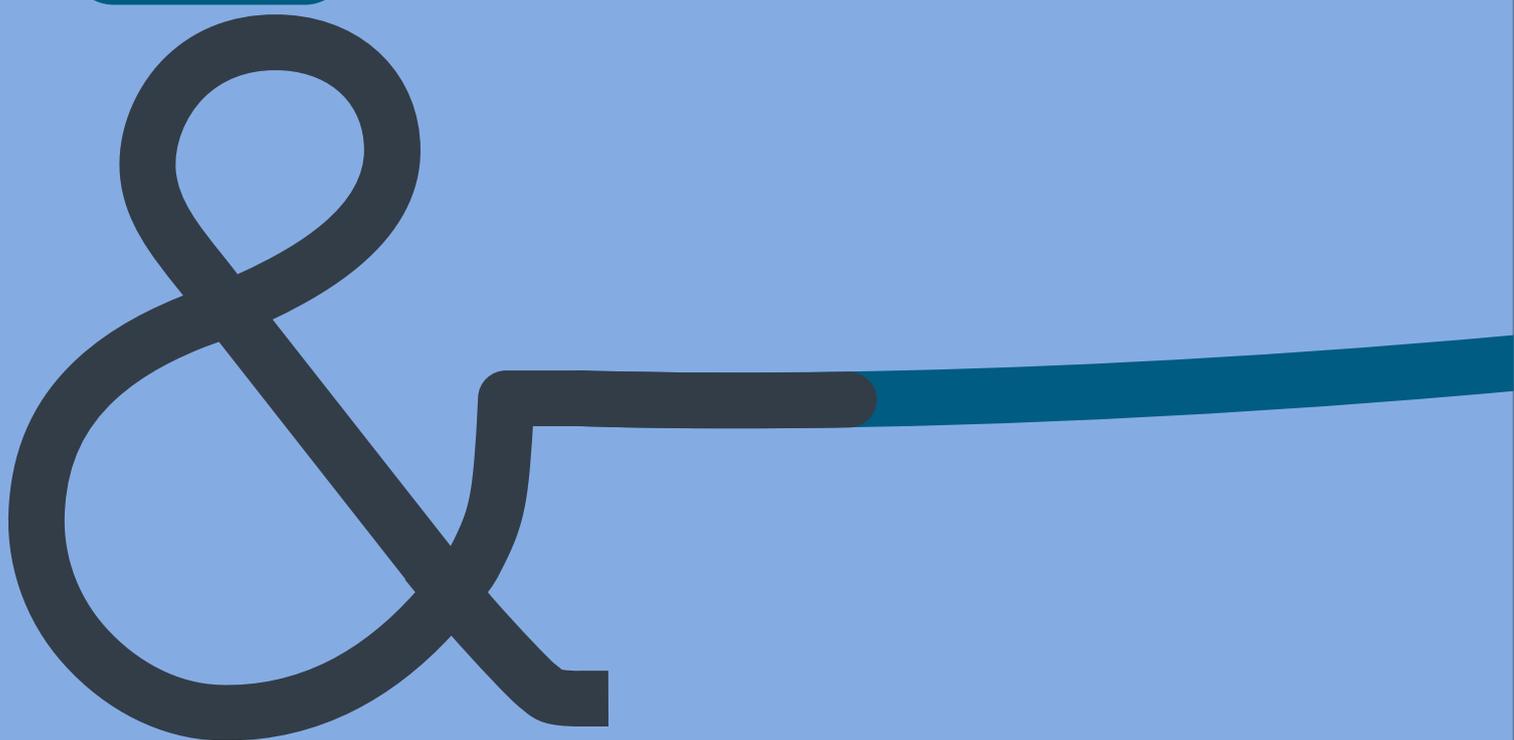


Bird & Bird

Arrivano le nuove
norme a tutela dei
consumatori in
Italia: pubblicato il
decreto di
attuazione della
Direttiva Omnibus

Marzo 2023



Arrivano le nuove norme a tutela dei consumatori in Italia: pubblicato il decreto di attuazione della Direttiva Omnibus

Il 18 marzo 2023 è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale il decreto legislativo 7 marzo 2023 n. 26 (il “Decreto Legislativo”) che implementa la direttiva (UE) 2019/2161 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 novembre 2019, che modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29/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 (la “Direttiva Omnibus”).

Come anticipato nel nostro precedente [alert](#), il Decreto Legislativo - che entrerà definitivamente in vigore il 2 aprile 2023 - amplia considerevolmente la tutela concessa ai consumatori introducendo rilevanti modifiche e integrazioni al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (“Codice del Consumo”).

Di seguito si riassumono le principali novità.

Gli annunci di riduzione di prezzo

Il Decreto Legislativo introduce l’articolo 17-*bis* nel Codice del Consumo che prevederà l’obbligo per i professionisti di indicare, per ogni annuncio di riduzione del prezzo dei propri prodotti, anche il prezzo precedentemente applicato, ad esclusione dei prodotti agricoli e alimentari che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente.

Il riferimento è a tutte le dichiarazioni promozionali di un professionista che annunciano in vario modo la riduzione del prezzo dei prodotti, quali ad esempio gli annunci in termini percentuali (es. sconto del 20%) o assoluti (es. sconto di 10 euro) o l’indicazione di un prezzo più basso assieme a quello più alto applicato in precedenza (es. ora 50 euro, prima 100 euro).

Nello specifico, dovrà essere indicato “**il prezzo più basso applicato dal professionista alla generalità dei consumatori nei trenta giorni precedenti all’applicazione della riduzione del prezzo**”. Ai fini dell’individuazione del prezzo precedente non rileveranno dunque le offerte personalizzate, ossia quelle riservate a singoli consumatori o a specifiche categorie di consumatori. Anche il prezzo di vendita sottocosto non potrà essere preso in considerazione.

L’articolo 17-*bis* rileverà anche ai fini dell’individuazione del prezzo normale di vendita che deve essere per legge esposto durante le cosiddette “vendite straordinarie”, ossia le vendite di liquidazione, i saldi di fine stagione e tutte le vendite promozionali in cui il professionista offre condizioni favorevoli di acquisto dei propri prodotti¹: il prezzo normale di vendita si identificherà quindi con il prezzo più basso applicato dal professionista

¹ Ai sensi dell’articolo 15, comma 5, del D. Lgs. 114/1992, nelle vendite straordinarie “lo sconto o il ribasso effettuato deve essere espresso in percentuale sul prezzo normale di vendita che deve essere comunque esposto”.

nei trenta giorni precedenti la vendita straordinaria. Restano invece escluse le vendite sottocosto, alle quali continuerà ad applicarsi la normativa di settore.

Ove il prezzo venga ridotto progressivamente nel tempo durante la stessa campagna di vendita e senza interruzioni (es. da 100 euro a 50 euro, a 40 euro etc.), per prezzo precedente dovrà intendersi in ogni caso il prezzo più basso applicato nei trenta giorni che precedono la prima riduzione di prezzo restando invariato per tutte le successive riduzioni di prezzo.

Diversamente, in caso di prodotti immessi sul mercato da meno di trenta giorni, sarà il professionista stesso a dover specificare a quale periodo di tempo il prezzo precedente si riferisce. Tale obbligo non si applica tuttavia ai cosiddetti “prezzi di lancio”, ossia quelli per cui il professionista applica un prezzo inferiore in fase di immissione del prodotto sul mercato per poi aumentarlo in un secondo momento.

In caso di violazioni, l'articolo 17-*bis*, al pari del precedente articolo 17, prevede una sanzione amministrativa pecuniaria tra 516,46 euro e 3098,74 euro. Ai fini della sanzione si terrà conto *inter alia*: della natura, gravità, entità e durata della violazione; di eventuali azioni intraprese dal professionista per attenuare o rimediare al danno; del vantaggio ottenuto dal professionista in conseguenza della violazione; di eventuali altri fattori aggravanti o attenuanti, incluse eventuali precedenti violazioni.

Le pratiche commerciali scorrette

Il Decreto Legislativo modifica, inoltre, in più punti la disciplina delle pratiche commerciali scorrette.

Definizioni

All'articolo 18 del Codice del Consumo viene ampliata la definizione di “prodotto” per ricomprendere espressamente anche i servizi digitali e i contenuti digitali. Viene inoltre introdotta la definizione di “mercato online”, quale “*servizio che utilizza un software, compresi siti web, parte di siti web o un'applicazione, gestito da o per conto del professionista, che permette ai consumatori di concludere contratti a distanza con altri professionisti o consumatori*”.

Si tratta di modifiche che vanno di fatto a confermare la ricostruzione già fornita da tempo a livello interpretativo circa l'applicabilità del Codice del Consumo al mondo digitale.

Le nuove pratiche commerciali

All'articolo 21, comma 2, del Codice del Consumo viene aggiunta, alla lettera b-*bis*, la **nuova pratica ingannevole della “Dual Quality”**, ossia la promozione di un bene, in uno Stato membro, come identico a un altro bene commercializzato in altri Stati membri, nonostante il bene promosso abbia composizione e caratteristiche significativamente diverse dal bene venduto all'estero.

All'elenco delle informazioni ritenute rilevanti ai fini di una possibile omissione ingannevole vengono aggiunte le seguenti informazioni (cfr. articolo 22 del Codice del Consumo)²:

- il fatto che un soggetto che offre prodotti sui mercati *online* è un professionista oppure no;
- i criteri di classificazione dei risultati di ricerca - da rendere disponibili in un'apposita sezione del sito accessibile dalla pagina che mostra i risultati – ove venga offerta ai consumatori la possibilità di cercare i prodotti offerti da diversi professionisti o da consumatori sulla base di una ricerca sotto forma di parola chiave, frase o altri dati;
- nei casi in cui il professionista fornisce l'accesso alle recensioni dei consumatori, il modo in cui il professionista garantisce che le recensioni pubblicate provengano da consumatori che hanno effettivamente acquistato o utilizzato un prodotto.

L'ambito di applicazione dell'articolo 23 del Codice del Consumo in materia di pratiche commerciali considerate in ogni caso ingannevoli (ossia quelle pratiche che sono represses a prescindere dall'accertamento dell'ingannevolezza) viene considerevolmente ampliato con l'aggiunta delle seguenti nuove ipotesi:

² L'assenza di tali informazioni può rendere dunque una pratica ingannevole.

- **in caso di fornitura di risultati di ricerca in risposta a una ricerca *online*, la mancata chiara indicazione di annunci pubblicitari a pagamento** o di pagamenti volti a ottenere una migliore classificazione dei prodotti tra tali risultati (lettera *m-bis*);
- **la rivendita ai consumatori di biglietti per eventi acquistati dal professionista tramite strumenti automatizzati volti a eludere eventuali limiti** circa il numero di biglietti acquistabili a persona o altre norme legate all'acquisto dei biglietti (lettera *bb-bis*);
- l'invio da parte del professionista (o l'incarico ad altra persona all'invio) di **recensioni o apprezzamenti falsi** o la fornitura di false informazioni circa tali recensioni e apprezzamenti al fine di promuovere i propri prodotti (lettera *bb-ter*);
- l'uso di recensioni di un prodotto da consumatori che hanno effettivamente utilizzato o acquistato il prodotto senza tuttavia adottare misure ragionevoli e proporzionate per verificare che le recensioni provengano da tali consumatori (lettera *bb-quater*).

Le nuove sanzioni

Uno degli aspetti su cui inciderà maggiormente il Decreto Legislativo è quello connesso al regime sanzionatorio. Con il principale obiettivo di scongiurare il rischio che le sanzioni applicabili alle violazioni più gravi abbiano una limitata efficacia deterrente per i professionisti con fatturato particolarmente elevato il legislatore ha infatti **considerevolmente inasprito le sanzioni ai professionisti che violano la normativa in materia di pratiche commerciali scorrette**.

In particolare:

- **l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM) potrà applicare una sanzione da 5.000 euro a 10.000.000 euro** (viene quindi duplicato il limite massimo edittale della sanzione irrogabile da 5 a 10 milioni);
- la sanzione verrà modulata dall'AGCM non solo in base alla gravità e durata della violazione ma anche alla luce delle condizioni economiche e patrimoniali del professionista nonché di eventuali azioni intraprese dal professionista per attenuare o rimediare al danno, dei benefici da esso ottenuti, di altri fattori aggravanti o attenuanti, incluse eventuali precedenti violazioni.
- in caso di inottemperanza ai provvedimenti di urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti delle pratiche e degli impegni assunti, l'AGCM potrà applicare una sanzione da 10.000 euro a 10.000.000 euro (anche in questo caso viene quindi duplicato il massimo edittale);
- la sanzione nei confronti di operatori transfrontalieri sarà pari al 4% del fatturato da essi realizzato in Italia (in mancanza di tale dato, il massimo edittale sarà invece pari a 2.000.000 euro).

I contratti tra professionista e consumatore

Le clausole vessatorie

Le nuove sanzioni previste per le pratiche commerciali scorrette **si applicheranno anche alle clausole vessatorie nei contratti tra professionista e consumatore** di cui all'articolo 33 del Codice del Consumo.

Il Decreto Legislativo prevede infatti che, in aggiunta alla declaratoria di nullità della singola clausola, l'AGCM potrà ora irrogare anche delle sanzioni particolarmente elevate nel caso in cui rinvenga l'uso di clausole vessatorie nei contratti B2C.

Definizioni e ambito di applicazione

All'articolo 45 del Codice del Consumo vengono aggiunte nuove rilevanti definizioni, tra cui quella di servizio digitale che viene definito come "*(1) un servizio che consente al consumatore di creare, trasformare, archiviare i dati o di accedervi in formato digitale; oppure (2) un servizio che consente la condivisione di dati in formato digitale caricati o creati dal consumatore e da altri utenti di tale servizio o qualsiasi altra interazione con tali dati*".

Il Decreto Legislativo inoltre precisa che le disposizioni in materia di contratti dei consumatori (cfr. articoli 48-67 del Codice del Consumo) si applicheranno:

- ai contratti tra professionista e consumatore “*in cui quest’ultimo paga o si impegna a pagare il prezzo*” (restano quindi esclusi i contratti in cui il consumatore non deve pagare un prezzo, fatti salvi quelli relativi ai servizi e contenuti digitali);
- ai contratti in cui il professionista fornisce un contenuto digitale mediante supporto non materiale o un servizio digitale al consumatore e il consumatore fornisce, come corrispettivo, i propri dati personali al professionista (salvo i casi in cui tali dati siano trattati dal professionista esclusivamente ai fini dell’esecuzione del contratto e del rispetto degli obblighi di legge).

Ciò significa che **anche i contratti in cui il professionista fornisce accesso a un contenuto o servizio digitale online e in cui il consumatore acconsente (in cambio) al trattamento dei dati personali rientrano a pieno titolo tra quelli regolati dal Codice del Consumo.**

Obblighi di informazione nei contratti a distanza e nei contratti negoziati fuori dai locali commerciali

All’Articolo 49 del Codice del Consumo sono introdotte diverse modifiche circa le informazioni precontrattuali che i professionisti sono tenuti a fornire nei contratti a distanza e in quelli conclusi fuori dei locali commerciali. In particolare:

- non sarà più necessario indicare il numero di fax del professionista (lo stesso vale anche per il modulo di recesso di cui all’Allegato I);
- devono essere indicate le informazioni relative a qualsiasi altro mezzo che permetta al consumatore di intrattenere una corrispondenza scritta con il professionista che rechi la data e l’orario dei messaggi e sia su supporto durevole;
- i mezzi di comunicazione forniti dal professionista dovranno “*consentire al consumatore di contattarlo rapidamente e comunicare efficacemente con lui*”;
- se del caso, dovrà essere indicato l’indirizzo e l’identità del professionista terzo per conto del quale il professionista agisce;
- si dovrà indicare se il prezzo è stato personalizzato per il consumatore in base ad un processo automatizzato;
- dovranno essere indicate la garanzia legale, la funzionalità dei beni e qualsiasi compatibilità e interoperabilità anche in relazione ai contenuti e servizi digitali.

Tali obblighi non si sostituiscono ma si aggiungono a quelli già previsti dal D. Lgs. 70/2003 in materia di commercio elettronico.

Obblighi di informazione supplementari nei contratti sui mercati online

Viene inoltre aggiunto l’articolo 49-*bis* al Codice del Consumo che prevede **specifici ed ulteriori obblighi di informazione in relazione ai contratti conclusi sui mercati online**. I professionisti saranno infatti tenuti a fornire informazioni in merito:

- alla classificazione delle offerte presentate al consumatore quale risultato della sua ricerca che dovranno essere disponibili in un’apposita sezione del sito a cui il consumatore potrà direttamente e facilmente accedere dalla pagina in cui sono presentate le offerte;
- al fatto che un soggetto che offre prodotti, servizi o contenuti digitali sui mercati *online* è un professionista oppure no e, nel caso in cui non sia un professionista, che al contratto non si applica la normativa europea a tutela dei consumatori;
- se del caso, al modo in cui gli obblighi relativi al contratto sono ripartiti tra tale terzo e il fornitore del mercato *online*.

Il recesso

Al fine di compensare il particolare squilibrio contrattuale che li caratterizza, il Decreto Legislativo modifica anche la disciplina del diritto di recesso in relazione 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*” con l’estensione del periodo di recesso a **trenta giorni** (dai quattordici dei comuni contratti conclusi fuori dai locali commerciali) Tale estensione non si applica tuttavia ai contratti conclusi nel contesto di visite domiciliari da parte di un professionista che siano richieste dal consumatore stesso e non organizzate dal professionista in forma collettiva.

Agli obblighi del professionista in caso di recesso del consumatore (cfr. articolo 56 del Codice del Consumo) vengono inoltre aggiunti tutti i seguenti obblighi, con particolare riguardo ai contratti connessi alla fornitura di servizi o contenuti digitali:

- salvo alcune ipotesi specifiche (ad esempio, quando un contenuto è privo di utilità fuori dal contesto del contratto o quando esso è stato aggregato dal professionista ad altri dati e non può essere disaggregato se non con sforzi eccezionali), **l'obbligo di astenersi dall'usare qualsiasi contenuto – diverso dai dati personali – che sia stato fornito o creato dal consumatore durante l'uso di un contenuto o servizio digitale del professionista;**
- in caso di richiesta del consumatore, **l'obbligo di mettere a sua disposizione gratuitamente ed entro un lasso di tempo ragionevole i suddetti contenuti** in un formato di uso comune e facilmente leggibile;
- l'obbligo di rispettare in ogni caso le previsioni del Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR).

In caso di recesso del consumatore, il professionista potrà invece *“impedire qualsiasi ulteriore utilizzo del contenuto digitale o del servizio digitale da parte del consumatore, in particolare rendendogli inaccessibile tale contenuto o servizio digitale o disattivando il suo account utente”* (naturalmente fatti salvi i citati contenuti forniti o creati dal consumatore stesso).

Sono inoltre aggiunti paralleli obblighi del consumatore in caso di recesso (cfr. articolo 57 del Codice del Consumo), il quale dovrà parimenti astenersi dall'utilizzare il contenuto digitale o il servizio digitale del professionista e dal metterlo a disposizione di terzi.

Viene modificato anche l'articolo 59 del Codice del Consumo in merito alle eccezioni al diritto di recesso nei contratti a distanza e conclusi fuori dai locali commerciali. Con l'entrata in vigore del Decreto Legislativo **il consumatore non potrà più recedere:**

- **dai contratti di servizi che impongono l'obbligo di pagare dopo la completa prestazione del servizio** a condizione che l'esecuzione del contratto sia iniziata con
 - il consenso espresso del consumatore e
 - l'accettazione del fatto che perderà il proprio diritto di recesso a seguito della completa esecuzione del contratto;
- **dai contratti per la fornitura di contenuto digitale mediante un supporto non materiale che impongono l'obbligo di pagare**, a condizione che l'esecuzione sia iniziata e
 - il consumatore abbia acconsentito a iniziare la prestazione durante il periodo di diritto di recesso;
 - il consumatore abbia altresì riconosciuto di perdere il proprio diritto di recesso a seguito del consenso;
 - al contempo, il professionista abbia fornito debita conferma circa la conclusione del contratto.

Se i suddetti requisiti non saranno soddisfatti in relazione al singolo contratto, il diritto di recesso del consumatore rimarrà invariato.

Tali eccezioni non si applicheranno inoltre 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. Diversamente nei casi in cui il consumatore chiederà una visita da parte del professionista per svolgere di lavori di riparazione, il consumatore non potrà recedere dai contratti di servizio che impongono l'obbligo di pagare dopo che il servizio gli è stato interamente prestato, sempre a condizione che l'esecuzione sia iniziata con il suo consenso.

Contatti



Rita Tardiolo

Counsel

+390230356000
rita.tardiolo@twobirds.com



Arturo Leone

Of Counsel

+390669667000
arturo.leone@twobirds.com



Rachele Macor

Associate

+390230356000
rachele.macor@twobirds.com



Francesca Signorini

Associate

+390230356000
francesca.signorini@twobirds.com

twobirds.com

Abu Dhabi • Amsterdam • Beijing • Bratislava • Brussels • Budapest • Casablanca • Copenhagen • Dubai
• Dublin • Dusseldorf • Frankfurt • The Hague • Hamburg • Helsinki • Hong Kong • London
• Luxembourg • Lyon • Madrid • Milan • Munich • Paris • Prague • Rome • San Francisco • Shanghai
• Singapore • Stockholm • Sydney • Warsaw

The information given in this document concerning technical legal or professional subject matter is for guidance only and does not constitute legal or professional advice. Always consult a suitably qualified lawyer on any specific legal problem or matter. Bird & Bird assumes no responsibility for such information contained in this document and disclaims all liability in respect of such information.

This document is confidential. Bird & Bird is, unless otherwise stated, the owner of copyright of this document and its contents. No part of this document may be published, distributed, extracted, re-utilised, or reproduced in any material form.

Bird & Bird is an international legal practice comprising Bird & Bird LLP and its affiliated and associated businesses.

Bird & Bird LLP is a limited liability partnership, registered in England and Wales with registered number OC340318 and is authorised and regulated by the Solicitors Regulation Authority (SRA) with SRA ID497264. Its registered office and principal place of business is at 12 New Fetter Lane, London EC4A 1JP. A list of members of Bird & Bird LLP and of any non-members who are designated as partners, and of their respective professional qualifications, is open to inspection at that address.