

CAMERA DEI DEPUTATI N. 1270

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

GIORGIANNI, AMORESE, CANNATA, CARAMANNA, CIANCITTO, CONGEDO, DI MAGGIO, LANCELLOTTA, LA PORTA, LONGI, MASCARETTI, TRANCASSINI

Modifiche al codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, in materia di pratiche commerciali ingannevoli e di disciplina dei contratti

Presentata il 3 luglio 2023

ONOREVOLI COLLEGHI ! – Nell'ultimo decennio l'Italia e molte altre economie avanzate hanno visto la diffusione di pratiche commerciali e contrattuali mirate a sfruttare diversi stratagemmi per rendere difficile al consumatore notare dissimulati incrementi dei prezzi di beni di largo consumo o reagire tempestivamente a incrementi rapidi e unilaterali di prezzi addebitati per merci o servizi o, infine, tenere conto di termini di preavviso per impedire il rinnovo automatico di servizi, spesso accompagnato da aumenti dei costi.

La sgrammatura, *shrinkflation* in inglese, termine coniato sul finire degli anni 2000 per indicare l'aumento del prezzo unitario di una merce mediante contrazione della quantità nella confezione in

vendita, secondo l'ISTAT, già nel periodo 2012-2017 ha interessato in Italia ben 7.306 prodotti che hanno subito delle riduzioni di qualche tipo (quantità, qualità o dimensioni), e in 4.983 casi il prezzo ha subito addirittura un concomitante rialzo. Il consumatore in molti di questi casi non rileva facilmente l'aumento di prezzo, specie se le caratteristiche grafiche e dimensionali degli imballaggi rimangono pressoché inalterate. Parallelo alla sgrammatura e coerente con i suoi fini è poi il fenomeno del cosiddetto « *over-packaging* », in cui le dimensioni dell'imballaggio esterno di un prodotto sono considerevolmente maggiori di quanto necessario per custodirne il contenuto, in modo da dare l'impressione visiva di una maggiore quantità di prodotto. In

questo caso non solo viene assecondata una percezione ingannevole circa il prezzo unitario della merce, ma si aumentano il suo costo di produzione e il volume di imballaggio che sarà successivamente necessario smaltire, con i relativi costi per la collettività e danni per l'ambiente.

La presente proposta di legge, composta di un unico articolo, mira, al comma 1, lettera *a*), a inserire nel codice del consumo la previsione secondo cui entrambe queste pratiche sono comprese tra le azioni ingannevoli ai sensi del medesimo codice; la riduzione della grammatura non è di per sé illegale, ma lo diventa qualora il consumatore non venga adeguatamente informato della riduzione. D'altro canto, l'indicazione della grammatura può non essere sufficiente se si userà lo stesso imballaggio con contenuti di prodotto inferiori, anche fino al 30 per cento.

Il comma 1, lettera *b*), interviene sull'articolo 23 del codice del consumo, aggiungendo tra le pratiche commerciali considerate ingannevoli anche le oscillazioni di prezzo al rialzo di carattere speculativo, cioè non giustificate da reali fattori di costo. Oggi ci sono limiti stringenti in senso opposto, cioè alla vendita sottocosto, ma non è previsto nessun tetto ai rincari, il tutto a vantaggio di chi aumenta il prezzo in modo eccessivo ai danni del consumatore.

Particolare rilievo assume poi l'intervento, disposto con il comma 1, lettera *c*), su due fenomeni propri dei contratti di servizio a tempo indeterminato e di quelli a tacito rinnovo, che determinano situazioni caotiche in danno del consumatore riguardo alle variazioni di prezzo, con offerte che vengono modificate addirittura entro il primo anno dalla sottoscrizione della proposta e condizioni non perfettamente trasparenti circa il rinnovo tacito. Nel primo caso, la proposta di legge interviene per imporre che, nei contratti di servizi stipulati a tempo indeterminato, la facoltà di modificare unilateralmente il prezzo e le altre condizioni contrattuali

debba essere oggetto di una specifica clausola sottoscritta dal consumatore e possa essere esercitata dal fornitore solo per giustificato motivo e comunque mai prima di dodici mesi dalla data di prima accettazione della proposta. Trascorso questo termine, le proposte di modifica unilaterale dovranno essere comunicate espressamente e contenere la formula « proposta di modifica unilaterale del contratto » di modo da richiamare in maniera più incisiva l'attenzione del consumatore sull'oggetto della comunicazione. Inoltre, è stato previsto un preavviso minimo di novanta giorni nei quali l'eventuale recesso del consumatore sarà senza spese, potrà essere comunicato con modalità facilmente accessibili e il fornitore del servizio avrà l'obbligo di inviare conferma di ricezione della eventuale disdetta.

Nel caso dei contratti di servizi a tacito rinnovo, che spesso si realizza nel silenzio giustificato dal fatto che era indicato nel contratto originariamente accettato dal consumatore, le aziende fornitrici saranno tenute a comunicare con chiarezza il termine utile per impedire il rinnovo automatico con almeno trenta giorni di preavviso dal termine stesso, al ricorrere di ogni scadenza del periodo contrattuale, altrimenti il consumatore potrà disdire il contratto anche dopo il rinnovo, senza sostenere ulteriori spese. L'onere della prova del tempestivo avviso sarà a carico del fornitore.

Per quanto riguarda, infine, le spese di spedizione delle bollette, ultimo tema affrontato dalla presente proposta di legge, si ricorda che l'articolo 9, comma 8, del decreto legislativo n. 102 del 2014 pone a carico dell'Agenzia per l'energia elettrica, il gas e il sistema idrico il compito di assicurare che ai consumatori non vengano addebitati costi di postalizzazione. Con la lettera *d*) del comma 1 dell'articolo 1 della proposta di legge si estende tale previsione alla ricezione cartacea o su supporto durevole delle informazioni sulla fatturazione e i dati relativi ai consumi per tutti i contratti di servizi e di fornitura.

PROPOSTA DI LEGGE

Art. 1.

(Modifiche al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206)

1. Al codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, sono apportate le seguenti modificazioni:

a) all'articolo 21 sono aggiunti, in fine, i seguenti commi:

«4-ter. È considerata, altresì, scorretta la pratica commerciale in cui le dimensioni o la quantità di un prodotto sono ridotte senza una proporzionale riduzione del prezzo al dettaglio, con l'intento di aumentare i profitti.

4-quater. È considerata, altresì, scorretta la pratica commerciale i cui metodi e materiali utilizzati per imballare un prodotto superino i requisiti di contenimento, protezione, trasporto e vendita adeguati e, in ogni caso, il trenta per cento delle dimensioni stesse del prodotto »;

b) all'articolo 23, comma 1, dopo la lettera t) è inserita la seguente:

«t-bis) oscillazione del prezzo di un bene o di un servizio di natura speculativa e non giustificata da fattori economici reali in danno del consumatore; »;

c) dopo l'articolo 60 sono inseriti i seguenti:

«Art. 60-bis. – (Contratti di servizi a tempo indeterminato) – 1. Nei contratti di servizi stipulati a tempo indeterminato è convenuta, con clausola approvata specificamente dal consumatore, la facoltà di modificare unilateralmente i prezzi e le altre condizioni previste dal contratto qualora sussista un giustificato motivo.

2. Il professionista è tenuto a garantire che le variazioni contrattuali non intervengano prima del decorso di un periodo di almeno dodici mesi decorrenti dalla data di accettazione della proposta commerciale.

3. Qualunque modifica unilaterale delle condizioni contrattuali deve essere comunicata espressamente al consumatore secondo modalità contenenti in modo evidenziato la formula: “Proposta di modifica unilaterale del contratto”, con preavviso di almeno novanta giorni, in forma scritta o mediante altro supporto durevole preventivamente accettato dal consumatore.

4. La modifica si intende approvata ove il consumatore non receda dal contratto di servizio, senza oneri a proprio carico, entro la data prevista per la sua applicazione.

5. Le variazioni contrattuali che non rispettano le prescrizioni del presente articolo sono prive di efficacia.

6. Al consumatore che recede da un contratto di servizio sono messe a disposizione da parte del professionista modalità di comunicazione di disdetta semplici, facilmente accessibili e comunque non diverse o più onerose delle modalità di comunicazione utilizzate per la stipulazione del contratto, comprese le modalità telematiche.

7. È fatto obbligo al professionista, qualunque sia la modalità di comunicazione utilizzata dal consumatore, di inviare conferma della ricezione della comunicazione di recesso.

Art. 60-ter. (*Contratti di servizi a rinnovo tacito*) – 1. Nei contratti di servizi stipulati a tempo determinato con la clausola di rinnovo tacito, il professionista, entro il trentesimo giorno antecedente alla scadenza del termine utile per impedire il rinnovo automatico del contratto, informa il consumatore per iscritto, con termini chiari e comprensibili, della data entro cui è necessario effettuare la disdetta.

2. Il consumatore può recedere dal contratto, senza oneri a proprio carico, in qualsiasi momento dalla data del rinnovo in caso di inosservanza delle disposizioni di cui al comma 1 da parte del professionista.

3. L'onere della prova relativo all'adempimento degli obblighi di informazione di cui al comma 1 grava sul professionista »;

d) all'articolo 65, dopo il comma 1 è aggiunto il seguente:

« *1-bis.* Nei contratti di servizi e nei contratti di fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata, di teleriscaldamento o di contenuti o servizi digitali, in nessun caso possono essere applicati ai consumatori specifici corrispettivi per la ricezione, in formato cartaceo o su supporto durevole, delle informazioni sulla fatturazione e per l'accesso ai dati relativi ai consumi ».

PAGINA BIANCA

PAGINA BIANCA



19PDL0043730