la propria decisione all'operatore usando il nome e l'indirizzo sotto indicati su supporto durevole (ad esempio lettera scritta inviata per posta o messaggio di posta elettronica). Il consumatore può utilizzare il formulario in appresso, ma non è obbligato a farlo.

Qualora il consumatore eserciti il diritto di recesso, non gli viene imputato alcun costo.

Oltre al diritto di recesso, norme del diritto dei contratti nazionale possono prevedere il diritto del consumatore, ad esempio, di porre fine al contratto in caso di omissione di informazioni.

Divieto di acconti.

Durante il periodo di recesso, è vietato qualsiasi versamento di denaro a titolo di acconto da parte del consumatore. Tale divieto riguarda qualsiasi onere, inclusi i pagamenti, la prestazione di garanzie, l'accantonamento di denaro sotto forma di deposito bancario, il riconoscimento esplicito di debito, ecc.

Tale divieto include non soltanto i pagamenti a favore dell'operatore, ma anche di terzi.

Notifica di recesso

A (nome e indirizzo dell'operatore) (*)

Il/I (**) sottoscritto/i comunica/no con la presente di recedere dal contratto

Data di conclusione del contratto (*)

Nome del consumatore/dei consumatori (***)

Indirizzo del consumatore/dei consumatori (***)

Firma del consumatore/dei consumatori (solo se il presente formulario è inviato su carta) (***)

Data (***)

(*) Da compilare a cura dell'operatore prima di trasmettere il formulario al consumatore

(**) Cancellare la dicitura inutile

(***) Da compilare a cura del consumatore/dei consumatori nel caso in cui sia utilizzato il presente formulario per recedere dal contratto

Conferma della ricezione delle informazioni

Firma del consumatore

(216) Allegato aggiunto dall' art. 2, comma 2, D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.