

MILANO  
LODI  
MONZA BRIANZA



F.I.M.A.A.

## MODIFICHE AL “CODICE DEL CONSUMO” D.LGS 206 del 6 settembre 2005

(a cura del dott. Michele Pizzullo, Consulente legale nazionale FIMAA Italia)

Sulla Gazzetta Ufficiale n. 66 del 18/03/2023 è stato pubblicato il D.Lgs 26 del 7/03/2023, recante “Attuazione della 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”.

Il D.Lgs di attuazione della Direttiva UE 2019/2161 cd. “Direttiva Omnibus”, entrato in vigore il 2/04/2023 (eccetto che per le norme sulle riduzioni di prezzo che si applicheranno dal 1/07/2023), contiene nuove disposizioni normative per rafforzare la tutela dei consumatori nel caso di clausole vessatorie, pratiche commerciali scorrette, concorrenza sleale o comunicazioni commerciali non veritiere, e operano una revisione dell’impianto sanzionatorio al fine di garantire la massima armonizzazione a livello europeo nella tutela dei consumatori, adeguando altresì le previsioni normative alle evoluzioni soprattutto dei modelli di business e delle transazioni on-line, introducendo rilevanti modifiche e integrazioni al “**Codice del Consumo**”, di cui al D.Lgs 206 del 6/09/2005 che, a norma dell’art. 39, impone il rispetto dei principi di buona fede, di correttezza e di lealtà, valutati anche alla stregua delle esigenze di protezione delle categorie di consumatori.

Vengono dunque ampliati gli obblighi informativi in capo al professionista nonché le sanzioni applicabili dall’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM).

Per quanto di specifico interesse professionale, al D.Lgs. 206 del 2005 sono state apportate le seguenti modificazioni e integrazioni:

- **l’art. 18** (Definizioni) - comma 1, dopo le definizioni di a) «consumatore»: qualsiasi persona fisica che, nelle pratiche commerciali oggetto del presente titolo, agisce per fini che non rientrano nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale e b) «professionista»: qualsiasi persona fisica o giuridica che, nelle pratiche commerciali oggetto del presente titolo, agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale e chiunque agisce in nome o per conto di un professionista, alla lett. c) definisce «prodotto»: qualsiasi bene o servizio, compresi i **beni immobili**, i servizi digitali e il contenuto digitale, nonché i diritti e gli obblighi. All’art. 18, dopo la lett. n) «professione regolamentata», sono inserite le lettere n-bis) «classificazione»: rilevanza relativa attribuita ai prodotti, come illustrato, organizzato o comunicato dal professionista, a prescindere dai mezzi tecnologici usati per tale presentazione, organizzazione o comunicazione” e n-ter) «mercato online»: un 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;

- **l’art. 19** (Ambito di applicazione) - comma 1, dispone che l’ambito di applicazione alle pratiche commerciali scorrette tra professionisti e consumatori<sup>1</sup> poste in essere prima, durante e dopo un’operazione commerciale relativa a un prodotto è esteso alle pratiche commerciali scorrette (art. 20; relativamente alle pratiche commerciali ingannevoli e aggressive, articoli da 21 a 26) tra

---

<sup>1</sup> L’art. 18, comma 1, lett. d) definisce “pratiche commerciali tra professionisti e consumatori” qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale ivi compresa la pubblicità e la commercializzazione del prodotto, posta in essere da un professionista, in relazione alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori.

professionisti e microimprese<sup>2</sup>. Per le microimprese la tutela in materia di pubblicità ingannevole e di pubblicità comparativa illecita è assicurata in via esclusiva dal D.Lgs 145 del 2/08/2007, recante “Attuazione dell’art. 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole”, disponendo, all’art. 1, che la pubblicità deve essere palese, veritiera e corretta;

- **l’art. 27** (Tutela amministrativa e giurisdizionale) - con l’introduzione dei commi 9 e 9-bis, prevede che con il **provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta o l’utilizzo di clausole vessatorie**, come definite all’art. 33, comma 1 (cfr. art. 37-bis, co. 2-bis), l’Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM) dispone inoltre l’applicazione di **una sanzione amministrativa pecuniaria da € 5.000 a € 10.000.000**, tenuto conto della gravità e della durata della violazione ed anche delle condizioni economiche e patrimoniali del professionista. Nel caso di pratiche commerciali scorrette ai sensi dell’art. 21, commi 3 e 4, la sanzione non può essere inferiore a € 50.000 (co. 9).

In caso di **sanzioni inflitte a norma dell’art. 21 del regolamento (UE) 2017/2394** del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 12/12/2017, **l’importo massimo della sanzione irrogata dall’Autorità è pari al 4% del fatturato annuo del professionista** realizzato in Italia ovvero negli Stati membri dell’Unione europea interessati dalla relativa violazione. Qualora le informazioni sul fatturato annuo non siano disponibili, l’importo massimo della sanzione irrogata dall’Autorità è pari a € 2.000.000 (co. 9-bis). In caso di inottemperanza ai provvedimenti d’urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti ed **in caso di mancato rispetto degli impegni assunti, l’Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da € 10.000 a € 10.000.000**, anche tenuto conto delle condizioni economiche e patrimoniali del professionista. Nei casi di reiterata inottemperanza l’Autorità può disporre la sospensione dell’attività d’impresa per un periodo non superiore a trenta giorni (co. 12).

Ai sensi del comma 15-bis, i consumatori lesi da pratiche commerciali sleali possono altresì adire il giudice ordinario al fine di ottenere rimedi proporzionati ed effettivi, compresi il risarcimento del danno subito e, ove applicabile, la riduzione del prezzo o la risoluzione del contratto, tenuto conto, se del caso, della gravità e della natura della pratica commerciale sleale, del danno subito e di altre circostanze pertinenti. Sono fatti salvi ulteriori rimedi a disposizione dei consumatori;

- **l’art. 45** (Definizioni) - al comma 1:

a) introduce la lett. d-bis) secondo la quale «dato personale» è quello definito dall’art. 4, punto 1), del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 27/04/2016, ossia qualsiasi informazione riguardante una persona fisica identificata o identificabile («interessato»); si considera identificabile la persona fisica che può essere identificata, direttamente o indirettamente, con particolare riferimento a un identificativo come il nome, un numero di identificazione, dati relativi all’ubicazione, un identificativo online o a uno o più elementi caratteristici della sua identità fisica, fisiologica, genetica, psichica, economica, culturale o sociale;

b) modifica le definizioni recate dalle lettere e) ed f): la lett. e) definisce «contratto di vendita» qualsiasi contratto in base al quale il professionista trasferisce o si impegna a trasferire la proprietà di beni al consumatore, inclusi i contratti che hanno come oggetto sia beni che servizi; la lett. f) definisce «contratto di servizi» qualsiasi contratto diverso da un contratto di vendita in base al quale il professionista fornisce o si impegna a fornire un servizio, compreso un servizio digitale, al consumatore;

c) introduce le lettere q-bis «servizio digitale»: un servizio che consente al consumatore di creare, trasformare, archiviare i dati o di accedervi in formato digitale, oppure 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; q-ter) «mercato online»: un 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”; q-quater) «fornitore di mercato online»: qualsiasi professionista che fornisce un mercato online ai consumatori; q-quinquies) «compatibilità»: la capacità del contenuto digitale o del servizio digitale di funzionare con hardware o software con cui sono normalmente utilizzati contenuti digitali o servizi digitali dello stesso tipo, senza che sia necessario convertire il

---

<sup>2</sup> L’art. 18, comma 1, lett. d-bis definisce “microimprese” le entità, società o associazioni che, a prescindere dalla forma giuridica, esercitano un’attività economica, anche a titolo individuale o familiare, occupando meno di dieci persone e realizzando un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiori a due milioni di euro, ai sensi dell’art. 2, paragrafo 3, dell’allegato alla raccomandazione n. 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003.

contenuto digitale o il servizio digitale; q-sexies) «funzionalità»: la capacità del contenuto digitale o del servizio digitale di svolgere tutte le sue funzioni in considerazione del suo scopo; q-septies) «interoperabilità»: la capacità del contenuto digitale o del servizio digitale di funzionare con hardware o software diversi da quelli con cui sono normalmente utilizzati i contenuti digitali o i servizi digitali dello stesso tipo;

- **l'art. 46** (Ambito di applicazione) - comma 1-bis, estende l'ambito di applicazione della "Direttiva Omnibus" alle piattaforme che offrono servizi digitali dietro corrispettivo in forma di denaro e in forma di dati personali per i consumatori;

- **l'art. 47** (Esclusioni) - comma 1, prevede, mediante l'introduzione della lett. o-bis), che le disposizioni delle Sezioni da I a IV del Capo I non si applicano ai contratti relativi ai beni oggetto di vendita forzata o comunque venduti secondo altre modalità dalle autorità giudiziarie;

- **l'art. 49** (Obblighi di informazione nei contratti a distanza e nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali) - comma 1, mediante la modifica della lett. c), dispone che prima che il consumatore sia vincolato da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali o da una corrispondente offerta, il professionista fornisce al consumatore le informazioni seguenti, in maniera chiara e comprensibile: l'indirizzo geografico dove il professionista è stabilito, il suo numero di telefono e il suo indirizzo elettronico. Inoltre, se il professionista fornisce qualsiasi altro mezzo di comunicazione elettronica che garantisca al consumatore di poter intrattenere con lui una corrispondenza scritta, che rechi la data e l'orario dei relativi messaggi, su un supporto durevole, il professionista deve fornire anche le informazioni relative a tale altro mezzo. Tutti questi mezzi di comunicazione forniti dal professionista devono consentire al consumatore di contattarlo rapidamente e di comunicare efficacemente con lui. Ove applicabile, il professionista fornisce anche l'indirizzo geografico e l'identità del professionista per conto del quale agisce.

Al comma 4 è previsto che i riferimenti al **periodo di recesso** di 14 giorni nelle istruzioni tipo sul recesso di cui all'allegato I, parte A, sono sostituiti da riferimenti a un periodo di recesso di **30 giorni** nei casi di cui all'art. 52, comma 1-bis;

- **l'art. 49-bis** (Obblighi di informazione supplementari specifici per i contratti conclusi su mercati online) - dispone che prima che un consumatore sia vincolato da un contratto a distanza, o da una corrispondente offerta, su un mercato online, il fornitore del mercato online, fermo restando quanto previsto dalla parte II, Titolo III, indica altresì al consumatore, in maniera chiara e comprensibile e in modo appropriato al mezzo di comunicazione a distanza:

a) informazioni generali, rese disponibili in un'apposita sezione dell'interfaccia online che sia direttamente e facilmente accessibile dalla pagina in cui sono presentate le offerte, in merito ai principali parametri che determinano la classificazione, quale definita all'art. 18, comma 1, lett. n-bis), delle offerte presentate al consumatore come un risultato della sua ricerca e all'importanza relativa di tali parametri rispetto ad altri parametri;

b) se il terzo che offre beni, servizi o contenuto digitale è un professionista o meno, sulla base della dichiarazione del terzo stesso al fornitore del mercato online;

c) nel caso in cui il terzo che offre i beni, i servizi o il contenuto digitale non sia un professionista, che al contratto non si applicano i diritti dei consumatori derivanti dal diritto dell'Unione europea sulla tutela dei consumatori;

d) se del caso, il modo in cui gli obblighi relativi al contratto sono ripartiti tra il terzo che offre i beni, i servizi o il contenuto digitale e il fornitore del mercato online. Tali informazioni lasciano impregiudicata la responsabilità che il fornitore del mercato online o il professionista terzo ha in relazione al contratto in base ad altre norme di diritto europeo o nazionale.

Le presenti disposizioni lasciano impregiudicata l'applicazione, per quanto di competenza, delle norme contenute nel decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, in materia di obblighi di informazione per i fornitori dei mercati online;

- **l'art. 52** (Diritto di recesso) - mediante l'introduzione del comma 1-bis, prevede che il periodo di recesso di 14 giorni, di cui al comma 1, riconosciuto al consumatore in caso di contratto concluso a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali è esteso da 14 a **30 giorni** in caso di visite al domicilio non richieste e di escursioni organizzate per vendere prodotti;

- **l'art. 53** (Non adempimento dell'obbligo d'informazione sul diritto di recesso) - al comma 2 prevede che se il professionista fornisce al consumatore le informazioni sul diritto di recesso entro dodici mesi dalla data di cui all'art. 52, comma 2, il periodo di recesso termina 14 giorni dopo il

giorno in cui il consumatore riceve le informazioni. Nel caso di contratti conclusi nel contesto di visite non richieste di un professionista presso l'abitazione di un consumatore oppure di escursioni organizzate da un professionista con lo scopo o con l'effetto di promuovere o vendere prodotti ai consumatori di cui all'art. 52, comma 1-bis, tale periodo termina 30 giorni dopo il giorno in cui il consumatore riceve le informazioni (per le modalità di esercizio del diritto di recesso si veda l'art. 54);

- **l'art. 56** (Obblighi del professionista nel caso di recesso) - mediante l'introduzione dei commi 3-bis, 3-ter, 3-quater, 3-quinquies e 3-sexies, dispone che per quanto riguarda i dati personali del consumatore, il professionista rispetta gli obblighi applicabili a norma del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016 (co. 3-bis).

Il professionista si astiene dall'utilizzare qualsiasi contenuto, diverso dai dati personali, che è stato fornito o creato dal consumatore durante l'utilizzo del contenuto digitale o del servizio digitale fornito dal professionista, salvo quando tale contenuto:

- a) è privo di utilità al di fuori del contesto del contenuto digitale o del servizio digitale fornito dal professionista;
- b) riguarda unicamente l'attività del consumatore durante l'utilizzo del contenuto digitale o del servizio digitale fornito dal professionista;
- c) è stato aggregato dal professionista ad altri dati e non può essere disaggregato o può esserlo soltanto con sforzi sproporzionati;
- d) è stato generato congiuntamente dal consumatore e da altre persone, e se altri consumatori possono continuare a farne uso (co. 3-ter);

Fatta eccezione per le situazioni di cui al comma 3-ter, lett. a), b) o c), il professionista, su richiesta del consumatore, mette a disposizione di questi qualsiasi contenuto, diverso dai dati personali, fornito o creato dal consumatore durante l'utilizzo del contenuto digitale o del servizio digitale fornito dal professionista (co. 3-quater);

Il consumatore ha il diritto di recuperare dal professionista tali contenuti digitali gratuitamente e senza impedimenti, entro un lasso di tempo ragionevole e in un formato di uso comune e leggibile da dispositivo automatico (co. 3-quinquies);

In caso di recesso dal contratto, il professionista può 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, fatto salvo quanto previsto al comma 3-quater (co. 3-sexies);

- **l'art. 57** (Obblighi del consumatore nel caso di recesso) - comma 2-bis, dispone che in caso di recesso dal contratto, il consumatore si astiene dall'utilizzare il contenuto digitale o il servizio digitale e dal metterlo a disposizione di terzi; mediante la modifica del comma 4, lett. b), il consumatore non sostiene alcun costo per la fornitura, in tutto o in parte, del contenuto digitale che non è fornito su un supporto materiale quando il consumatore non ha dato il suo previo consenso espresso circa l'inizio della prestazione prima della fine del periodo di 14 o 30 giorni di cui all'art. 52;

- **l'art. 59** (Eccezioni al diritto di recesso) - mediante la modifica del comma 1, lettere a) e o) e l'introduzione del comma 1-bis, prevede che il diritto di recesso di cui agli articoli da 52 a 58 per i contratti a distanza e i contratti negoziati fuori dei locali commerciali è escluso relativamente ai contratti di servizi dopo la completa prestazione del servizio ma, se il contratto impone al consumatore l'obbligo di pagare, solo se l'esecuzione è iniziata con il previo consenso espresso del consumatore e l'accettazione del fatto che perderà il proprio diritto di recesso a seguito della completa esecuzione del contratto da parte del professionista (lett. a)); ai contratti per la fornitura di contenuto digitale mediante un supporto non materiale se l'esecuzione è iniziata e, se il contratto impone al consumatore l'obbligo di pagare, qualora:

- 1) il consumatore abbia dato il suo previo consenso espresso a iniziare la prestazione durante il periodo di diritto di recesso;
- 2) il consumatore abbia riconosciuto di perdere così il proprio diritto di recesso;
- 3) il professionista abbia fornito la conferma conformemente all'art. 50, comma 2, o all'art. 51, comma 7 (lett. o). Le eccezioni al diritto di recesso non si applicano 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 (co. 1-bis).