



Migliore applicazione e modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori

Atto del Governo 9

Informazioni sugli atti di riferimento

Atto del Governo:	9	
Titolo:	Schema di decreto legislativo recante attuazione della direttiva (UE) 2019/2161 che modifica la direttiva 93/13/CEE e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori	
Norma di delega:	Articoli 1 e 4 della legge 4 agosto 2022, n. 127	
Numero di articoli:	3	
	Senato	Camera
Date:		
presentazione:	9 dicembre 2022	9 dicembre 2022
annuncio:	12 dicembre 2022	12 dicembre 2022
assegnazione:	10 dicembre 2022	10 dicembre 2022
termine per l'espressione del parere:	19 gennaio 2023	19 gennaio 2023
Commissione competente:	9ª Industria, commercio, turismo, agricoltura e produzione agroalimentare	X Attività produttive

Oggetto della delega

La legge 4 agosto 2022, n. 127 (**Legge di delegazione europea 2021**) ha delegato il Governo a recepire con decreto legislativo la **direttiva (UE) 2019/2161**, che modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori (d'ora innanzi "direttiva").

La direttiva è stata adottata a norma dell'articolo 169, paragrafo 1, e dell'articolo 169, paragrafo 2, lettera a), TFUE, che richiedono un elevato livello di protezione dei consumatori mediante misure adottate a norma dell'articolo 114 TFUE nel quadro della realizzazione del mercato interno. Il **termine** entro cui, ai sensi dell'articolo 7 della direttiva, gli Stati membri sono tenuti a adottare e pubblicare le disposizioni necessarie per conformarsi alle disposizioni ivi contenute è scaduto il **28 novembre 2021**. Il medesimo articolo 7, tuttavia, prevede che le disposizioni di recepimento della direttiva avrebbero dovuto trovare **applicazione a decorrere dal 28 maggio 2022**.

Alla luce della intervenuta scadenza del termine per il recepimento, è stata aperta la **procedura di infrazione n. 2022/0107** con la lettera di messa in mora del 27 gennaio 2022.

L'articolo 4 della legge n. 127/2022 prevede che il Governo, nell'attuazione della delega, osservi, oltre ai principi e criteri direttivi generali previsti dall'articolo 32 della legge n. 234/2012 in tema di recepimento degli atti dell'UE, specifici **principi e criteri direttivi**.

In particolare, prevede che, nell'esercizio della delega si provveda a:

- "apportare alle disposizioni del codice del consumo, di cui al [decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206](#), le modifiche e le integrazioni necessarie per il recepimento delle disposizioni contenute nella direttiva";
- "coordinare le disposizioni relative all'indicazione di prezzi, da introdurre nel codice del consumo", in attuazione delle modifiche apportate alla [direttiva 98/6/CE](#), "con le altre disposizioni vigenti in materia di indicazione di prezzi e, in particolare, con le disposizioni dell'[articolo 15 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114](#)" in tema di vendite straordinarie;
- "revisionare e adeguare l'apparato sanzionatorio amministrativo, già previsto dal codice del consumo, di cui al [decreto legislativo n. 206 del 2005](#), nelle materie oggetto della [direttiva \(UE\) 2019/2161](#), attraverso la previsione di sanzioni efficaci, dissuasive e proporzionate alla gravità delle relative violazioni";

d) "stabilire che i poteri sanzionatori di cui agli [articoli 1, 3 e 4 della direttiva \(UE\) 2019/2161](#) siano esercitati dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato anche in relazione alle fattispecie di esclusivo rilievo nazionale, cui si applicano le disposizioni del codice del consumo, di cui al [decreto legislativo n. 206 del 2005](#), fermo restando quanto previsto dall'[articolo 27, comma 1-bis, del medesimo codice](#), che, nell'attribuire all'AGCM la competenza ad intervenire nei confronti delle condotte dei professionisti che integrano una pratica commerciale scorretta anche nei settori regolati, fa salve, in tali settori, le competenze 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;

e) prevedere che il massimo edittale delle sanzioni inflitte a norma dell'[articolo 21 del regolamento \(UE\) 2017/2394 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2017](#), sia almeno pari al 4 per cento del fatturato annuo del professionista nello Stato membro o negli Stati membri interessati;

f) stabilire le specifiche modalità di indicazione del prezzo precedente in caso di riduzioni di prezzo per prodotti immessi sul mercato da meno di trenta giorni, nonché in caso di aumenti progressivi della riduzione di prezzo, ed escludere, in ogni caso, dalla disciplina della indicazione del prezzo precedente i beni che possono deteriorarsi o scadere rapidamente; prolungare altresì a trenta giorni il termine di recesso per i contratti stipulati nel contesto di visite a domicilio non richieste e di escursioni organizzate per vendere prodotti e prevedere che non si applichino, nei medesimi casi, le esclusioni del diritto di recesso.

La legge di delegazione europea 2021 stabilisce che, per le direttive il cui termine sia già scaduto alla data di entrata in vigore della stessa, ovvero scada nei tre mesi successivi, il Governo debba adottare i decreti legislativi di recepimento entro tre mesi dalla data di entrata in vigore (10 settembre 2022). Pertanto, gli atti di recepimento avrebbero dovuto essere adottati entro il 10 dicembre 2022. Lo schema di decreto legislativo in esame è stato **presentato alle Camere il 9 dicembre 2022**. La legge n. 234 del 2012 prevede che qualora il termine per l'espressione del parere parlamentare scada nei trenta giorni che precedono la scadenza dei termini di delega o successivamente, questi ultimi sono prorogati di tre mesi. Le Camere hanno dunque quaranta giorni per l'espressione del **parere**, ossia entro il **19 gennaio 2023**.

Contenuto dello schema di decreto legislativo

Lo schema di decreto legislativo si compone di tre articoli.

L'**articolo 1**, coerentemente con quanto disposto dall'articolo 4, comma 1, lett. a) della legge di delegazione europea 2021, reca le disposizioni di recepimento della direttiva apportando le necessarie modifiche al Codice del consumo di cui al [D.Lgs. n. 206/2005](#).

Annunci di riduzione di prezzo

I commi 1 e 2 modificano la Parte II, Titolo II, Capo III, Sezione I del Codice del consumo ai fini del recepimento dell'[articolo 2 della direttiva 2019/2161/UE](#) (modificativo della [direttiva 98/6/UE](#)) in tema di **annunci di riduzione di prezzo**

Il **comma 1** si limita a sostituire l'attuale rubrica della Sezione I di cui sopra ("indicazione dei prezzi per unità di misura") con la seguente: "Indicazione dei prezzi".

Il **comma 2** inserisce nel Codice del consumo l'articolo 17-*bis*, il quale prevede che ogni annuncio di riduzione di prezzo debba **indicare il prezzo precedente** applicato dal professionista per un determinato periodo di tempo prima dell'applicazione di tale riduzione.

Si ricorda che per professionista, nell'ambito del Codice del consumo, si intende qualsiasi persona fisica o giuridica che agisca nell'esercizio della propria attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale, ovvero un suo intermediario.

Di norma, per prezzo precedente si deve intendere il **prezzo più basso applicato dal professionista alla generalità dei consumatori nei trenta giorni precedenti**.

Trenta giorni è il termine minimo indicato dalla direttiva; nella relazione illustrativa allegata allo schema di decreto si afferma che è stato individuato in coerenza con quanto già avvenuto in altri Stati membri (es. Francia, Spagna e Germania) al fine di garantire certezza ed uniformità della normativa di settore a livello europeo.

Avvalendosi della facoltà data dalla direttiva agli Stati membri di stabilire norme diverse per i beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente, l'articolo 17-*bis*, comma 3 prevede che, in caso di **prodotti agricoli e alimentari deperibili**, fermo restando l'obbligo di indicare il prezzo precedente, non debba per tale intendersi il prezzo più basso applicato alla generalità dei consumatori nei trenta giorni precedenti. In tal modo è stato dato seguito anche a uno dei criteri direttivi indicati dalla legge delega.

Per prodotti agricoli e alimentari deperibili si intendono i prodotti agricoli e alimentari che per loro natura o nella fase della loro trasformazione potrebbero diventare inadatti alla vendita entro 30 giorni dalla raccolta, produzione o trasformazione. Sono altresì considerati deperibili i prodotti a base di carne che presentino una tra le seguenti caratteristiche fisico-chimiche: a^W superiore a 0,95 e pH superiore a 5,2 oppure a^W superiore a 0,91 oppure pH uguale o superiore a 4,5.

Si precisa che, per i prodotti immessi sul mercato da meno di trenta giorni, il professionista è tenuto ad indicare il periodo di tempo a cui il prezzo precedente fa riferimento.

Esercitando una facoltà prevista dalla direttiva, si dispone che non siano soggetti all'obbligo di indicazione del prezzo precedente i "prezzi di lancio", caratterizzati da successivi annunci di incremento di prezzo.

Nel caso in cui la riduzione di prezzo sia progressivamente aumentata, con le riduzioni successive alla prima è indicato il prezzo anteriore alla prima riduzione.

Si rammenta che l'articolo 4, comma 1, lettera *f*) della [legge 127/2022](#) indica come criterio direttivo la definizione delle modalità di indicazione del prezzo precedente in caso di riduzioni di prezzo per prodotti immessi sul mercato da meno di trenta giorni, nonché in caso di aumenti progressivi della riduzione di prezzo.

Lo schema di decreto in esame prevede espressamente che tali norme **si applichino anche alle vendite straordinarie, ma non alle vendite sottocosto** e precisa che il prezzo di vendita al pubblico sottocosto non rileva ai fini dell'individuazione del prezzo precedente. Sul punto, la relazione illustrativa afferma che tale previsione tiene conto delle ricadute determinabili dall'applicazione della disciplina della riduzione dei prezzi alle vendite sottocosto, che per le intrinseche specificità sono assoggettate ad una normativa di settore che prevede requisiti particolarmente stringenti anche a tutela dei consumatori. Inoltre, il professionista non potrebbe porre in essere una nuova vendita sottocosto – osserva la citata relazione illustrativa – prima del decorso del termine di trenta giorni se non applicando un prezzo ancora più basso del precedente.

Si rammenta che l'articolo 4, comma 1, lettera *b*) della [legge n. 127/2022](#) richiedeva il coordinamento delle disposizioni relative all'indicazione di prezzi con la disciplina in tema di vendite straordinarie. Si ricorda inoltre che, ai sensi dell'[articolo 15 del D.Lgs. n. 114/1998](#), per vendite straordinarie si intendono le vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione e le vendite promozionali nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti. Esse sono finalizzate all'esaurimento in breve tempo di tutte le proprie merci a seguito di cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento dell'azienda in altro locale o di trasformazione e rinnovo dei locali. Per vendite sottocosto, invece, si intendono le vendite al pubblico effettuate ad un prezzo inferiore a quello risultante dalle fatture di acquisto maggiorate dell'imposta sul valore aggiunto e di ogni altra imposta o tassa connessa alla natura del prodotto e diminuito degli eventuali sconti o contribuzioni riconducibili al prodotto medesimo purché documentati.

La violazione delle disposizioni in materia di annuncio di riduzione di prezzo è punita con una sanzione amministrativa pecuniaria da 516 a 3.098 euro, tenuto conto di eventuali sanzioni inflitte per la stessa violazione in altri Stati membri in casi transfrontalieri.

Pratiche commerciali sleali

I **commi da 3 a 7** modificano il Titolo III della Parte II del Codice del consumo (dedicato alle "pratiche commerciali, pubblicità e altre comunicazioni commerciali") al fine di recepire le modifiche alla [direttiva 2005/29/UE](#), relativa alle **pratiche commerciali sleali** delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno, contenute all'**articolo 3 della direttiva**.

Il **comma 3** integra le **definizioni** recate dall'articolo 18, comma 1, del Codice del consumo, inserito nell'ambito del titolo III. La definizione di **"prodotto"** (lettera *c*) del comma 1) viene modificata per includere esplicitamente i servizi digitali e il contenuto digitale. Vengono inoltre inserite le nuove lettere *n-bis* ed *n-ter* del comma 1 recanti, rispettivamente, la nuova definizione di **"classificazione"**, intesa come "rilevanza relativa" attribuita ai prodotti dal professionista, e di **"mercato online"**, inteso come un servizio che utilizza un *software* gestito da o per conto del professionista, che permette ai consumatori di concludere contratti a distanza con altri professionisti o consumatori.

Il **comma 4** prevede, integrando il testo dell'articolo 21 del Codice del consumo, che sia 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, anche laddove comporti una "qualsiasi attività di marketing che promuova un bene, in uno Stato membro dell'Unione, come identico a un bene commercializzato in altri Stati membri, mentre questo bene ha una composizione o caratteristiche significativamente diverse, salvo laddove ciò sia giustificato da fattori legittimi e oggettivi" (cd. "Dual Quality").

Il **comma 5**, integrando il testo dell'articolo 22 del Codice del consumo, indica come informazioni rilevanti, la cui **omissione** debba considerarsi **ingannevole**, nel caso di invito all'acquisto e salvo non risultino già evidenti dal contesto, le **modalità di pagamento, consegna ed esecuzione**, qualora siano difformi dagli obblighi imposti dalla diligenza professionale", nonché, "per i prodotti offerti su mercati online, **se il terzo che offre i prodotti è un professionista o meno**, sulla base della dichiarazione del terzo stesso al fornitore del mercato online".

Inoltre, il comma 5 prevede che, nel caso in cui sia fornita ai consumatori la possibilità di cercare prodotti offerti da professionisti diversi o da consumatori sulla base di una ricerca sotto forma di parola chiave, frase

o altri dati, indipendentemente dal luogo in cui le operazioni siano poi effettivamente concluse, siano considerate rilevanti le informazioni generali, rese disponibili in un'apposita interfaccia online che sia direttamente e facilmente accessibile dalla pagina in cui sono presentati i risultati della ricerca, in merito ai **parametri** principali che determinano la **classificazione** dei prodotti presentati al consumatore come risultato della sua ricerca e all'importanza relativa di tali parametri rispetto ad altri. Tale disposizione, si precisa, non si applica ai fornitori di motori di ricerca online.

Infine, si definiscono rilevanti le informazioni che indicano se e in che modo il professionista garantisce che le recensioni pubblicate e accessibili sui prodotti provengano da consumatori che hanno effettivamente acquistato o utilizzato il prodotto.

Il **comma 6**, integrando il testo dell'articolo 23 del Codice del consumo, prevede che siano considerate **pratiche commerciali ingannevoli**:

- fornire **risultati di ricerca** in risposta a una ricerca online del consumatore **senza** che sia chiaramente **indicato ogni eventuale annuncio pubblicitario a pagamento o pagamento specifico per ottenere una classificazione migliore dei prodotti** all'interno di tali risultati;
- **rivendere** ai consumatori **biglietti** per eventi, **se il professionista ha acquistato tali biglietti utilizzando strumenti automatizzati per eludere qualsiasi limite imposto** riguardo al numero di biglietti che una persona può acquistare o qualsiasi altra norma applicabile all'acquisto di biglietti;
- **indicare che le recensioni** di un prodotto **sono inviate da consumatori** che hanno effettivamente utilizzato o acquistato il prodotto **senza adottare misure** ragionevoli e proporzionate **per verificare** che le recensioni provengano da tali consumatori;
- **inviare o incaricare un altro soggetto di inviare recensioni** di consumatori **false** o falsi apprezzamenti o di fornire false informazioni in merito a recensioni di consumatori o ad apprezzamenti sui media sociali, al fine di promuovere prodotti.

Sistema sanzionatorio in caso di pratiche commerciali scorrette o clausole vessatorie

I **commi 7 e 8** incidono sul **sistema sanzionatorio** applicabile quando sono accertate **pratiche commerciali scorrette o clausole vessatorie**.

Il **comma 7** interviene, quindi, a modifica dell'articolo 27 del Codice del consumo.

Innanzitutto, **eleva da cinque a dieci milioni di euro il massimo** edittale della **sanzione** amministrativa pecuniaria applicabile sia in caso di **pratica commerciale scorretta**, che in caso di **inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza** (di sospensione provvisoria della pratica commerciale scorretta), **inibitori** (con cui è fatto divieto di diffusione o continuazione della pratica commerciale scorretta) o di **rimozione degli effetti**, nonché in caso di **mancato rispetto degli impegni** assunti.

Si rammenta che, ai sensi dell'articolo 27, comma 7 del Codice del consumo, salvo che nei 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.

Il comma 7 precisa, inoltre, che la determinazione della sanzione da parte dell'Autorità Garante per la Concorrenza e il Mercato debba **tener conto**, oltre che della gravità e della durata della violazione, anche **delle condizioni economiche e patrimoniali del professionista**.

Inoltre, prevede che, in caso di **infrazione "diffusa"** (a danno dei consumatori di almeno due Stati membri) o "diffusa avente una dimensione unionale" (a danno dei consumatori di almeno due terzi degli Stati membri, che insieme rappresentano almeno i due terzi della popolazione dell'Unione), in relazione alla quale sia stata avviata un'azione coordinata tra le autorità statali competenti, l'importo massimo della sanzione irrogata dall'Autorità Garante del Mercato della Concorrenza sia pari al **quattro per cento del fatturato** annuo del professionista realizzato in Italia ovvero negli Stati membri dell'Unione interessati dalla relativa violazione. Qualora le informazioni sul fatturato annuo non siano disponibili, l'importo massimo è pari a **due milioni di euro**.

Il comma 7 prevede poi che i **consumatori lesi** da pratiche commerciali sleali possano **adire il giudice ordinario** al fine di ottenere rimedi proporzionati ed effettivi, compresi il **risarcimento del danno subito** e, ove applicabile, la **riduzione del prezzo** o la **risoluzione del contratto**, tenuto conto, se del caso, della gravità e della natura della pratica commerciale sleale, del danno subito o di altre circostanze pertinenti.

Il **comma 8** reca norme di recepimento dell'**articolo 1 della direttiva**, che modifica la [direttiva 93/13/UEE](#) concernente le **clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori**.

In particolare, la disposizione integra l'articolo 37-bis del Codice del consumo, in tema di tutela amministrativa contro le clausole **vessatorie**, prevedendo che, qualora l'AGCM accerti, nei contratti stipulati con i consumatori, l'utilizzo di clausole vessatorie, la medesima autorità applichi una sanzione

amministrativa pecuniaria da **cinque mila a dieci milioni di euro**. In caso di infrazione diffusa o diffusa avente una dimensione unionale (vedi *supra*), l'importo massimo della sanzione irrogata dall'Autorità è pari al **4 per cento del fatturato annuo** del professionista realizzato in Italia ovvero negli Stati membri dell'UE interessati. Precisa poi che il pagamento delle sanzioni amministrative comminate in ragione del ricorso a clausole vessatorie deve essere effettuato **entro trenta giorni** dalla notifica del provvedimento.

I **commi 7 e 8**, ai fini della determinazione delle **sanzioni** comminabili rispettivamente in caso di **pratiche commerciali scorrette** e di **clausole vessatorie**, indica alcuni **criteri**, non esaustivi, di cui l'AGCM deve tener conto. Essi comprendono:

- la natura, gravità, entità e durata della violazione,
- le eventuali azioni intraprese dal professionista per attenuare il danno subito dai consumatori o per porvi rimedio,
- le eventuali violazioni commesse in precedenza dal professionista,
- i benefici finanziari conseguiti o le perdite evitate dal professionista in conseguenza della violazione, se noti,
- le sanzioni inflitte al professionista per la stessa violazione in altri Stati dell'UE,
- gli eventuali fattori aggravanti o attenuanti applicabili alle circostanze del caso.

Diritti dei consumatori nei contratti

I **commi da 9 a 22** recano modifiche alla disciplina dei **diritti dei consumatori nei contratti** di cui alla Parte III, Titolo III, Capo I del Codice del consumo, volte al recepimento dell'articolo 4 della direttiva, modificativa della [direttiva 2011/83/UE](#) sui diritti dei consumatori.

Il **comma 9** modifica le definizioni date all'articolo 45 ai fini dell'applicazione delle norme contenute nelle sezioni da I a IV (esclusa quindi la Sezione IV-*bis* sulla commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori) del Capo I di cui sopra, in tema di diritti dei consumatori nei contratti.

In particolare la definizione di "**beni**" è riformulata così da uniformarla a quella introdotta dal [D.Lgs. n. 170/2021](#), di recepimento della direttiva 2019/771 sui contratti di vendita di beni. Tale definizione comprende espressamente i beni mobili materiali da assemblare, i beni mobili materiali che incorporano, o sono interconnessi con, un contenuto digitale o un servizio digitale necessario al suo funzionamento ("beni con elementi digitali"), nonché gli animali vivi.

Sono introdotte le definizioni di:

- "**dato personale**", operando un rinvio al regolamento (UE) 2016/679 (GDPR);
- "**servizio digitale**", quale servizio che consente di creare, trasformare, archiviare dati, di accedervi in formato digitale, di condividere dati in formato digitale, caricati o creati dal consumatore o altri utenti, o di interagire in altro modo con tali dati;
- "**mercato online**", quale servizio che utilizza un software che permette ai consumatori di concludere contratti a distanza con altri professionisti o consumatori;
- "**fornitore di mercato online**", quale professionista che fornisce un mercato online ai consumatori;
- "**compatibilità**", quale capacità del contenuto o servizio digitale di funzionare con hardware o software con cui sono normalmente utilizzati contenuti o servizi digitali dello stesso tipo, senza necessità di convertire il contenuto o servizio digitale;
- "**funzionalità**", intesa come capacità del contenuto digitale o del servizio digitale di svolgere le proprie funzioni in considerazioni al suo scopo;
- "**interoperabilità**", intesa come capacità del contenuto o servizio digitale di funzionare con hardware o software diversi da quelli con cui sono normalmente utilizzati analoghi contenuti e servizi digitali.

Inoltre, la definizione di "**contratto di servizi**", come riformulata dal comma 9, fa espresso riferimento anche ai servizi digitali.

infine, si osserva che le nuove definizioni di contratto di servizi e di vendita non menzionano espressamente, quale elemento essenziale, il pagamento o l'impegno a pagare il **prezzo** quale prestazione corrispettiva del consumatore.

Tale novella va letta alla luce delle modifiche recate dal **comma 10** all'**articolo 46** del Codice del consumo.

Esse prevedono sì che le disposizioni in materia di diritti dei consumatori di cui alle sezioni da I a IV (escluse le norme sulla commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori di cui alla Sezione IV-*bis*) si applichino ai contratti conclusi tra un professionista e un consumatore di cui quest'ultimo paga o si impegna a pagare il **prezzo**. Tuttavia, aggiungono, subito dopo, che le medesime disposizioni si applicano anche quando il professionista fornisce o si impegna a fornire un contenuto digitale mediante un supporto non materiale o un servizio digitale al consumatore e quest'ultimo fornisce o si impegna a **fornire dati personali al professionista**. Sono fatti salvi i casi in cui i dati personali forniti dal consumatore siano

trattati dal professionista esclusivamente ai fini della fornitura del contenuto digitale su supporto non materiale o del servizio digitale a norma delle predette disposizioni o per consentire l'assolvimento degli obblighi di legge e questi non tratti tali dati per nessun altro scopo.

Il **comma 11** modifica l'articolo 47, che prevede i casi di esclusione dall'applicazione delle disposizioni in materia di diritti dei consumatori nei contratti di cui alle sezioni da I a IV della Parte III, Titolo III, Capo I del Codice del consumo. In particolare, per effetto delle modifiche previste, si applica ai **servizi di trasporto passeggeri** la norma di cui all'articolo 64 del Codice del consumo in forza della quale qualora un professionista utilizza una linea telefonica allo scopo di essere contattato dal consumatore per telefono in merito al contratto concluso, il consumatore non è tenuto a pagare più della tariffa di base quando contatta il professionista, fermo restando il diritto dei fornitori dei servizi di comunicazione elettronica di applicare una tariffa per dette telefonate.

Inoltre, il comma 11 conferma l'esclusione dall'applicazione delle suddette disposizioni dei contratti relativi ai beni oggetto di vendita forzata o comunque venduti secondo altre modalità dalle autorità giudiziarie. Tale precisazione si è resa necessaria poiché la nuova definizione di "beni", uniformata a quella contenuta nel [D.Lgs. 170/2021](#), non esclude più espressamente i beni oggetto di vendita forzata o comunque venduti secondo altre modalità dalle autorità giudiziarie.

Obblighi d'informazione precontrattuale

Il **comma 12 integra gli obblighi d'informazione precontrattuale** per i contratti **diversi dai contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali** (articolo 48 del Codice del consumo). In particolare, vengono **incluse** fra le **informazioni da fornire** al consumatore prima della conclusione del contratto (ove applicabili): il richiamo dell'esistenza di una **garanzia** legale di conformità per il **contenuto digitale e i servizi digitali**, nonché l'esistenza e le condizioni del relativo servizio **postvendita** e delle garanzie commerciali; la **funzionalità** dei beni con elementi digitali, e dei servizi digitali (oltre che del contenuto digitale, già citato dalla normativa vigente) comprese le misure applicabili di protezione tecnica; qualsiasi **compatibilità e interoperabilità** pertinente dei beni con elementi digitali, del contenuto digitale e dei servizi digitali, di cui il professionista sia a conoscenza o di cui ci si può ragionevolmente attendere che sia venuto a conoscenza.

Il **comma 13 integra invece gli obblighi d'informazione precontrattuale** per i **contratti a distanza e per quelli negoziati fuori dei locali commerciali** (articolo 49 del Codice del consumo) e **modifica i termini entro cui esercitare il diritto di recesso**.

In primo luogo, vengono modificate le informazioni che devono essere fornite ai fini delle **comunicazioni fra professionista e consumatore**, eliminando il riferimento al fax e mantenendo invece l'indirizzo geografico dove il professionista è stabilito, così come il suo numero di telefono e il suo indirizzo elettronico. Inoltre, se il professionista fornisce qualsiasi altro mezzo di comunicazione elettronica che garantisca al consumatore di poter intrattenere con lui una corrispondenza scritta, che rechi la data e orario dei relativi messaggi, su un supporto durevole, il professionista deve fornire anche le informazioni relative a tale altro mezzo. Viene poi specificato che questi mezzi di comunicazione forniti dal professionista devono consentire al consumatore di **contattarlo rapidamente** e di comunicare efficacemente con lui. Viene inclusa fra le informazioni da fornire al consumatore prima della conclusione del contratto, ove applicabile, la circostanza che il **prezzo è stato personalizzato** sulla base di un processo decisionale automatizzato. Vengono inoltre incluse le **medesime informazioni integrate dal precedente comma 12** per i contratti diversi dai contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali (vedi *supra*): garanzia legale, servizi postvendita e garanzie commerciali per il contenuto digitale e i servizi digitali, funzionalità dei beni con elementi digitali, e dei servizi digitali, compatibilità e interoperabilità pertinente dei beni con elementi digitali, del contenuto digitale e dei servizi digitali. Le modifiche al comma 4 dell'articolo 49 del Codice al consumo modificano l'informativa da rendere con riferimento al diritto di recesso, adeguandola all'**estensione da quattordici a trenta giorni del periodo entro il quale è possibile per il consumatore esercitare il diritto di recesso**, per i **contratti conclusi nel contesto di visite non richieste di un professionista** presso l'abitazione di un consumatore oppure di **escursioni** organizzate da un professionista con lo scopo o con l'effetto di promuovere o vendere prodotti ai consumatori (vedi *infra*). La relazione del Governo specifica che è stata, così, esercitata l'opzione contenuta nella direttiva che consente una tutela rafforzata del consumatore in tali ipotesi di sottoscrizione.

Il **comma 14** inserisce nel Codice del consumo il nuovo articolo 49-*bis* che elenca le **informazioni supplementari specifiche** che devono obbligatoriamente essere fornite prima della conclusione di **contratti su mercati online**. In particolare, lasciando impregiudicata l'applicazione delle norme contenute nel [decreto legislativo n. 70/2003](#) in materia di obblighi di informazione per i fornitori dei mercati *online*, viene stabilito che tali soggetti debbano indicare al consumatore, in maniera chiara e comprensibile e in modo appropriato al mezzo di comunicazione a distanza: informazioni sulla **classificazione** delle offerte

presentate; **se l'offerente è un professionista o meno** e, in tal caso, che al contratto non si applicano i diritti dei consumatori derivanti dal diritto dell'Unione sulla tutela dei consumatori; il modo in cui gli **obblighi** relativi al contratto sono **ripartiti** tra l'offerente e il fornitore del mercato *online*.

Disciplina del diritto di recesso

Il **comma 15 integra i requisiti formali per i contratti negoziati fuori dei locali commerciali** recati dall'articolo 50 del Codice del consumo. In particolare, viene specificato che, nel caso in cui un **consumatore intenda ricevere determinate prestazioni durante il periodo di recesso**, il professionista è tenuto non solo (come già previsto dalla legislazione vigente) a esigere che il consumatore ne faccia esplicita richiesta su un supporto durevole, ma anche a chiedere al consumatore di **riconoscere** che, **una volta che il contratto sarà stato interamente eseguito** dal professionista, il **consumatore non avrà più il diritto di recesso**. La medesima integrazione viene apportata **ai requisiti formali per i contratti a distanza** dal **comma 16**, che interviene, inoltre, sulle informazioni precontrattuali da fornire nel caso in cui il contratto sia concluso mediante un mezzo di comunicazione a distanza che consente uno spazio o un tempo limitato per comunicare le stesse, includendovi (come già previsto dalla legislazione vigente) le condizioni, i termini e le procedure per esercitare il diritto di recesso ma **escludendo il modulo di recesso tipo**.

Il **comma 17 modifica la disciplina del diritto di recesso** recata dall'articolo 52 del Codice del consumo. Il comma 1 di tale disposizione riconosce al consumatore un periodo di quattordici giorni per recedere da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali, fatte salve le eccezioni previste dall'articolo 59. Il nuovo comma 1-*bis* di cui l'articolo 1, comma 17 dello schema in esame stabilisce che il **periodo di recesso** di quattordici giorni di cui al comma 1 è **prolungato a trenta giorni**, per i **contratti conclusi nel contesto di visite non richieste di un professionista** presso l'abitazione di un consumatore oppure di escursioni organizzate da un professionista con lo scopo o con l'effetto di promuovere o vendere prodotti ai consumatori. Il riferimento al termine dei trenta giorni viene inoltre inserito nel comma 2 dell'articolo 52, che definisce, in relazione a specifiche tipologie di contratti, il momento a partire dal quale decorre il diritto di recesso, e, per effetto del **comma 18**, nel comma 2 dell'articolo 53 del Codice del consumo, che stabilisce le **conseguenze della violazione degli obblighi informativi sul diritto di recesso** (già integrati dal comma 13, per il quale vedi *supra*). La novella serve a specificare che, nel caso in cui il professionista, che ha violato gli obblighi informativi precontrattuali, fornisca al consumatore le informazioni sul recesso entro dodici mesi dalla pertinente data di decorrenza, il periodo di recesso termina trenta giorni dopo il giorno in cui il consumatore riceve le informazioni, nel caso di contratti conclusi nel contesto di visite non richieste di un professionista presso l'abitazione di un consumatore oppure di escursioni organizzate da un professionista con lo scopo o con l'effetto di promuovere o vendere prodotti ai consumatori.

Il **comma 19 integra gli obblighi del professionista nel caso di recesso** stabiliti dall'articolo 56 del Codice del consumo. Il nuovo comma 3-*bis* stabilisce che, per quanto riguarda i dati personali del consumatore, il professionista è tenuto a **rispettare gli obblighi** applicabili a norma del [regolamento \(UE\) 2016/679](#) (regolamento generale sulla protezione dei dati). Il successivo comma 3-*ter* prevede che il professionista si **astenga dall'utilizzare qualsiasi contenuto**, diverso dai dati personali, che gli è stato fornito o creato dal consumatore **salvo quattro casi espressamente identificati**: quando il contenuto è privo di utilità al di fuori del contesto del contenuto digitale o del servizio digitale fornito dal professionista; quando riguarda unicamente l'attività del consumatore in tale contesto; quando è stato aggregato ad altri dati e quando è stato generato congiuntamente dal consumatore e da altre persone, e se altri consumatori possono continuare a farne uso. Ad eccezione di tali situazioni (escluso però il caso di generazione congiunta), ai sensi del successivo comma 3-*quater*, il professionista, su richiesta del consumatore, è tenuto a **mettere a disposizione** di questi qualsiasi contenuto, diverso dai dati personali, fornito o creato dal consumatore. Per effetto del comma 3-*quinqüies*, tali contenuti devono poter essere recuperati gratuitamente e senza impedimenti, entro un lasso di tempo ragionevole e in un formato di uso comune e leggibile da dispositivo automatico. Il nuovo comma 3-*sexies* stabilisce, inoltre, che, **in caso di recesso dal contratto, il professionista possa impedire qualsiasi ulteriore utilizzo** del contenuto o del servizio digitale da parte del consumatore.

Il **comma 20 integra invece gli obblighi del consumatore nel caso di recesso** stabiliti dall'articolo 57 del Codice del consumo. In particolare, viene inserito il nuovo comma 2-*bis* dell'articolo, con il quale viene chiarito che, **una volta esercitato il diritto di recesso**, il consumatore deve **astenersi dall'utilizzare** il contenuto o il servizio digitale e dal metterlo a disposizione di terzi. Con norma di coordinamento, viene

inoltre inserito il riferimento al periodo di trenta giorni per il recesso (vedi *supra*) nell'ambito del comma 4 dell'articolo 57.

Il comma 21 modifica la lista delle eccezioni al diritto di recesso recata dall'articolo 59 del Codice del consumo per i **contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali**.

La prima modifica riguarda il diritto di recesso dai contratti di servizi. Attualmente, il recesso non è ammesso se la prestazione è stata completata e l'esecuzione è iniziata con l'accordo espresso del consumatore e la sua accettazione del perdita del diritto di recesso conseguente. Con la modifica proposta dallo schema di decreto, **il diritto di recesso è sempre escluso quando il consumatore non ha l'obbligo di pagare**. Se obbligato a pagare, l'esclusione continua a essere subordinata all'avvio dell'esecuzione previo suo consenso. La seconda modifica reca analoghe modifiche in relazione **all'esclusione dei contratti per la fornitura di contenuto digitale** mediante un supporto non materiale, dei quali è iniziata l'esecuzione, specificando che solo se il contratto impone al consumatore l'obbligo di pagare l'eccezione è subordinata al fatto che: il consumatore abbia dato il suo previo consenso espresso a iniziare la prestazione durante il periodo di diritto di recesso, riconoscendo così di perdere tale diritto; il professionista abbia fornito la conferma conformemente all'articolo 50, comma 2, o all'articolo 51, comma 7 del Codice del consumo. In terzo luogo, viene inserito il nuovo comma 1-*bis*, per effetto del quale viene prevista **l'inapplicabilità delle eccezioni** al diritto di recesso di cui al comma 1, lettere a), b), c) ed e), del medesimo articolo 59 ai contratti conclusi nel contesto di visite non richieste di un professionista presso l'abitazione di un consumatore oppure di escursioni organizzate da un professionista con lo scopo o con l'effetto di promuovere o vendere prodotti ai consumatori. Per tali contratti dunque, non solo viene previsto un termine esteso da quattordici a trenta giorni per il periodo di recesso, ma vengono inoltre disapplicate quattro delle tredici fattispecie escluse dal relativo diritto. Infine, il comma 21 inserisce nell'articolo 59 del Codice del consumo il nuovo comma 1-*ter* che stabilisce, per i contratti di servizio che impongono al consumatore l'obbligo di pagare, quando costui abbia specificamente richiesto una visita da parte del professionista ai fini dell'effettuazione di lavori di riparazione, la **perdita del diritto di recesso dopo che il servizio sia stato interamente prestato**, purché l'esecuzione abbia avuto inizio con il previo consenso espresso del consumatore medesimo.

Il comma 22, infine, modifica l'Allegato I del Codice del consumo, relativo alle informazioni necessarie per l'esercizio del diritto di recesso, eliminando i riferimenti al **fax**, quale mezzo per le comunicazioni fra professionista e consumatore.

L'articolo 2 prevede che le disposizioni in tema di annunci di riduzione dei prezzi di cui all'articolo 1, comma 2, si applichino alle campagne promozionali a decorrere dal novantesimo giorno successivo alla data di entrata in vigore del decreto legislativo in esame.

L'articolo 3 prevede una clausola di invarianza finanziaria, in forza della quale si prevede che dall'attuazione delle disposizioni contenute nello schema di decreto non debbano derivare nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica. Si dispone, quindi, che le amministrazioni interessate provvedano agli adempimenti previsti dal medesimo schema di decreto con le risorse umane, finanziarie e strumentali disponibili a legislazione vigente.

Senato: Dossier n. 24

Camera: Atti del Governo n. 9

16 dicembre 2022

Senato	Servizio Studi del Senato Ufficio ricerche nei settori attività produttive e agricoltura	Studi1@senato.it - 066706-2451	 SR_Studi
	Servizio Studi del Senato	Studi1@senato.it - 066706-2451	 SR_Studi
Camera	Servizio Studi Dipartimento Attività Produttive	st_attprod@camera.it - 066760-9574	 CD_attProd

La documentazione dei Servizi e degli Uffici del Senato della Repubblica e della Camera dei deputati è destinata alle esigenze di documentazione interna per l'attività degli organi parlamentari e dei parlamentari. Si declina ogni responsabilità per la loro eventuale utilizzazione o riproduzione per fini non consentiti dalla legge. I contenuti originali possono essere riprodotti, nel rispetto della legge, a condizione che sia citata la fonte.
AP0009