

Le nuove norme a tutela del consumatore



Il nostro percorso



**Esecutività e
ambito di
applicazione del D.
lgs. 26/2023**

**Novità sul piano
sostanziale
introdotte dal D. lgs.
26/2023**

**Novità sul piano
procedurale introdotte
dal D. lgs. 28/2023**



D. lgs. 26/2023

- Decreto attuativo della Direttiva UE 2019/2161 (cd. Direttiva Omnibus) il cui obiettivo è modernizzare il diritto eurounitario dei consumatori;
- Norme **esecutive a partire dal 2 aprile 2023** (ad eccezione delle disposizioni in materia di riduzione dei prezzi, applicabili dal **1° luglio 2023**);
- Modifiche al codice del consumo che impattano su **qualsiasi rapporto B2C**;

NUOVE REGOLE PER L'ANNUNCIO DI RIDUZIONE DEL PREZZO

Art. 17-Bis Codice del Consumo

Ogni annuncio di riduzione del prezzo dovrà recare:

- I. la percentuale di sconto applicata;
- II. l'indicazione del prezzo più basso applicato dal professionista nei 30 giorni precedenti.




Esempio

- Sconto del 50%
- Prezzo praticato nei 30 giorni precedenti: 100 €

Il venditore dovrà presentare 100 € quale prezzo precedente barrato, sulla cui base calcolare la riduzione del 50%, anche qualora l'ultimo prezzo di vendita del bene sia stato superiore

→ Art 17- Bis si applica al **VENDITORE**

Casi particolari:

- Il prezzo viene ribassato a più riprese durante la medesima campagna di vendita → il prezzo da indicare è quello praticato precedentemente alla prima riduzione
- Prodotti immessi sul mercato da meno di 30 giorni → indicare il periodo in cui è stato praticato il prezzo precedente, prima della riduzione
-  In caso di inosservanza → Sanzione pecuniaria da 1.000 a 3.098 €

Ambito di applicazione

Si applica anche alle **VENDITE STRAORDINARIE**



vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione e le vendite promozionali nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti.



Non si applica a

Vendite sotto costo



Prodotti agricoli e alimentari deperibili

Prezzi di Lancio



Politiche promozionali che NON sono oggetto della normativa sugli annunci di riduzione del prezzo

- La pubblicità comparativa con i prezzi praticati dai concorrenti, secondo le regole che la disciplinano;
- i casi in cui la riduzione del prezzo è subordinata a specifiche condizioni diverse dal mero acquisto del prodotto (es. operazioni a premio, programmi fedeltà);
- Promozioni soggette a condizione (es. 3x2)
- Offerte *ad personam* (es. compleanno)
- Riduzione di prezzo con oggetto indeterminato (es. sconto del 20% sul prodotto più caro);
- Buoni sconto/ voucher/ cash back
- Vantaggi al consumatore nel caso di vendite abbinate;
- Prezzi di lancio di prodotti non venduti dal professionista nei 30 giorni precedenti;
- Annunci generici sulla convenienza derivante dall'applicazione di prezzi continuativi (es. «prezzi bassi sempre», «bassi e fissi»).

CASI DI FALSI SCONTI



I falsi sconti del Black Friday 2022: il 23% è stato ingannevole

Lo rivela un'indagine condotta dalla Commissione europea: il 43% dei siti web ha violato le norme Ue per i consumatori



Riprende il processo a Conforama Svizzera

La catena di negozi, con sede a Ecublens (VD), è accusata di aver truffato i suoi clienti con sconti ingannevoli:

- I. Le campagne pubblicitarie mostravano un prezzo dell'articolo prima dello sconto che in realtà non era mai stato applicato.
- II. Il gruppo avrebbe anche fornito confronti di prezzo con i concorrenti, anch'essi non corrispondenti alla realtà



Nuovi obblighi informativi del Professionista

- Indicare l'eventuale disponibilità di strumenti di comunicazione elettronica che consentono la comunicazione diretta con il professionista e conservano i messaggi scambiati, registrando data e ora;
- dichiarare se «il prezzo è stato personalizzato sulla base di un processo decisionale automatizzato»;
- prevedere un promemoria per il consumatore per la garanzia di conformità sui prodotti, contenuti o servizi digitali acquistati;
- specificare le funzionalità dei beni con elementi digitali, del contenuto o servizio digitale;
- informare circa la compatibilità ed interoperabilità dei beni con elementi digitali, dei contenuti digitali/ servizi digitali, di cui il professionista sia a conoscenza o di cui ci si possa «ragionevolmente attendere che sia venuto a conoscenza».

I MARKETPLACE ONLINE



Art. 18 comma 1 lettera n-ter)

«mercato online»: un servizio che utilizza un software, compresi 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.

I soggetti coinvolti sono

Professionista

Titolare del Marketplace

Consumatore

Acquirente sul marketplace

Venditore

Professionista/consumatore

OBBLIGHI INFORMATIVI PER IL TITOLARE DEL MARKETPLACE

Art 49- bis

Obblighi di informazione supplementari specifici per i contratti conclusi su mercati online

- Indicare quali sono i criteri che determinano il ranking dei prodotti mostrati al consumatore;
- precisare se il venditore sia un professionista o un consumatore, e solo in quest'ultimo caso, informare esplicitamente il consumatore acquirente che non sarà tutelato dalla normativa in materia di diritti dei consumatori (applicabile solo ai rapporti B2C);
- Specificare la ripartizione degli obblighi derivanti dal contratto tra il venditore e il titolare del marketplace.

Art. 52 comma 1-bis

Periodo per esercitare il diritto di recesso **esteso da 14 a 30 giorni**



«per i contratti conclusi nel contesto di visite non richieste da un professionista presso l'abitazione di un consumatore oppure di escursioni organizzate da un professionista allo scopo o con l'effetto di promuovere o vendere prodotti ai consumatore»

L'estensione non si applica se è il consumatore a richiedere la visita del professionista, a meno che la visita non sia richiesta dal consumatore ma da questo organizzata in forma collettiva, coinvolgendo anche altri consumatori.

Art. 56 comma 3-ter **Obblighi del Professionista**

Se il consumatore esercita il diritto di recesso, il professionista non potrà utilizzare, e dovrà restituire se richiesto, i contenuti creati dal consumatore prima di recedere il contratto, a meno che tali contenuti:

- Siano «privi di utilità al di fuori dal contesto del contenuto digitale o del servizio digitale fornito dal professionista»;
- Siano relativi unicamente all'attività del consumatore durante l'utilizzo
- «è stato aggregato dal professionista ad altri dati e non può essere disaggregato» o questo sia possibile solo con sforzi sproporzionati;
- «è stato generato congiuntamente dal consumatore e da altre persone, e se altre persone possono continuare a farne uso».

Art. 57 comma 2-bis **Obblighi del consumatore**

«In caso di recesso dal contratto, il consumatore si astiene dall'utilizzare il contenuto digitale o il servizio digitale e di metterlo a disposizione di terzi».

NUOVE PRATICHE COMMERCIALI INGANNEVOLI

Recensioni online



Art. 22 comma 5-Bis codice del consumo

Obbligo in capo al professionista di rivelare se e in che modo garantisce la veridicità delle recensioni

Art. 23 - si considerano pratiche ingannevoli:

- Indicare che le recensioni provengono da «consumatori reali» senza disporre misure atte a verificare che ciò corrisponda al vero;
- Invio di recensioni false, anche sui social media al fine di promuovere alcuni prodotti

Cosa può fare un eCommerce per tutelarsi dalle recensioni false?

CBA



tripadvisor





Posizionamento a Pagamento

Costituisce pratica commerciale ingannevole NON indicare con chiarezza ai consumatori quando il posizionamento dei prodotti tra i risultati di ricerca, per le ricerche effettuate dal consumatore sul sito, è dovuto ad un pagamento effettuato da parte del venditore

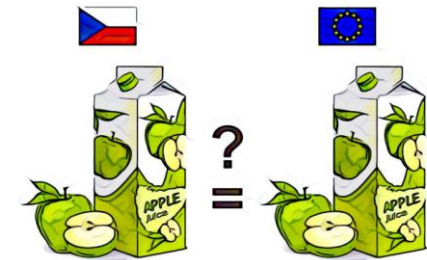
Rivendita di biglietti per eventi

Se il professionista li ha acquistati tramite strumenti automatizzati per eludere limiti quantitativi di acquisto



Dual Quality

Attività di *marketing* volte a promuovere un bene come identico a un bene commercializzato in altri Stati membri, sebbene significativamente diverso per composizione o caratteristiche (es. Dual Quality alimentare)



- **Entità sanzione amministrativa pecuniaria:** Massimo edittale aumentato da 5 milioni di euro a 10 milioni di euro.
- Minimo edittale fissato ad euro 50.000 nei casi di pratiche scorrette concernenti prodotti suscettibili di porre **in pericolo la salute e la sicurezza** dei consumatori o che minaccino, anche indirettamente, la sicurezza dei minori.
- **Mancato rispetto dei provvedimenti di urgenza e inibitori disposti dal Garante o di rimozione:** Massimo edittale innalzato a 10 milioni di e possibilità di sospensione dell'attività d'impresa ad opera dell'Autorità per un periodo non superiore a 30 giorni nel caso di reiterata inottemperanza.



INASPIMENTO DEL QUADRO SANZIONATORIO

Nel caso di “infrazioni diffuse” a livello transfrontaliero all’interno dell’UE: il massimo edittale è pari al 4% del fatturato annuo realizzato in Italia o negli stati membri UE dal professionista (in assenza di dati sul fatturato, l’importo massimo è di 2 milioni di euro);



Possibilità per il consumatore di adire il giudice ordinario per ottenere rimedi proporzionati, incluso il risarcimento del danno e se del caso la riduzione del prezzo o alla risoluzione del contratto.



CLAUSOLE VESSATORIE

- Sanzione amministrativa pecuniaria: da un min di 5.000 a un max 1.000.000;
- Violazione con dimensione unionale: importo max sanzione 4% del fatturato annuo realizzato in Italia o negli stati membri UE dove si è verificata la violazione.

DATI PERSONALI COME CORRISPETTIVO

Equiparazione tra i dati personali e corrispettivo non è nuova



Principio già espresso dal D. lgs 170/2021 che, in attuazione della Direttiva 2019/770 sui contratti di fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali, ha introdotto gli articoli dal 135 *octies* al 135 *vicies-ter*



I dati personali NON sono intesi come corrispettivo se:

- a) Sono trattati dal professionista solo per fornire il bene con elementi digitali, il contenuto o servizio digitale,
- b) La fornitura dei dati è necessaria affinché il professionista possa assolvere a degli obblighi di legge e non tratti i dati per nessun altro scopo



D. lgs. 26/2023

CBA

Al consumatore che riceve il prodotto, contenuto o servizio digitale in cambio dei propri dati personali si applicano gli articoli dal 48 al 67 del Codice del Consumo relativi a:

Art. 48

Informazioni precontrattuali per i contratti NON conclusi al di fuori dei locali commerciali

Art. 49-59

Informazioni precontrattuali e diritto di recesso per i contratti stipulati fuori dai locali commerciali

Art. 60-65

Consegna; tariffe per l'utilizzo di mezzi di pagamento; passaggio del rischio; tariffa per la comunicazione telefonica con il professionista, ove prevista; pagamenti supplementari.

Art. 66-67

Tutela amministrativa e giurisdizionale; tutela in base ad altre disposizioni



- introdotta dal D. lgs. 28/2023 in recepimento della Direttiva 2020/1828 sulle azioni rappresentative a tutela degli interessi collettivi dei consumatori
- in vigore dal 25 giugno 2023

Nuova azione rappresentativa dei consumatori definita come un'azione per la tutela degli **interessi collettivi dei consumatori**



Derivanti da «violazioni dei **regolamenti e delle direttive elencate espressamente nell'allegato II del decreto legislativo**» (es. responsabilità per danno da prodotti difettosi, clausole abusive nei contratti con i consumatori, indicazione dei prezzi al consumo)

- Esperibili **esclusivamente da uno degli enti legittimati**

associazioni
rappresentative
dei
consumatori e
degli utenti
preselezionati
ex art. 137

organismi
pubblici
indipendenti
delineati
dall'art. 3, n. 6
del Reg. UE
2017/2394

enti designati in
altri Stati membri
iscritti nell'elenco
all'uopo
predisposto dalla
Commissione
Europea.

- La decisione di rivolgersi all'autorità giudiziaria è rimessa **esclusivamente ai predetti enti**



Ex art. 147- *Septies*, comma 1, Cod. Consumo, si prescinde dal conferimento di un incarico preventivo da parte di taluno dei consumatori concretamente messi a repentaglio o colpiti dalla violazione denunciata.

- Legittimati passivi: **professionisti**
in generale 

categoria più ampia rispetto alle
imprese (art. 840-*bis* c.p.c.)

AZIONI RAPPRESENTATIVE



NAZIONALI

Quando lo Stato in cui viene intentata l'azione è quello di designazione dell'ente stesso



in questo caso l'azione è esperibile davanti all'autorità giudiziaria italiana dalle azioni inserite nell'elenco tenuto dal Ministero delle imprese e del made in Italy (Art. 137 cod. cons.)



TRANFRONTALIERE

Quando lo Stato membro in cui l'azione viene intentata non coincide con quello di designazione dell'ente legittimato



uno o più enti, legittimati da altri Stati membri ed inseriti nell'elenco dell'art. 5 par. 1 della direttiva potranno agire in giudizio davanti all'autorità italiana, così come gli enti legittimati in Italia potranno esercitare l'azione rappresentativa in un altro Stato membro.

Tutela inibitoria

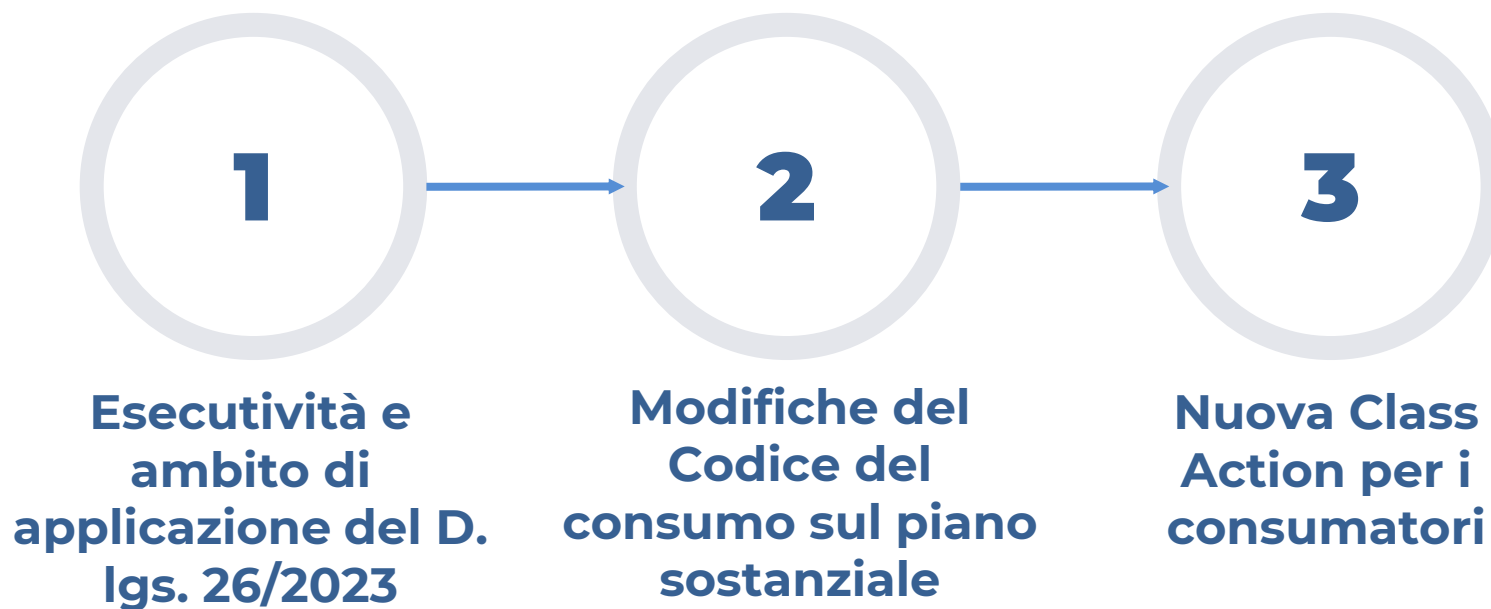
- I provvedimenti inibitori che l'ente legittimato può chiedere al giudice: cessazione divieto di reiterazione della condotta omissiva o commissiva di violazione delle norme a tutela dei consumatori e pubblicazione del provvedimento su uno o più quotidiani.
- L'ente legittimato **non ha l'onere di provare la colpa o il dolo del convenuto**, né le perdite o i danni effettivi subiti dai singoli consumatori.
- Il giudice può emettere anche misure di **coercizione indiretta**, fissando un termine per l'adempimento degli obblighi stabiliti con previsione di un pagamento di una somma di denaro per ogni giorno di ritardo.

Tutela compensativa

- I provvedimenti compensativi sono misure finalizzate a rimediare al pregiudizio subito, anche col pagamento di una somma di denaro, o con la riparazione, sostituzione, risoluzione del contratto, riduzione o rimborso del prezzo (si applicano, in quanto compatibili, gli artt. da 840 quater a 840 terdecies, e l'art. 840 quinquiesdecies c.p.c.)
- Prima della definizione della causa, le parti possono depositare una **proposta transattiva** o conciliativa e il Tribunale può invitare le parti a raggiungere una transazione.
- In caso di accoglimento della domanda il giudice fissa un contributo di modesta entità per gli aderenti (art. 840 sexies co 1 lett h) ma la novità è che il singolo consumatore, in caso di soccombenza è condannato al rimborso delle **spese a favore del resistente solo in caso di mala fede o colpa grave**.

La Direttiva Omnibus e le modifiche al codice del consumo

Cosa abbiamo visto



Avv. Barbara Sartori

Barbara.sartori@cbalex.com



www.cbalex.com

20122 MILANO

C.so Europa, 15

Tel. +39 (0)2 778061

Fax +39 (0)2 76021816

E-Mail: milano@cbalex.com

00198 ROMA

Via Donizetti, 10

Tel. +39 (0)6 89262900

Fax +39 (0)6 89262921

E-Mail: roma@cbalex.com

35137 PADOVA

Galleria dei Borromeo, 3

Tel. +39 (0)49 0979500

Fax +39 (0)49 0979541

E-Mail: padova@cbalex.com

30135 VENEZIA

Santa Croce, 251

Tel. +39 (0)41 2440266

Fax +39 (0)41 2448469

E-Mail: venezia@cbalex.com

D-80539 MÜNCHEN

Ludwigstrasse, 10

Tel. +49 (0)89 99016090

Fax +49 (0)89 990160999

E-Mail: muenchen@cbalex.com