

# ***LA NUOVA TUTELA DEI CONSUMATORI COSA CAMBIA DAL 14 GIUGNO 2014***

*Più tutele per i consumatori italiani ed europei: è l'effetto della direttiva europea recepita dal decreto legislativo n.21 del 21 febbraio 2014 sui contratti stipulati dal prossimo 14 giugno sulla quale vigilerà l'Antitrust. Molte le novità soprattutto per i contratti a distanza, stipulati via internet e comunque fuori dai locali commerciali: dall'ampliamento della durata del diritto di ripensamento ai tempi stretti per ottenere il rimborso di quanto pagato.*

*Immediatamente operativa la norma che affida in via esclusiva all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato la competenza in materia di pratiche commerciali scorrette anche nei settori regolati. Sui provvedimenti l'Antitrust dovrà acquisire il parere delle Autorità di regolazione competenti.*

*Di seguito le maggiori novità del decreto che entreranno in vigore dal 14 giugno prossimo, a seconda che si tratti di contratti stipulati nei locali commerciali o di contratti a distanza.*

## ***CONTRATTI NEI LOCALI COMMERCIALI***

### **1) Più informazioni per i consumatori**

Si amplia il contenuto delle informazioni pre-contrattuali che le imprese devono dare ai consumatori: non solo le caratteristiche principali dei beni e servizi offerti, l'identità del professionista e il prezzo ma anche i diritti e le facoltà riconosciute al consumatore dalla legge (come, ad esempio, i diritti derivanti dalla garanzia legale di conformità).

### **2) Tempi stretti per le consegne**

I beni devono essere consegnati al consumatore senza ritardo ingiustificato e al più tardi entro trenta giorni dalla data di conclusione del contratto. Se la consegna non avviene entro il termine stabilito il consumatore può fissare un tempo 'supplementare' trascorso il quale ha diritto di risolvere il contratto. Se il venditore si rifiuta di consegnare i beni o i 30 giorni sono un termine essenziale, vista la tipologia di acquisto, il consumatore può recedere senza dare termini aggiuntivi.

### **3) No a supplementi per l'utilizzo dei mezzi di pagamento**

Il venditore o il prestatore di servizi non può imporre ai consumatori spese per l'uso di strumenti di pagamento diversi dal contante o tariffe che superino quelle sostenute in relazione all'uso di strumenti di pagamento determinati. Si tratta di una norma già presente nel nostro ordinamento che il decreto ha però voluto ribadire.

#### **4) Per i danni, rischi a carico del venditore**

Ogni rischio di perdita o danneggiamento dei beni è a carico del venditore fino a quando il consumatore non ha preso fisicamente possesso del bene.

#### **5) Tariffe base per i numeri telefonici dedicati**

Al consumatore non può essere imposto di pagare un costo superiore alla tariffa base della linea telefonica utilizzata dall'impresa per essere contattato dal consumatore per avere informazioni sul contratto concluso (a esempio numeri dedicati all'assistenza post-vendita). La tariffa base è stabilita da ciascun operatore telefonico in relazione alla linea utilizzata.

#### **6) No a format precompilati per i servizi aggiuntivi**

Chi offre un bene o un servizio, se propone servizi aggiuntivi (ad esempio assicurazioni facoltative nel caso di biglietti di trasporto) dovrà richiedere il consenso esplicito del consumatore: le opzioni di acquisti aggiuntivi dovranno essere appositamente selezionate. Viene in sostanza imposto un *opt-in* da parte del consumatore ed escluso il meccanismo di *opt-out* in base al quale è il consumatore a dover rifiutare espressamente la prestazione che altrimenti si intende tacitamente richiesta o accettata (es. caselle *pre-flaggate*).

#### **7) Maggiore protezione nell'acquisto di contenuti digitali**

Per chi acquista contenuti digitali sono previste informazioni più trasparenti: il venditore dovrà chiarire eventuali limiti di compatibilità con i dispositivi hardware e software e gli eventuali limiti di riproducibilità dei contenuti stessi.

## ***CONTRATTI A DISTANZA***

### **1) Mai più costi nascosti e 'trappole' su Internet**

Oroscopi, ricette, suonerie e giochi elettronici non potranno più essere pubblicizzati come 'gratis' salvo poi nascondere costosi abbonamenti mensili o settimanali. I consumatori dovranno infatti confermare esplicitamente di avere compreso che l'offerta è a pagamento. Il decreto stabilisce che se l'ordine deve essere effettuato azionando un pulsante o un *link* questi devono indicare in modo inequivocabile che con tale click il consumatore si obbliga a pagare una somma di danaro. **In caso contrario, il consumatore non è vincolato al contratto o all'ordine e, dunque, non è obbligato a pagare.**

### **2) Contratti telefonici validi solo dopo la firma**

In base al decreto, per i contratti a distanza che vengono conclusi per telefono l'impresa deve confermare l'offerta al consumatore che è vincolato solo dopo averla firmata o dopo averla accettata per iscritto anche mediante firma elettronica. In caso di servizi, la conferma da parte del professionista deve avvenire prima dell'erogazione del servizio stesso. In ogni caso, è previsto che il servizio non venga prestato (inclusa la fornitura di acqua, gas o elettricità, o teleriscaldamento) nei 14 giorni validi per il recesso a meno che il consumatore non richieda esplicitamente la prestazione del servizio stesso.

### **3) Prezzi trasparenti e comprensivi di tutte le voci**

I venditori dovranno chiarire il costo totale del prodotto o servizio offerto, comprensivo di qualsiasi extra. I consumatori non dovranno pagare costi aggiuntivi se non sono stati espressamente informati dei costi stessi prima di inviare l'ordine

### **4) 14 giorni per ripensarci**

Il tempo a disposizione per esercitare il diritto di recesso nel caso di vendite a distanza (su internet, via telefono ma in genere fuori dal negozio) aumenta da 10 a 14 giorni. Si arriva a un anno e 14 giorni se il venditore non ha adeguatamente informato il consumatore sull'esistenza del diritto stesso. Il decreto stabilisce le informazioni standard che devono essere fornite al consumatore, con un modello allegato (vedi allegato A). In caso di violazione degli obblighi informativi il consumatore non deve sostenere neppure il costo diretto di restituzione dei beni

### **5) Rimborsi più veloci in caso di recesso**

Se il consumatore cambia idea ed esercita il diritto di recesso, dovrà ricevere il rimborso di quanto pagato entro i 14 giorni successivi, con lo stesso strumento di pagamento utilizzato per acquistare il bene o il servizio. I costi di spedizione saranno comunque a carico del venditore mentre saranno a carico del consumatore i costi di restituzione.

## **6) Modello standard per il recesso**

Per esercitare il diritto di recesso il consumatore potrà utilizzare un modello standard, valido per tutti i paesi europei, allegato al decreto (vedi allegato B) ma sarà valida qualsiasi altra forma di espressione della volontà di recedere

## **7) Informazioni chiare sui costi della restituzione della merce**

Se il venditore vuole addebitare al consumatore i costi della restituzione del bene conseguente all'esercizio del diritto di recesso deve informarlo sull'esistenza dei costi stessi indicando il costo massimo. In mancanza di tali informazioni le spese di restituzioni saranno a carico del venditore.

## **8) I contratti esclusi**

La nuova normativa non si applica ai contratti negoziati fuori dai locali commerciali se il consumatore deve pagare un corrispettivo non superiore ai 200 euro. Non si applica inoltre ad alcune tipologie di contratto come i contratti di credito al consumo, ai contratti a distanza di servizi finanziari, alla multiproprietà, ai contratti stipulati con l'intervento di un pubblico ufficiale - tra cui i notai -, ai contratti turistici.

## **9) I poteri dell'Autorità**

Il decreto attribuisce all'Autorità gli stessi poteri istruttori e sanzionatori previsti per le pratiche commerciali scorrette: l'Antitrust potrà dunque comminare sanzioni fino a 5 milioni di euro alle imprese che non rispettano la nuova normativa.



AUTORITÀ GARANTE  
DELLA CONCORRENZA  
E DEL MERCATO



# Tutela dei consumatori nei settori regolamentati e recepimento della Direttiva 83/2011/UE sui diritti dei consumatori

Roma, 28 marzo 2014



## D. Lgs. n. 21/2014 recepimento della Dir. 83/2011/UE sui diritti dei consumatori

Sostituisce l'attuale Capo I, Titolo III, Parte III, del **Codice del Consumo** rubricandolo «*Dei diritti dei consumatori nei contratti*» (artt. 45-67).

- Modifiche Sostanziali: (Novella degli artt. 45- 65) - norme imperative;
- Modifiche Procedurali (art. 66):
  - Competenza dell'AGCM con poteri di accertamento, inibitori e sanzionatori come quelli per le pratiche commerciali scorrette (art. 66.2 e 3, Cod. Cons). Mantenuto sistema "**binario**" di *public* e *private enforcement* (es. azione inibitoria delle associazioni dei consumatori - art. 139, 140 Cod. Consumo - la c.d. azione di classe - art. 140-bis Cod. Cons.).
  - AGCM competente ex art. 3, lettera c) del Regolamento di cooperazione n.2006/2004/CE nelle materie di attuazione della Direttiva 83/2011/UE sui diritti dei consumatori (cfr. art. 66. 4, Cod. Cons.).
  - Entrata in vigore: dal 13 giugno 2014, contratti conclusi dal 14 giugno 2014. NB: Dal 26 marzo 2014 entrerà in vigore la norma sulle competenze dell'AGCM in materia di PCS (art. 1.6 e 7 D. Lgs. n.21/2014).

## Ambito di applicazione

Ambito di applicazione: contratti tra professionisti (privati o pubblici) e consumatori (le micro-imprese non sono assimilate a consumatori).

### Esclusioni:

- “**Blocchi**” di contratti dei consumatori (tra cui, il credito al consumo, i contratti a distanza di servizi finanziari, la multiproprietà, i contratti stipulati con l'intervento di un pubblico ufficiale (notai), i contratti turistici, in parte i contratti di trasporto passeggeri);
- i contratti negoziati fuori dei locali commerciali «*in base ai quali il corrispettivo che il consumatore deve pagare non è superiore a 50 euro*» (art. 47.2, Cod. Cons.);
- N.B. specifiche esclusioni contenute in singole disposizioni (es. artt. 61 e 63 contenuti sotto la Sezione III “*altri diritti dei consumatori*” che si applicano solo ai contratti di vendita ed ad alcuni contratti di fornitura di acqua, gas, elettricità, teleriscaldamento o a contenuto digitale e non ai contratti di servizio).

## Struttura della nuova disciplina

- **Contratti diversi** dai contratti a distanza e dai contratti negoziati nei locali commerciali: Informazioni pre-contrattuali (sezione I);
- **Contratti a distanza e contratti negoziati fuori dai locali commerciali** (sezione II);
  - ✓ Informazioni pre-contrattuali per il consumatore (art. 49);
  - ✓ requisiti di forma (artt. 50 e 51);
  - ✓ diritto di recesso (artt. 52- 59);
- Contratti di vendita e/o di fornitura servizi: **altri diritti del consumatore** (sezione III);
- **Tutela amministrativa e giurisdizionale** (sezione IV).

## **Contratti diversi: contenuto minimo degli obblighi di informazione precontrattuale**

L'imposizione di precisi obblighi informativi (in maniera chiara e comprensibile) nella fase precontrattuale per i contratti *diversi*: è tra le **principali novità introdotte a tutela del consumatore**; in precedenza, riservata solo ad alcuni tipi di contratto in ragione dell'oggetto (multiproprietà, pacchetti turistici ecc.) o delle tecniche di negoziazione adottate (contratti a distanza e contratti negoziati fuori dai locali commerciali).

Contratti «diversi»:

- **contratti negoziati nei locali commerciali** («*locale immobile adibito alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la sua attività su base permanente*» o «*qualsiasi locale mobile adibito alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la propria attività a carattere abituale*» art. 45 lett. i) n. 1 e 2);
- **esclusi** i contratti che «*implicano transazioni quotidiane e che sono eseguiti immediatamente al momento della loro conclusione*» (art. 48.3 Cod. Cons.).

## Contratti a distanza e negoziati fuori dai locali commerciali: c.d. requisiti formali

- Informazioni pre-contrattuali (per iscritto e in maniera chiara e comprensibile)
- **Esempi:**
  - Contratti che devono essere conclusi **con mezzi di com. elettronica**: il pulsante o il *link* tramite il quale effettuare l'ordine devono indicare chiaramente che il consumatore si obbliga a pagare una somma di danaro (es. «ordine con l'obbligo di pagare») - in caso contrario il consumatore non è vincolato al contratto (art. 51.2, Cod. Cons.);
  - Contratti che devono essere conclusi per **telefono**: il professionista deve confermare l'offerta al consumatore il quale è **«vincolato solo dopo aver firmato l'offerta o dopo averla accettata per iscritto anche mediante firma elettronica»**. Inoltre, "dette conferme" possono essere effettuate anche su "supporto durevole" previo consenso espresso del consumatore (art. 51.6, Cod. Cons.).

## Diritto di recesso

(senza motivazione)

- **Modifica dei termini a favore del consumatore**  
(termine esercizio diritto: **14gg** da conclusione contratto/possesso fisico dei beni; termine rimborso 14gg; termine restituzione merce 14gg dal recesso) (artt. 52.1, 56.1, 57.1.);
- **Obbligo del professionista di informativa:** su condizioni, termini e procedure per esercitare il recesso (*cf. istruzioni tipo All. I, parte A*)
  - In caso di violazione dell'obbligo informativo:
    - i) termine recesso = **12 mesi + 14 gg**;
    - ii) il consumatore non deve sostenere neppure il costo diretto di restituzione dei beni (art. 57.1 Cod. Cons.);
    - iii) il consumatore non deve sostenere alcun costo per la prestazione di servizi o la fornitura di acqua, gas, elettr. e teleriscald. durante il periodo di recesso (art. 57.4 Cod. Cons.)
- **Forma:** dichiarazione esplicita o modello tipo *All. I, parte B.*

## Altri diritti dei consumatori

### Esempio:

Pagamenti supplementari (art. 65 Cod. Cons): consenso espresso prima della nascita del vincolo contrattuale per prestazioni accessorie che richiedono un pagamento supplementare rispetto al corrispettivo dovuto per la prestazione principale del contratto (**espresso *opt-in*** da parte del consumatore).

Divieto di meccanismi di *opt-out* frequentemente utilizzati dagli operatori nella vendita di beni o servizi accessori secondo i quali è il consumatore a dover rifiutare espressamente la prestazione che altrimenti si intende tacitamente richiesta o accettata (es. caselle *pre-spuntate*).