

# Le nuove norme a tutela del consumatore



## Il nostro percorso



**1**  
Esecutività e  
ambito di  
applicazione del D.  
lgs. 26/2023

**2**  
Novità sul piano  
sostanziale  
introdotte dal D. lgs.  
26/2023

**3**  
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 €

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

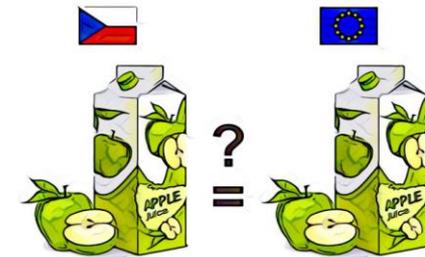
## Rivendita di biglietti per eventi

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](http://www.cbalex.com)

**20122 MILANO**

C.so Europa, 15  
Tel. +39 (0)2 778061  
Fax +39 (0)2 76021816  
E-Mail: [milano@cbalex.com](mailto:milano@cbalex.com)

**00198 ROMA**

Via Donizetti, 10  
Tel. +39 (0)6 89262900  
Fax +39 (0)6 89262921  
E-Mail: [roma@cbalex.com](mailto:roma@cbalex.com)

**35137 PADOVA**

Galleria dei Borromeo, 3  
Tel. +39 (0)49 0979500  
Fax +39 (0)49 0979541  
E-Mail: [padova@cbalex.com](mailto:padova@cbalex.com)

**30135 VENEZIA**

Santa Croce, 251  
Tel. +39 (0)41 2440266  
Fax +39 (0)41 2448469  
E-Mail: [venezia@cbalex.com](mailto:venezia@cbalex.com)

**D-80539 MÜNCHEN**

Ludwigstrasse, 10  
Tel. +49 (0)89 99016090  
Fax +49 (0)89 990160999  
E-Mail: [muenchen@cbalex.com](mailto:muenchen@cbalex.com)