



# *Ministero delle Attività Produttive*

DECRETO LEGISLATIVO RECANTE CODICE DEL CONSUMO,  
A NORMA DELL'ARTICOLO 7 DELLA LEGGE 29 LUGLIO 2003, N. 229

## RELAZIONE ILLUSTRATIVA

### **1. Premessa**

Il presente decreto legislativo costituisce l'attuazione della delega conferita al Governo con 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.

I termini della delega sono stati prorogati prima dall'articolo 2 della legge 27 luglio 2004, n. 186, legge di conversione, con modificazioni, del decreto-legge 28 maggio 2004, n. 136 e, successivamente, dall'articolo 7 della legge 27 dicembre 2004, n. 306.

In particolare, l'articolo 7 della legge n. 229 del 2003 ha delegato 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 stessa legge n. 229 del 2003, e nel rispetto dei principi e criteri direttivi ivi richiamati.

Nell'esercizio di tale delega, il Ministero delle attività produttive si è avvalso del prezioso contributo fornito dalla Commissione di studio istituita con decreto ministeriale 23 dicembre 2002, presieduta dal professore Guido Alpa e composta da alcuni tra i massimi esperti della materia.

Il frutto del lavoro della commissione è stato recepito nel presente articolato, che ha tenuto conto delle osservazioni delle associazioni di settore maggiormente rappresentative e ha accolto la quasi totalità delle valutazioni contenute nei pareri ampiamente favorevoli resi rispettivamente: dalla Conferenza unificata, di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, in data 16 dicembre 2004, dal Consiglio di Stato, sezione consultiva per gli atti normativi, nell'adunanza generale del 20 dicembre 2004 e dalle competenti Commissioni parlamentari (X Commissione permanente - Attività produttive, commercio e turismo della Camera dei deputati e 10<sup>a</sup> Commissione permanente - Industria, commercio, turismo del Senato della Repubblica) nelle date del 9 e del 10 marzo 2005. Dei suggerimenti non recepiti si dà conto nel prosieguo della presente relazione.

L'esigenza di raccogliere in un unico testo legislativo le disposizioni vigenti in materia di tutela del consumatore, pur segnalata da una dottrina ormai cospicua, per dovizia di contributi e per vastità di aree indagate, non era stata fino a ora soddisfatta in via ufficiale.

Anche i tentativi sostenuti per scopi scientifici non potevano modificare il contesto normativo, limitandosi a promuovere una interpretazione coordinata delle disposizioni vigenti.

Confrontando il nostro ordinamento con quello dei Paesi membri dell'Unione Europea più evoluti in questo settore, il modello normativo italiano evidenziava una grave lacuna, per molteplici ragioni.

Da un lato, era registrata la difficoltà di accorpate in un unico contenitore disposizioni approvate in diversi momenti della recente storia legislativa italiana. Dall'altro, si sottolineava la complessità del coordinamento delle disposizioni vigenti, in particolare di quelle di derivazione comunitaria.

Non si può trascurare, poi, il dubbio, di natura scientifica, piuttosto che pratica, secondo cui la riunione in un unico testo di disposizioni afferenti ai diversi ambiti coinvolgenti il consumatore avrebbe potuto accentuare la differenza di regime a cui sono sottoposti i rapporti tra imprenditori ed i rapporti tra questi ultimi ed i consumatori.

La carenza dell'ordinamento nazionale è divenuta con il tempo ancora più evidente, attesa la politica di protezione dei consumatori affermata in sede comunitaria e ribadita, ancora di recente, dalla Commissione Europea nella Comunicazione relativa agli anni 2002-2006. Nella stessa direzione si pongono i suggerimenti emersi dalla discussione nell'ambito della cultura giuridica, economica e politica dei Paesi membri.

I dubbi che ancora sussistevano sull'opportunità di redigere un quadro di principi inerenti esclusivamente l'area del diritto contrattuale riguardante i rapporti posti in essere con i consumatori, oggi non hanno più alcun fondamento, dal momento che si tratta di un orientamento ormai irreversibile.

In ambito comunitario si è da tempo affermato - normativamente e politicamente - l'indirizzo volto ad armonizzare e coordinare in modo sistematico le regole concernenti i rapporti con i consumatori. È appena agli albori, invece, l'iniziativa di armonizzare le regole generali sul contratto, senza distinzione dei ruoli assunti dalle parti. Nonostante alcune risoluzioni del Parlamento Europeo e del Consiglio dei Ministri della CE, al momento la Commissione Europea sembra molto cauta ad avviare questo più vasto e ulteriore processo di normazione unitaria.

D'altra parte, al di là dei problemi di natura giuridica, le finalità di tutela dei consumatori, degli utenti e, per alcuni aspetti, dei risparmiatori, sono ormai divenute prioritarie negli interventi dell'Unione Europea.

Il Codice del Consumo, peraltro, non comprende solo le regole di disciplina del contratto, ma racchiude anche le norme riguardanti ogni fase in cui il consumatore è coinvolto in relazioni giuridiche con i soggetti della catena di produzione e distribuzione di prodotti e servizi.

Infatti, nel corpo delle regole riguardanti i consumatori devono includersi disposizioni che concernono la fase anteriore alla formazione del contratto. In questo ambito si situano il momento in cui avviene il contatto sociale tra le parti, i rapporti tra i consumatori e le istituzioni pubbliche, le relazioni associative, gli effetti del consumo del bene o dell'uso di un servizio.

Questi aspetti riguardano senz'altro la materia del consumo e completano il quadro delle regole più propriamente riferite al diritto contrattuale.

## **2. Analisi economica del diritto dei consumatori**

La necessità di riordinare e armonizzare la normativa in tema di tutela dei consumatori e degli utenti rappresenta, in modo esplicito, la principale finalità perseguita con l'attività di compilazione concretizzatasi nel Codice del Consumo. Anche al di là dei riferimenti di natura giuridica, tale obiettivo trova solide giustificazioni formali nelle teorie economiche e commerciali sui processi di acquisto e di consumo.

Tali dottrine, infatti, rappresentano l'esito di una complessa evoluzione, che parte dai modelli classici e neoclassici sul consumatore, incentrate sugli assiomi della razionalità assoluta e della completa informazione degli attori economici.

Le più moderne tesi ricostruttive sono state radicalmente riformulate, grazie al contributo dei primi studiosi, che hanno introdotto principi di analisi sociologica e psicologica nella più generale "teoria del consumatore".

Lo sviluppo dei nuovi studi ha consentito di identificare le dimensioni connotanti la strutturale *debolezza* del consumatore. Ne è derivato un ricco quadro concettuale, idoneo a descrivere e interpretare comportamenti e processi d'acquisto. In questa cornice, si delineano i principi sottostanti al fabbisogno di tutela del consumatore.

È proprio il portato di tali teorie che, in modo più o meno esplicito, ha guidato tanto il processo di riordino e armonizzazione delle norme, quanto il risalto attribuito alla finalità di tutela del consumatore nella "regolazione e nell'esercizio di tutte le attività economiche".

La codificazione della normativa in materia di tutela dei consumatori e degli utenti è stata condotta, pertanto, con riferimento a un contorno di teorie e modelli concettuali consolidati, nella letteratura economica sul comportamento del consumatore e, più in generale, negli studi delle tecniche di mercato e del *marketing*.

In particolare, la struttura e l'articolazione del Codice sono state ispirate ai modelli sul processo d'acquisto del consumatore, che ne evidenziano i principali stadi in una logica sequenziale.

In tale senso, le norme del Codice sono da considerarsi in piena sintonia con la teoria delle fondamentali fasi del processo. Si parte da quelle volte a favorire l'educazione e l'informazione del consumatore nei momenti corrispondenti all'emergere dei bisogni e dei desideri di acquisto e possesso, concernenti beni e servizi di consumo.

Si prosegue con le fasi che tutelano il consumatore, nel delicato stato della raccolta di informazioni da fonti istituzionali, commerciali, personali ed empiriche. Si considerano ancora i momenti che sostengono la razionalità e la trasparenza dei processi valutativi sulle alternative di scelta del consumatore. Si prevedono norme tese a garantire la correttezza dei processi negoziali e delle forme contrattuali da cui discendono le decisioni d'acquisto, l'uso e il consumo.

A conclusione di tale sequenza sono state poste le norme concernenti le interazioni commerciali da cui hanno origine le valutazioni di soddisfazione o insoddisfazione, nonché i comportamenti relazionali, considerando come tali anche quelli di natura conflittuale.

Per ciascuna fase del processo d'acquisto, la normativa vigente è stata armonizzata e coordinata, anche con riferimento alle teorie economiche sul consumo e ai modelli di analisi che consentono di interpretare i moventi e i comportamenti d'acquisto, con una duplice finalità: a) valutare la natura e la portata delle asimmetrie di cui soffre la domanda nei processi di *marketing*; b) verificare l'efficacia della normativa vigente, ai fini di tutela del consumatore e dell'utente.

La complessa e variegata normativa sulla tutela del consumatore, ora riordinata nel Codice, risulterà più agevolmente fruibile da parte dei destinatari. La maggiore chiarezza e sistematicità delle norme sarà pienamente apprezzata nelle fasi di contenzioso e di attuazione della tutela.

Ma il riassetto normativo assumerà una decisa rilevanza anche in un momento anteriore, per molti versi più importante, realizzando una obiettiva funzione deterrente di comportamenti commercialmente o legalmente scorretti a danno dei consumatori.

Il Codice muove da alcune consolidate definizioni sulla natura degli interventi di tutela del consumatore: "insieme di politiche ed azioni attuate per assicurare che tutti i consumatori ottengano ciò che vorrebbero veramente (se fossero pienamente informati)".

La redazione delle singole norme è ispirata dagli approfondimenti che in diverse aree disciplinari (dalla psicologia economica, alla finanza comportamentale, alle tecniche di mercato) sono stati condotti per descrivere e interpretare gli effettivi scostamenti fra la condizione ideale, postulata dai modelli microeconomici classici e neoclassici, e quella effettiva, riscontrabile nelle moderne economie di mercato.

Oltre al modello basato sulla distinzione delle fasi del processo d'acquisto, il riferimento esplicito del Codice è costituito dalle più rilevanti e ricorrenti aree di debolezza del consumatore e, in particolare, dalle asimmetrie della domanda, non solo di natura informativa.

Infine, la logica della tutela "preventiva" del consumatore è rinforzata mediante l'integrazione della normativa vigente, con alcuni riferimenti, particolarmente innovativi, ai principi dell'educazione del consumatore.

Per "educazione del consumatore" si è inteso il processo mediante il quale il consumatore apprende il funzionamento del mercato e la cui finalità consiste nel migliorare la capacità di agire

in qualità di acquirente o di consumatore dei beni e dei servizi, che sono giudicati maggiormente idonei allo sviluppo del proprio benessere.

Ne è conseguito il tentativo di introdurre espliciti riferimenti all'educazione del consumatore, quale attività o processo informativo o di istruzione che non abbia quale oggetto il bene o il servizio di una specifica impresa o marca, ma la categoria generale alla quale il bene o il servizio appartiene.

In tale contesto, il processo educativo non assume in alcun modo finalità promozionale del consumo, ma si limita a evidenziare quali attributi dell'offerta siano da valutarsi per poter inferire le prestazioni del prodotto, e quali attributi, seppure non visibili o non valutabili a priori, siano maggiormente influenti sulle prestazioni. Inoltre, l'educazione, deve permettere al consumatore di conoscere la dinamica temporale e causale con cui i legami fra attributi e prestazioni siano soliti manifestarsi.

Pertanto, il richiamo all'educazione del consumatore è volto all'esemplificazione delle caratteristiche tecniche che rendono percepibili e misurabili i diversi attributi dei prodotti, nonché i loro effetti nel tempo. A questo obiettivo si affianca il fine di limitare le più frequenti distorsioni percettive di cui i consumatori soffrono in fase di raccolta, elaborazione e valutazione delle informazioni relative alle diverse categorie di beni e servizi da acquistare.

### 3. La competenza legislativa

Le regole raccolte nel "Codice" sono tutte di matrice e di competenza statale. La legislazione regionale che, a partire dalla metà degli anni Settanta, è stata via via emanata sulla base del testo originario dell'articolo 117 della Costituzione si fondava, essenzialmente, sulla competenza regionale concorrente in materia di "fiere e mercati".

Tale normativa, quindi, ha avuto riguardo soprattutto ad alcuni limitati profili della disciplina del commercio. In particolare, per quanto attiene ai consumatori, la legislazione regionale ha interessato soprattutto i finanziamenti alle associazioni rappresentative, che cominciarono a diffondersi proprio negli anni Settanta.

I finanziamenti regionali erano destinati a dare sostegno a iniziative svolte in ambito regionale, per promuovere l'educazione e l'assistenza dei consumatori, per migliorarne l'informazione, per pubblicare testi e materiali volti a creare una migliore consapevolezza dei propri diritti, ovvero a effettuare migliori scelte o un miglior uso di prodotti e servizi.

La nuova versione dell'articolo 117 della Costituzione, introdotto dalla legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3, non è incompatibile con iniziative legislative regionali dello stesso contenuto. Anzi, è possibile ipotizzare che le regioni incrementeranno le proposte legislative per il sostegno di politiche di tutela dei consumatori e delle loro rappresentanze.

Al tempo stesso, però, la vigente formulazione dell'articolo 117 della Costituzione riconosce il ruolo essenziale della legislazione statale in materia di disciplina del processo unitario del consumo, nella prospettiva della finalità di tutela del consumatore.

Proprio nella enumerazione delle materie di competenza normativa statale compare, nell'articolo 117, secondo comma, lettera l), della Costituzione, l'espressione "ordinamento civile".

Questa locuzione - per concorde interpretazione - comprende tutte le materie disciplinate dal Codice Civile e tutti i settori riguardanti il diritto civile e il diritto commerciale, i diritti della persona, gli *status*.

Dal punto di vista giuridico, le relazioni tra i "professionisti" e i consumatori sono riconducibili ai rapporti precontrattuali, contrattuali ed extracontrattuali. La loro disciplina investe lo **status** dei consumatori e i loro diritti fondamentali, enunciati dalla legge 30 luglio 1998, n. 281: in sintesi, la posizione giuridica della persona nell'ambito dell'ordinamento.

In definitiva, è ragionevole ritenere che tutte queste norme siano integralmente ascrivibili alla materia dell'*ordinamento civile* e che, pertanto, siano oggetto di competenza legislativa esclusiva dello Stato.

A questo argomento (di per sé già determinante), va aggiunto che sono riservate sempre alla legislazione esclusiva statale la disciplina della concorrenza, nonché la disciplina del credito e del risparmio. Si tratta di materie che confinano o si intrecciano con i diversi settori in cui si svolgono i rapporti dei consumatori con le imprese.

Ancora, va sottolineato che la finalità di tutela del consumatore presenta una evidente e stabile connessione con la materia di competenza esclusiva statale concernente la “determinazione dei livelli essenziali delle prestazioni concernenti i diritti civili e sociali che devono essere garantiti su tutto il territorio nazionale” (articolo 117, secondo comma, lettera m)).

Tra questi diritti vanno senz’altro annoverati i diritti dei consumatori.

Appare evidente, quindi, la necessità di dettare regole uniformi sul territorio nazionale, con la finalità di tutela dei consumatori, per non alterare la “condizione di eguaglianza giuridica”, cui hanno diritto i soggetti residenti in ogni località del Paese.

L’esigenza di omogeneità di trattamento, oltretutto, va affermata nell’ambito territorialmente ancora più ampio delle disposizioni di rango comunitario, le quali tutelano in modo coerente il consumatore che agisce nel mercato interno dell’Unione Europea.

Una frammentazione della disciplina, infine, contrasterebbe non solo con l’articolo 3 della Carta costituzionale, ma anche con le stesse finalità istituzionali dell’Unione Europea. L’articolo 153 del Trattato, insieme alle numerose direttive comunitarie di tutela del consumatore, hanno lo scopo di migliorare la posizione giuridica dei consumatori e rimuovere le barriere al mercato interno che ancora sopravvivono, per la difformità delle discipline statali o per le lacune degli ordinamenti.

Il rilievo sostanziale e sistematico della disciplina del consumo e della tutela dei consumatori, inoltre, esclude la mera riconduzione alla più ristretta materia del solo “commercio”, inteso come regolamentazione, prevalentemente amministrativa, delle relative attività.

La tutela del consumatore si caratterizza essenzialmente come disciplina civilistica dei rapporti tra le parti contraenti, sotto lo specifico profilo della relazione tra parti “non uguali”, come è quello tra “professionista” e “consumatore”, caratterizzato dalla “debolezza strutturale” di quest’ultimo.

Le competenze regionali nel settore dei rapporti dei consumatori, dunque, non possono che avere riguardo a iniziative a favore delle associazioni, a programmi di intervento per l’informazione e l’educazione, eventualmente anche per la soluzione stragiudiziale delle controversie, ma certamente non possono incidere né sui diritti dei consumatori, né sulla disciplina dei loro rapporti precontrattuali, contrattuali o extracontrattuali con le imprese.

Ferme restando queste considerazioni sistematiche, allo scopo di venire incontro ad esplicita richiesta avanzata dalla Conferenza unificata, condivisa dal Consiglio di Stato e fatta propria dalla Camera dei deputati nei rispettivi pareri, rispettivamente resi rispettivamente il 16 dicembre 2004, il 20 dicembre 2004 e il 10 marzo 2005, all’articolo 145 del Codice è stata inserita una disposizione di salvaguardia delle competenze normative sia regionali che delle province autonome di Trento e di Bolzano.

#### **4. Caratteri del Codice**

Sulla base di queste premesse, si è proceduto a identificare la frammentata normativa in materia e a raccoglierla, seguendo le indicazioni provenienti dalla disciplina sulla compilazione dei provvedimenti legislativi di riassetto normativo: il coordinamento delle disposizioni, il loro aggiornamento, la loro rispondenza ai dettami del diritto comunitario.

La redazione del Codice prende lo spunto da analoghe compilazioni apparse in altri Paesi dell’Unione Europea, come ad esempio il *Code de la Consommation* francese, la legge generale sulla difesa dei consumatori e degli utenti spagnola del 1984, e il progetto di Codice belga.

Le disposizioni raccolte sono quelle oggi vigenti in materia di diritto dei consumatori. Esse sono disposte secondo un ordine logico che ripercorre le fasi del rapporto di consumo, istituito tra il consumatore o l’utente da un lato, e il produttore di beni e servizi e i suoi intermediari, dall’altro.

Premesse alcune disposizioni di carattere generale sui diritti dei consumatori, previsti dalla legge n. 281 del 1998, il corpo normativo si occupa, in primo luogo, della fase anteriore alla istituzione del rapporto, che riguarda l'educazione del consumatore, la sua informazione e la pubblicità commerciale.

Viene poi esaminata la conclusione del rapporto, funzionale alla circolazione di beni e servizi. Successivamente, il Codice prevede le disposizioni concernenti la sicurezza e la qualità dei prodotti e dei servizi, e, infine, la posizione giuridica delle associazioni dei consumatori e la disciplina del relativo accesso alla giustizia.

## 5. La tecnica redazionale

Obiettivo prioritario del lavoro di redazione del Codice è stato quello di riorganizzare in ordine sistematico le numerose leggi a tutela del consumatore, intervenute in un lungo lasso temporale.

Tale preoccupazione è stata dettata dall'esigenza di dare una risposta al comune disagio che provocato da una produzione normativa spesso torrentizia e poco ordinata.

A tale scopo si sono valutate le diverse alternative metodologiche in ordine al più efficace criterio di raccolta della disciplina esistente. Fra le molte possibilità, si è ragionato essenzialmente intorno a due opzioni contrapposte.

La prima ipotizzava una raccolta delle leggi esistenti, riordinate secondo un criterio di accorpamento, corrispondente all'elencazione dei diritti fondamentali indicati nell'articolo 1, comma 2, della legge 30 luglio 1998, n. 281. Seppure suggestiva, l'opzione è stata scartata, perché non è sembrata di facile realizzazione pratica. Difatti, già con riferimento al primo dei diritti elencati all'articolo 1, comma 2, lettera a), della legge n. 281 del 1998, riguardante il diritto alla salute, è sorta la difficoltà di trovare la specificità della tutela del consumatore, rispetto alla protezione del diritto alla salute, costituzionalmente garantito a tutti i cittadini.

La seconda opzione, prescelta dal Codice, ha riorganizzato le disposizioni secondo una sequenza logica e temporale lineare, che ordina la disciplina intorno al procedimento economico e giuridico compiuto, nella sua interezza, dall'atto di consumo.

In questo lavoro di riagggregazione si è puntualmente ripresa la disciplina vigente, ripetendo (nella maggior parte dei casi) le norme nella loro originaria formulazione. Le modifiche introdotte sono rigorosamente limitate a quelle rese necessarie da effettive esigenze di coordinamento, ovvero di aggiornamento rispetto a normative o problematiche sopravvenute.

In alcuni casi, ai fini di integrità del Codice, sono state inserite, elevandone la fonte, norme originariamente di rango non primario. Si tratta, in particolare, degli articoli 107, commi 6, 8 e 9, in materia di controlli, e 136, comma 4, lettera h), seconda parte, sul Consiglio nazionale dei consumatori.

Il numero esiguo di tali disposizioni ha indotto ad escludere l'emanazione, nella materia in oggetto, di un *corpus* autonomo di norme regolamentari. Si è preferito, invece, il criterio della completezza, con conseguente accorpamento, nella disciplina unitaria di rango legislativo, anche di alcune disposizioni di carattere organizzativo.

Con riferimento alla tecnica redazionale utilizzata, giova fare un'ulteriore osservazione. L'attuale fase di "riassetto normativo" è caratterizzata da due requisiti essenziali:

*a) la riforma sostanziale della disciplina legislativa della materia, ispirata anche a criteri di semplificazione (alleggerimento degli oneri burocratici) e di "deregolazione";*

*b) la creazione di una raccolta organica di tutte le norme di pari livello esistenti in una determinata materia.*

La materia in oggetto si presta poco ad una semplificazione anche sostanziale, essendosi il legislatore delegato adoperato per rafforzare il sistema dei diritti dei consumatori, su cui poco

incide la questione dell'alleggerimento di oneri burocratici. Ne consegue che il presente intervento di riassetto legislativo, pur presentando talune forme di semplificazione (si vedano ad esempio gli articoli 82 ed 84), è prevalentemente orientato verso il riordino sistematico e la semplificazione formale della complessa materia della tutela dei consumatori.

Tale opera di riorganizzazione e compilazione unitaria rappresenta un indubbio miglioramento del dato normativo vigente.

Infatti, il Codice elimina le incoerenze e le sovrapposizioni tra le diverse regole derivanti da distinte direttive comunitarie introdotte in diversi momenti storici. Si pensi al difetto di coordinamento tra le differenti norme in materia di recesso dal contratto.

## **6. La struttura del Codice**

Prima di procedere ad un'analisi specifica delle singole disposizioni del Codice, è opportuno descrivere, in termini completi, il "piano generale dell'opera", allo scopo di consentirne la maggiore e immediata comprensione.

Il Codice si compone di 146 articoli, riuniti in sei parti.

La parte I (articoli 1-3) contiene le disposizioni generali.

In particolare, sono chiarite le finalità della nuova disciplina e fornite alcune definizioni terminologiche, di seguito frequentemente utilizzate.

La parte II (articoli 4-32) riguarda l'educazione del consumatore, l'informazione e la pubblicità.

Essa comprende tutte le attività che, ancor prima della specifica fase della informazione pre-contrattuale, pongono il consumatore in grado di ottenere una corretta conoscenza del bene da acquistare. La completa cognizione, a sua volta, passa necessariamente attraverso l'informazione e, eventualmente, attraverso l'educazione e la pubblicità.

Allo stato attuale, mentre la normativa sulla pubblicità risulta ampia e puntuale, quella sull'attività di informazione appare ancora episodica e quella sull'educazione è del tutto assente.

Si è ritenuto utile formulare una norma di raccordo al fine di introdurre nel corpo del Codice almeno un riferimento positivo al diritto all'educazione, il quale non solo è inserito tra i diritti fondamentali nell'articolo 1 della legge n. 281 del 1998, ma è anche espressamente menzionato dall'articolo 153 del Trattato istitutivo della Comunità Europea "al fine di promuovere gli interessi dei consumatori ed assicurare un livello elevato di protezione" e riconosciuto dalla risoluzione della CEE del 1975.

In ambito comunitario, infatti, il consumatore - considerato soggetto economico - mediante l'informazione è posto nella situazione di poter apprezzare i fattori componenti la qualità e il prezzo del prodotto e, quindi, nella situazione di poter operare scelte consapevoli.

L'asimmetria informativa tra il professionista viene ridotta attraverso l'organizzazione della normativa riguardante le informazioni offerte al consumatore. Si tratta delle disposizioni concernenti le etichette, le diciture stampigliate sulle confezioni, la documentazione allegata al prodotto, l'indicazione - in modo visibile e comprensibile - dei prezzi per unità di misura e il controllo della correttezza dei messaggi pubblicitari.

L'informazione del consumatore è la linea direttrice che accompagna nel Codice tutto lo svolgimento del rapporto di consumo, perché ricompare nel momento della conclusione del contratto e nel momento della sua esecuzione. Ancora, l'informazione è richiamata nelle disposizioni del Codice che riguardano la sicurezza e la qualità del prodotto, dal momento che il consumatore deve avere cognizione piena dei rischi inerenti l'uso del prodotto e delle caratteristiche che questo presenta, sia per poter essere utilizzato con il maggior profitto, sia per prevenire eventuali danni derivanti dal suo utilizzo.

In attuazione di uno dei criteri di delega è stata introdotta una nuova disciplina volta al rafforzamento della tutela dei consumatori in materia di televendite (articoli 28-32).

La parte III (articoli 33-101) riguarda il rapporto di consumo.

La disciplina del contratto costituisce l'oggetto principale di tale gruppo di disposizioni. Alcune regole riguardano, trasversalmente, tutti i contratti, riferendosi a particolari modalità di circolazione dei beni o dei servizi. Altre norme si riferiscono a specifici settori, definendo la disciplina di determinati contratti.

Il titolo I ha per oggetto i contratti dei consumatori in generale e contiene le norme di tutela del consumatore in tema di clausole vessatorie abusive, finora contenute nel Codice Civile (articoli 1469-*bis* e seguenti). Altre norme fino ad oggi contenute nel Codice Civile (gli articoli 1519-*bis* e seguenti, in tema di vendita di beni mobili di consumo) sono inserite nella parte IV del Codice del Consumo.

L'inserimento all'interno del Codice del Consumo di tali disposizioni, originariamente contenute nel Codice Civile, non era previsto nello schema di provvedimento, approvato in via preliminare dal Consiglio dei Ministri.

L'innovazione costituisce la puntuale attuazione di una precisa indicazione contenuta nel parere reso dalla Sezione consultiva per gli atti normativi del Consiglio di Stato nell'Adunanza del 20 dicembre 2004.

Nello stesso senso si pone la richiesta formulata dal Senato nel parere reso lo scorso 9 marzo, nel quale, proprio con riferimento a tali disposizioni, la competente Commissione aveva auspicato il coordinamento tra le disposizioni in materia di tutela del consumatore e quelle del Codice Civile, "al fine di evidenziare il carattere unitario del Codice quale fonte di disciplina in materia di consumo".

L'omissione di tali disposizioni, peraltro, avrebbe privato il presente Codice di alcune disposizioni fondamentali in tema di tutela del consumatore, incidendo sull'organicità della disciplina e impedendo un'accurata opera di raccordo tra dette norme e quelle collocate al di fuori del Codice Civile. Si pensi all'indispensabile coordinamento tra le norme in materia di azioni delle associazioni dei consumatori, presenti nell'originario articolo 1469-*sexies* c.c., e quelle similari trasferite nel Codice del Consumo.

Dette norme erano frutto di recenti novelle legislative al Codice Civile introdotte, in attuazione rispettivamente delle direttive 93/13 e 99/44 CE, dalla legge n. 52 del 1996 (poi novellata dalle leggi n. 526 del 1999 e n. 14 del 2003) e dal decreto legislativo n. 24 del 2002.

La scelta di intervenire sul Codice Civile, all'epoca, era stata motivata dall'assenza di una sede capace di raccogliere organicamente le norme sul consumatore, non essendosi rivelata idonea a tale fine la normativa introdotta con il d.P.R. n. 224 del 1988, attuativa della direttiva n. 85/374 CEE sui prodotti difettosi. Il sopravvenire del Codice del Consumo fa, ora, venire meno quelle esigenze che giustificarono la temporanea inserzione nel Codice Civile, da un lato, di un apposito titolo (*XIV-bis*) alla fine della parte generale sul contratto e prima della disciplina dei singoli contratti e, dall'altro, del § 1-*bis* rubricato "*Della vendita dei beni di consumo*".

Il nuovo Codice costituisce, oggi, la sede sistematicamente più idonea in cui collocare le disposizioni in oggetto, inserendole nell'ambito della disciplina organica di protezione del consumatore, come auspicato nelle stesse relazioni governative alle normative ora richiamate.

Ovviamente, nell'espungere le suindicate disposizioni dal Codice Civile e nell'introdurle nel Codice del Consumo, si è provveduto alla creazione di disposizioni di raccordo tra il *corpus* civilistico e il nuovo "Codice di settore", finalizzate a ribadire la soggezione dei contratti del consumatore ai principi generali e alla normativa del Codice Civile, per quanto non diversamente disposto.

In tale modo, si mira ad evitare qualsiasi dubbio interpretativo, confermando la persistente applicabilità al consumatore di regole generali e di principi fondamentali sanciti dal Codice Civile.

Il Codice del Consumo è reso coerente con il nuovo processo di riassetto normativo, ispirato all'esigenza di riordino sostanziale e di riduzione delle fonti normative. La raccolta codicistica assume una portata sistematica, orientata a idee capaci di garantire l'unità e la coerenza complessiva della disciplina.

Lo spostamento di sede delle norme in questione si fonda su un'ulteriore considerazione: la normativa di fonte comunitaria a tutela del consumatore ruota intorno ad un'esigenza di protezione speciale di questo soggetto, qualificato come "parte debole" del rapporto con l'interlocutore professionale, rispetto al quale si trova in una posizione di "asimmetria contrattuale".

Di qui un approccio specifico, ignoto al Codice Civile del 1942, fondato invece su un concetto formale di eguaglianza, diretto a garantire una tutela sostanziale, attenta all'equilibrio effettivo - normativo ed economico - del contratto.

Ciò trova conferma nella previsione di meccanismi di riequilibrio, basati su "nullità di protezione", rilevabili, anche d'ufficio, ma solo a vantaggio del contraente debole. La stessa finalità è perseguita attraverso la scelta di affiancare alla difesa individuale strumenti di tutela processuale a carattere associativo, capaci di sopperire alla debolezza economica e professionale del consumatore, visto come individuo singolo.

Evidente appare, pertanto, la necessità di riportare detti *principi speciali* nell'ambito del Codice di settore. Così come intuibile si appalesa il vantaggio pratico, per i consumatori, consistente nella concreta possibilità di consultare, in un unico testo normativo, tutte le disposizioni finalizzate alla loro protezione specifica.

Non si ritiene di aderire, invece, al ricordato parere espresso dal Consiglio di Stato, nella parte in cui suggerisce la sostituzione, nel testo dell'articolo 33 (il quale riproduce l'articolo 1469-bis, primo comma, del Codice Civile), dell'espressione "*malgrado la buona fede*" con le parole: "*in contrasto con la buona fede*".

Infatti, il testo attuale offre un maggiore livello di tutela al consumatore, permettendo di qualificare come abusive le clausole contrattuali che determinano un significativo squilibrio tra le prestazioni, in danno del consumatore, nonostante la buona fede soggettiva dell'altro contraente, senza richiedere l'accertamento ulteriore della violazione delle regole della buona fede.

Infine, ancora una volta in conformità al parere del Consiglio di Stato, negli articoli 33 e seguenti (ex articolo 1469-bis e seguenti c.c.) si è provveduto a sostituire il termine "*inefficacia*" con quello, più tecnico, di "*nullità*".

Il Codice del Consumo prevede una disposizione generale riguardante le regole che devono ispirare tutta l'attività commerciale. Difatti, è stato ritenuto opportuno inserire nel corpo del Codice i principi che ispirano la proposta di direttiva comunitaria sulla correttezza delle pratiche commerciali.

È apparso utile un riferimento alla erogazione dei pubblici servizi per quanto riguarda il cittadino consumatore, sia pure nella forma di una disposizione di coordinamento che rinvia alle specifiche discipline di settore.

La parte IV (articoli 102-135) riguarda la sicurezza e qualità dei prodotti. In particolare, vengono raccolte e coordinate le disposizioni in tema di responsabilità per prodotti difettosi, di certificazione di qualità, di garanzia legale di conformità e di garanzia commerciale per i beni di consumo.

Sono state altresì introdotte nel corpo del Codice le norme in materia di sicurezza generale dei prodotti previste dal decreto legislativo 21 maggio 2004, n. 172, attuativo della direttiva 2001/95/CE, nonché - come precedentemente illustrato - le disposizioni in tema di vendita di beni di consumo, attualmente contenute negli articoli 1519-bis e seguenti del Codice Civile.

La parte V (articoli 136-141) riguarda le associazioni dei consumatori e l'accesso alla giustizia, con particolare riferimento all'individuazione delle associazioni rappresentative a livello nazionale ed alle azioni proponibili dalle medesime.

Infine, la parte VI (articoli 142-146) contiene le disposizioni finali e le abrogazioni, cui fanno seguito due allegati.

## 7. Analisi delle singole disposizioni

Passando all'analisi del contenuto delle singole disposizioni, può osservarsi quanto segue.

L'articolo 1 riproduce parte del comma 1 dell'articolo 1 della legge n. 281 del 1998, integrato con un opportuno riferimento alla Carta costituzionale e all'articolo 153 del Trattato CE. Il riferimento all'articolo 153 del Trattato CE consente di assumere la fonte comunitaria, in cui esplicitamente si prevede la promozione di un elevato livello di protezione dei consumatori, a principio informatore di tutta la disciplina in materia di tutela dei consumatori. Il richiamo alla Costituzione, d'altro canto, permette di sottolineare come la normativa in materia consumeristica, pur avendo solide basi solo in ambito comunitario, si riannodi alla disciplina costituzionale in tema di diritti della persona.

Con la locuzione "processi di acquisto e di consumo" si vuole definire l'intero rapporto di consumo, non limitato ai soli aspetti contrattuali, ma comprendente anche gli aspetti preliminari (informazione, pubblicità e altre forme di comunicazione) e quelli conseguenti all'atto di acquisto in senso stretto (recesso, garanzie, rimedi e risarcimenti).

L'articolo 2 riproduce la restante parte del comma 1 dell'articolo 1 della legge n. 281 del 1998, nonché il comma 2 dello stesso articolo.

L'articolo 3 contiene le definizioni dei concetti giuridici utilizzati nel Codice e precedentemente impiegati nei vari testi normativi oggetto del riassetto.

L'articolo 4 contiene norme di coordinamento, relative ai principi cui deve informarsi l'educazione del consumatore. Si specifica che l'attuazione delle disposizioni di cui a questo articolo non comporta oneri a carico del bilancio dello Stato, trattandosi di criteri per lo svolgimento di funzioni già previste dall'ordinamento.

Gli articoli dal 5 al 12 riproducono le disposizioni contenute nella legge 10 aprile 1991, n. 126 (*Norme per l'informazione al consumatore*), come modificata dalla legge 22 febbraio 1994, n. 146, tenendo altresì conto del relativo regolamento di attuazione, recato dal decreto ministeriale 8 febbraio 1997, n. 101. Peraltro, è stata aggiunta all'articolo 6 la lettera c), relativa all'ipotesi di prodotto proveniente da un Paese estraneo all'Unione Europea.

Gli articoli dal 13 al 17 riproducono gli articoli da 1 a 5 del decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 84, sull'indicazione dei prezzi per unità di misura, costituente attuazione della direttiva 98/6/CE, relativa alla protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi offerti ai medesimi.

All'articolo 15, in ottemperanza a quanto richiesto dalla Conferenza unificata, nonché alle indicazioni fornite del Consiglio di Stato, si è esplicitata l'applicabilità della disposizione anche alla vendita dei carburanti.

L'articolo 18 introduce disposizioni generali in materia di pubblicità e comunicazioni commerciali, anche al fine di rendere possibile l'inserimento futuro di ulteriori disposizioni all'interno del *corpus* codicistico.

Gli articoli dal 19 al 27 riproducono gli articoli da 1 a 8 del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, come modificato dal decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 67 ("Attuazione della direttiva 84/450/CEE, come modificata dalla direttiva 97/55/CE in materia di pubblicità ingannevole e comparativa") nonché dalla 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 diffu-

si attraverso mezzi di comunicazione. Il Codice prevede alcune variazioni rispetto alle norme originarie, di seguito illustrate:

*a) alla lettera d) del comma 1 dell'articolo 20, nella definizione di operatore pubblicitario, è stata inserita, su specifica segnalazione del Ministero della comunicazioni, in alternativa alla nozione di "proprietario del mezzo", quella di "responsabile della programmazione radiofonica o televisiva"; la medesima modifica è stata inserita al comma 10 dell'articolo 26;*

*b) all'articolo 21, comma 1, lettera c), il riferimento ai "diritti di proprietà intellettuale" è comprensivo del diritto d'autore e dei diritti ad esso connessi.*

*c) all'articolo 25, comma 1, è stato fatto salvo il divieto previsto dalla sopravvenuta legge 3 maggio 2004, n. 112, articolo 10, comma 3;*

*d) all'articolo 26 non è stato riprodotto il comma 14 dell'articolo 7 del decreto legislativo n. 74 del 1992, in quanto la relativa disposizione è confluita nel testo dell'articolo 139.*

Gli articoli 28 e 29 costituiscono norme di mero coordinamento, finalizzate al rafforzamento della tutela del consumatore in materia di televendite, in conformità ai principi di delega.

All'interno dell'articolo 28 sono aggiunte specifiche disposizioni tratte dal Codice di autoregolamentazione del 14 maggio 2002 in materia di televendite e spot di televendita di beni e servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili, di servizi relativi ai pronostici concernenti il gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip, lotterie e giochi similari, riscritte e rielaborate secondo specifiche indicazioni fornite dalle competenti Commissioni di entrambi i rami del Parlamento.

Gli articoli 30 e 31 riproducono, rispettivamente, commi diversi del medesimo articolo 3-bis della legge 30 aprile 1998, n. 122, introdotto dall'articolo 52 della legge 1° marzo 2002, n. 39.

L'articolo 32 contiene la disciplina sanzionatoria in materia di televendite, conformemente all'articolo 6 della delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001 dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, recante il regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite.

Gli articoli 33-37 riproducono le ricordate disposizioni contenute negli articoli dal 1469-bis al 1469-sexies del Codice Civile.

L'articolo 38 contiene una norma di mero coordinamento.

L'articolo 39 introduce regole generali nelle attività commerciali, conformi ai principi generali di diritto comunitario in tema di pratiche commerciali sleali.

Gli articoli 40 e 41 riproducono gli articoli 1 e 2 del 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'articolo 42, riproduce integralmente i commi 4 e 5 dell'articolo 125 del decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, testo unico delle leggi in materia bancaria e creditizia.

Considerando le perplessità manifestate dalla X Commissione della Camera dei deputati, e pur tenendo conto delle osservazioni svolte dal Consiglio di Stato, si è ritenuto preferibile non modificare l'attuale previsione normativa, che prevede la responsabilità sussidiaria del finanziatore solo nei casi in cui vi sia un rapporto di esclusiva con il fornitore.

La *ratio* della disposizione, data dalla necessità di corresponsabilizzare il finanziatore che faccia parte in senso lato della struttura organizzativa del venditore, ricorre, comunque, nel caso in cui vi sia un rapporto stabile ed esclusivo tra il finanziatore e il fornitore.

L'articolo 43 contiene un mero rinvio al testo unico bancario.

L'articolo 44 costituisce una norma di coordinamento che richiama la disciplina generale in materia di commercio.

L'articolo 45 riproduce il testo dell'articolo 1 del decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50 - Attuazione della direttiva n. 85/577/CEE in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali, sostituendo, però, la locuzione "operatore commerciale" con il termine "professionista". La modifica è opportuna per ragioni di uniformità del Codice ed è conforme alla definizione generale contenuta nell'articolo 3.

L'articolo 46 riproduce l'articolo 3 del decreto legislativo n. 50 del 1992, sostituendo sia la locuzione "valori mobiliari" con quella "strumenti finanziari" (in conseguenza di quanto disposto dal sopravvenuto decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58) sia il termine "nonché" (lettera a) del comma 1) con l'espressione "e", al fine di uniformare il testo a quello della relativa direttiva comunitaria.

L'articolo 47 costituisce norma di coordinamento, finalizzata all'omogeneizzazione delle disposizioni sul diritto di recesso, conformemente ai criteri di delega.

L'articolo 48 disciplina un'ipotesi di esclusione del diritto al recesso.

L'articolo 49 costituisce una norma di coordinamento che rinvia alla disciplina generale in materia di commercio.

Gli articoli da 50 a 61 riproducono, sostanzialmente, le norme del decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 185 (Attuazione della direttiva 97/7/CE relativa alla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza), specificamente individuate nelle rubriche dei singoli articoli, con le seguenti modifiche:

*a) dall'articolo 50 sono state eliminate alcune definizioni (consumatore e fornitore: quest'ultimo sostituito con il termine "professionista"), inserite in via generale all'articolo 3 del Codice;*

*b) all'articolo 52, commi 3 e 5, è stato aggiunto il riferimento alla normativa sul commercio elettronico.*

L'articolo 62 riproduce gli articoli 11 del decreto legislativo n. 50 del 1992 e 12 del decreto legislativo n. 185 del 1999.

L'articolo 63 ricalca gli articoli 12 del decreto legislativo n. 50 del 1992 e 14 del decreto legislativo n. 185 del 1999.

Gli articoli da 64 a 67 rappresentano una puntuale attuazione del principio di delega relativa all'omogeneizzazione del diritto di recesso. A tale fine sono state riprodotte, omogeneizzando e fondendole tra loro, le relative disposizioni contenute sia nel decreto legislativo n. 50 del 1992, sia nel decreto legislativo n. 185 del 1999. Tali disposizioni sono specificamente indicate nelle rubriche dei singoli articoli.

L'articolo 68 è una mera norma di coordinamento che rinvia, per le parti non disciplinate dal Codice, alla specifica disciplina in materia di commercio elettronico.

Gli articoli da 69 a 81 riproducono le disposizioni contenute negli articoli da 1 a 12 del decreto legislativo n. 427 del 1998, recante l'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, cui sono state apportate le seguenti modifiche:

a) l'articolo 69 recepisce l'articolo 1 del decreto legislativo n. 427 del 1998, così come modificato dall'articolo 4, comma 2, lettera a), della legge n. 135 del 2001, che, a sua volta, detta una diversa definizione del bene immobile. La definizione di "acquirente" è stata modificata per accogliere al suo interno la definizione generale di consumatore prevista dall'articolo 3;

b) non si è ritenuto, poi, di accogliere il suggerimento espresso dal Consiglio di Stato, relativo alla sostituzione - all'interno dell'attuale articolo 70, comma 1, lettera d) - del termine "determinato" con quello "ultimato", sia perché la parola "ultimato", fa riferimento ad una realtà non giuridica ma fattuale (la determinazione è la fase in cui l'obbligo contrattuale individua il suo oggetto, indipendentemente dallo stato di perfezionamento di quest'ultimo, mentre l'ultimazione è il momento in cui l'attività edilizia ha termine), il cui concreto accertamento potrebbe creare evidenti problemi pratici (non essendo univoca l'individuazione del momento di ultimazione della costruzione) sia perché la medesima norma, al punto 3) della stessa lettera d) prevede l'ipotesi di immobile non ancora determinato né completato, con ciò stesso evidenziando che negli altri casi previsti nella stessa lettera si versa in ipotesi di immobile completato (id est ultimato) ma non determinato.

c) il comma 1 dell'articolo 73 estende il termine per l'esercizio del diritto di recesso a dieci giorni lavorativi, omogeneizzandolo con quello indicato nell'articolo 64 in via generale;

d) l'articolo 75 detta una norma di coordinamento con la disciplina generale in materia di diritto di recesso;

e) gli articoli 76, 80 e 81 costituiscono la puntuale riproduzione di altrettanti articoli del decreto legislativo n. 427 del 1998, come modificato dalla legge n. 135 del 2001. In particolare, l'articolo 76 recepisce l'articolo 7 del decreto legislativo n. 427 del 1998, come modificato dall'articolo 4, comma 2, lettera b), della legge n. 135 del 2001; l'articolo 80 recepisce l'articolo 11 del decreto legislativo n. 427 del 1998, come modificato dall'articolo 10, comma 1, lettera a) della legge n. 39 del 2002; l'articolo 81 recepisce l'articolo 12 del decreto legislativo n. 427 del 1998, come modificato dall'articolo 10, comma 1, lettera b) della legge n. 39 del 2002.

Gli articoli dall'82 al 100 riproducono le corrispondenti disposizioni contenute nel decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 111 (Attuazione della direttiva n. 90/314/CEE concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti "tutto compreso"), con le seguenti modifiche:

a) l'articolo 82, comma 2, è stato modificato rispetto al testo originario, per raccordarne la disciplina con quella dei contratti a distanza. La disposizione originaria del decreto legislativo n. 111 del 1995 era la seguente: "Il presente decreto si applica altresì ai pacchetti turistici negoziati fuori dai locali commerciali, ferme restando le disposizioni del decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50";

b) l'articolo 83 riproduce, modificati secondo criteri di razionalizzazione e semplificazione, gli articoli 3, 4 e 5 del decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 111, così come modificati dall'articolo 11, comma 6, della legge 29 marzo 2001, n. 135, tenuto, altresì conto delle indicazioni contenute nel parere reso dal Senato;

c) all'articolo 84 si è ritenuto di elidere il riferimento alle autorizzazioni di cui deve essere in possesso l'organizzatore del viaggio. Difatti, pur nella consapevolezza che l'abrogazione dell'articolo 9 della legge 17 maggio 1983, n. 217 (richiamato del d.lgs. n. 111 del 1995) non abbia eliminato l'obbligo di autorizzazione, oggi disciplinato dalle leggi regionali di settore secondo l'attuale sistema di riparto delle competenze legislative, così come delineato anche dalla legge quadro sul turismo n. 135 del 2001 e dal successivo d.P.C.M. del 13 settembre 2002, si è ritenuto inopportuno inserire in un contesto normativo con vocazione codicistica un riferimento ad istituti amministrativi soggetti all'iniziativa normativa regionale, che potrebbe anche adottare soluzioni non unitarie.

*d) all'articolo 88, si è modificata la lettera h) per raccordarne la disciplina con quella dei contratti a distanza. L'articolo 101 introduce una norma di coordinamento in materia di servizi pubblici, con la previsione di interventi, nell'ambito delle rispettive competenze, dello Stato e delle Regioni.*

Gli articoli dal 102 al 113 costituiscono puntuale riproposizione delle corrispondenti disposizioni contenute nel decreto legislativo 21 maggio 2004, n. 172 (Attuazione della direttiva n. 2001/95/CE relativa alla sicurezza generale dei prodotti), con le seguenti modificazioni:

*a) all'articolo 106, comma 1, è stata estesa anche alle altre amministrazioni competenti per materia, la partecipazione alle procedure di consultazione e di coordinamento tramite l'utilizzo del Sistema pubblico di connettività. Al comma 4, si è ritenuto necessario operare un raccordo con la legge n. 281 del 1998, costituente la legge cardine in materia di tutela dei consumatori, che stabilisce precisi criteri di rappresentatività delle associazioni dei consumatori operanti a livello nazionale. L'espressione usata dall'articolo 4, comma 4, del decreto legislativo n. 172 del 2004 rappresentava, invece, la pedissequa riproduzione della formulazione contenuta nell'articolo 5 del decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 115, antecedente alla richiamata legge n. 281 del 1998;*

*b) l'articolo 107 disciplina la materia dei controlli sulla sicurezza dei prodotti immessi sul mercato, in particolare le attività di cui al comma 8, sono svolte facendo ricorso alle risorse umane e strumentali disponibili, senza ulteriori oneri a carico del bilancio dello Stato. Al comma 6, le parole "bilancio dello Stato" sono state sostituite dalla locuzione "finanza pubblica".*

Gli articoli dal 114 al 127 riproducono le corrispondenti disposizioni contenute nel decreto del Presidente della Repubblica 24 maggio 1988, n. 224, come modificato dal decreto legislativo 2 febbraio 2001, n. 25.

Gli articoli dal 128 al 135 come già illustrato, riproducono gli articoli da 1519-bis a 1519-octies del Codice Civile, in tema di vendita di beni di consumo.

L'articolo 136 riprende l'articolo 4 della legge n. 281 del 1998, come modificato dall'articolo 5 della legge n. 340 del 2000, prevedendo che un componente del Consiglio sia designato dalla Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, anziché dalla Conferenza dei Presidenti delle Regioni.

L'articolo 137 riproduce l'articolo 5 della legge n. 281 del 1998, come modificato dall'articolo 3 del decreto legislativo n. 224 del 2001, con le seguenti modifiche:

*a) al comma 5, ultimo periodo, il riferimento all'articolo 4 della legge 4 gennaio 1968, n. 15, è stato sostituito dal richiamo agli articoli 46 e seguenti del decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445;*

*b) il comma 5-bis dell'articolo 5 della legge n. 281 del 1998, come modificato dall'articolo 3 del decreto legislativo n. 224 del 2001 è stato rinumerato come comma 6.*

L'articolo 138 riproduce l'articolo 6 della legge n. 281 del 1998.

L'articolo 139 recepisce la parte dell'articolo 3 della legge n. 281 del 1998 relativa all'attribuzione della legittimazione ad agire per le associazioni dei consumatori iscritte nell'elenco, riformulata secondo le indicazioni fornite nei pareri resi dalle competenti Commissioni di Camera e Senato.

L'articolo 140 riproduce l'articolo 3 della legge n. 281 del 1998, come modificato dall'articolo 2 del decreto legislativo 23 aprile 2001, n. 224, e dall'articolo 11, comma 1, della legge 1 marzo 2002, n. 39, con le seguenti modifiche:

a) l'autorità giudiziaria competente è stata individuata nel "tribunale", omogeneizzando, in conformità alla riforma dell'ordinamento giudiziario che ha introdotto il giudice unico di primo grado, i vari termini previsti nell'originaria disposizione (giudice competente e pretore);

b) al comma 2, su concorde richiesta delle competenti Commissioni di entrambi i rami del Parlamento, si è esplicitato che la procedura di conciliazione extragiudiziale per la composizione delle controversie in materia di consumo può svolgersi sia dinanzi alla camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura competente per territorio, sia dinanzi agli altri organismi di composizione previsti a norma dell'articolo 141;

c) al comma 4 si è precisato che il tribunale accerta la regolarità formale del processo verbale di conciliazione in composizione monocratica;

d) al comma 7 vengono tenute distinte l'ipotesi di inadempimento al provvedimento del giudice da quella di violazione degli obblighi risultanti dal verbale di conciliazione: nel primo caso, il giudice fissa un termine per l'adempimento degli obblighi stabiliti dal provvedimento; nel secondo, invece, viene data facoltà alle parti di adire il tribunale perché, con procedimento in camera di consiglio, fissi le conseguenze di tale inadempimento.

e) il comma 10 è stato aggiunto per dare una risposta ai numerosi dubbi sorti in via interpretativa circa i rapporti tra la legge n. 281 del 1998 e l'articolo 1469-sexies c.c.

Si è chiarito che l'azione inibitoria proponibile dalle associazioni dei consumatori ai sensi della norma codicistica sarà regolata - così come espressamente prevede la direttiva 98/27/CE - secondo le disposizioni del Codice del Consumo (quelle, cioè, all'epoca introdotte dalla legge n. 281 del 1998), sia con riguardo ai soggetti legittimati (le sole associazioni dei consumatori ed utenti iscritte nell'elenco di cui all'articolo 137), sia con riguardo all'ambito dei provvedimenti ottenibili (non solo propriamente inibitori, ma anche ripristinatori, nonché finalizzati all'applicazione delle misure coercitive ed alla pubblicazione del provvedimento).

L'articolo 141 ottempera a quanto previsto dai criteri di delega stabiliti dall'articolo 7 della legge n. 229 del 2003 circa la possibilità di attivare forme di composizione extragiudiziale delle controversie, favorite allo scopo di deflazionare il carico di contenzioso pendente ed agevolare la rapida soluzione delle liti.

L'articolo 142 contiene una norma di coordinamento con le disposizioni del Codice Civile.

L'articolo 143 riunisce in un'unica norma quanto già previsto dalle diverse disposizioni richiamate in rubrica.

L'articolo 144, descrive un meccanismo di aggiornamento delle norme per disciplinare le modalità di futura modifica del Codice.

L'articolo 145 contiene una disposizione di salvaguardia delle competenze normative regionali e delle province autonome di Trento e di Bolzano.

L'articolo 146 contiene le abrogazioni sia delle norme inserite nel Codice, sia di quelle precedentemente già abrogate, al fine di evitarne (anche in via interpretativa) la reviviscenza.

Dei due allegati presenti, l'uno riproduce l'allegato II della direttiva n. 2001/95/CE previsto dall'articolo 6, comma 3 del decreto legislativo 21 maggio 2004, n. 172, e l'altro l'allegato II all'attuale decreto legislativo n. 185 del 1999, contenente l'elencazione dei servizi finanziari di cui all'articolo 51 del Codice, così come suggerito nel parere reso dal Consiglio di Stato.

Il provvedimento non comporta oneri a carico del bilancio dello Stato.

Finito di stampare nel mese di marzo 2006

Tipolitografia Rocografica - Roma