



DIRETTIVA OMNIBUS: NUOVE NORME PER LA TUTELA DEI CONSUMATORI

Lo scorso marzo è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale il Decreto legislativo 26/2023 che dà attuazione alla Direttiva UE 2019/2161 (cd. Direttiva Omnibus) con cui sono state introdotte importanti modifiche al Codice del Consumo nell'ottica di rafforzare la tutela nei confronti del consumatore e di garantire omogeneità sanzionatoria all'interno dell'Unione Europea.

Le nuove norme, **esecutive a partire dal 2 aprile 2023** (ad eccezione delle disposizioni in materia di riduzione dei prezzi, applicabili dal 1° luglio 2023), impattando su qualsiasi rapporto B2C, richiedono necessariamente che gli operatori che offrono beni/ servizi all'interno del territorio dell'Unione Europea adeguino i propri canali *e-commerce* e i propri documenti contrattuali rispetto alle novità legislative per evitare di incorrere nelle nuove e ingenti sanzioni.

Di particolare rilievo è anzitutto l'ampliamento del novero delle pratiche commerciali scorrette e l'inasprimento del regime sanzionatorio applicabile alle stesse e ai casi di clausole vessatorie.

DISPOSIZIONI	SANZIONI
<p><u>Ampliato il novero delle pratiche commerciali scorrette</u>, come ad esempio</p> <p>(i) attività di <i>marketing</i> volte a promuovere un bene come identico a un bene commercializzato in altri Stati membri, sebbene significativamente diverso per composizione o caratteristiche (c.d. <i>dual quality</i>);</p> <p>(ii) fornire risultati di risposta ad una ricerca <i>online</i> del consumatore senza che sia chiaramente indicato che essi hanno natura promozionale;</p> <p>(iii) rivendita ai consumatori di biglietti per eventi se il professionista li ha acquistati tramite strumenti automatizzati per eludere limiti quantitativi di acquisto;</p> <p>(iv) fornire l'accesso a recensioni di consumatori senza che siano adottate misure trasparenti in grado di verificare che esse provengono da consumatori che abbiano effettivamente acquistato il prodotto;</p> <p>(v) invio di recensioni false, falsi apprezzamenti.</p>	<p>Massimo edittale aumentato da 5 milioni di euro a 10 milioni di euro.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>Massimo edittale innalzato a 10 milioni di euro nei casi di inottemperanza ai provvedimenti di urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti e degli impegni assunti 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.</p> <p>È in ogni caso fatto salvo il diritto del consumatore di avere accesso al risarcimento del danno subito e, se pertinente, alla riduzione del prezzo o alla risoluzione del contratto, senza pregiudizio per ogni ulteriore rimedio previsto dalla legge.</p>
<p>Contratti con <u>clausole vessatorie</u></p>	<p>Oltre alla nullità di protezione, AGCM può irrogare le medesime sanzioni previste per le pratiche commerciali scorrette (<i>cfr.</i> primi tre punti di cui sopra)</p>

Molte altre le novità introdotte nel Codice del Consumo e tutte ispirate alla parola chiave trasparenza o comunque volte alla “digitalizzazione” del dettato codicistico:

- ✓ ogni annuncio di riduzione del prezzo dovrà recare, oltre alla percentuale di sconto applicata, anche l’indicazione del prezzo più basso applicato dal professionista nei 30 giorni precedenti. Sottratti a tale obbligo i prodotti agricoli e alimentari deperibili e i “prezzi di lancio”. Questa previsione non è inoltre applicabile in caso di vendite sotto costo;
- ✓ ampliamento degli obblighi informativi nei contratti a distanza e negoziati fuori dai locali commerciali (ad esempio: obbligo di fornire l’indirizzo geografico ed elettronico del professionista ed il numero telefonico; per i beni con elementi digitali il professionista deve fornire informazioni sulla funzionalità, compatibilità e interoperabilità degli stessi, e comunicare al consumatore se il prezzo è stato personalizzato sulla base di decisioni prese in via automatizzata);
- ✓ obblighi supplementari per i contratti conclusi tramite mercati online (informazioni generali, rese disponibili in un’apposita sezione direttamente e facilmente accessibile dalla pagina in cui le offerte sono presentate; informazioni sui criteri di *ranking* delle offerte; indicazione specifica, ove la controparte non sia un professionista, che al contratto non si applica il Codice del Consumo; ripartizione responsabilità tra *provider* e venditore);
- ✓ estensione del diritto di recesso a 30 giorni per i contratti conclusi in occasione di visite non richieste di un professionista presso l’abitazione di un consumatore ovvero di escursioni organizzate per promuovere o vendere prodotti ai consumatori, ed eliminazione di alcune eccezioni al diritto di recesso (ad esempio, sarà ammesso anche per i beni sigillati per i quali normalmente non è previsto il recesso);
- ✓ applicabilità di alcune disposizioni previste dal codice del consumo (su obblighi informativi, diritto di recesso, obblighi di consegna, mezzi di pagamento, ecc.) anche a contratti di acquisto di prodotti digitali con la fornitura di dati personali del consumatore a titolo di corrispettivo (eccetto i casi in cui i dati personali forniti dal consumatore siano trattati dal professionista esclusivamente ai fini della fornitura del contenuto digitale o per consentire l’assolvimento degli obblighi di legge cui il professionista è soggetto);
- ✓ possibilità per il professionista, in caso di recesso dal contratto del consumatore – e fatte salve alcune eccezioni – di impedire a quest’ultimo qualsiasi ulteriore utilizzo del contenuto o del servizio digitale, rendendolo inaccessibile al consumatore o disattivando il suo *account* utente.

La presente panoramica non ha pretese di esaustività, rappresentando una sintesi delle novità di maggior rilievo introdotte dal D. Lgs. 26/2023, in merito alle quali restiamo comun-



que disponibili per ogni chiarimento o specifica valutazione sull'impatto effettivo che le stesse hanno sulla contrattualistica rilevante.

Barbara Sartori

barbara.sartori@cbalex.com

Luca Tramontin

luca.tramontin@cbalex.com

Giulia Cipriani

giulia.cipriani@cbalex.com

Silvia Campesato

sivia.campesato@cbalex.com



www.cbalex.com

MILANO

C.so Europa, 15 - 20122 Milano
Tel. +39 02 778061
Fax +39 02 76021816
E-mail: milano@cbalex.com

ROMA

Via Donizetti, 10 - 00198 Roma
Tel. +39 06 89262900
Fax +39 06 89262921
E-mail: roma@cbalex.com

PADOVA

Galleria dei Borromeo, 3 - 35137 Padova
Tel. +39 049 0979500
Fax +39 049 0979521
E-mail: padova@cbalex.com

VENEZIA

Santa Croce, 251 - 30135 Venezia
Tel. +39 041 2440266
Fax +39 041 2448469
E-mail: venezia@cbalex.com

MÜNCHEN

Ludwigstrasse 10 - D-80539 München
Tel. +49 (0)89 99016090
Fax +49 (0)89 990160999
E-mail: muenchen@cbalex.com