



Obblighi informativi precontrattuali rafforzati e diritto di recesso

Visto che i contratti telematici sono **contratti stipulati a distanza**, si applicano a essi alcune norme specificamente previste per questo tipo di contratti, quali, principalmente, obblighi di informativa precontrattuale rafforzati e diritto di recesso ossia la possibilità riconosciuta al consumatore di “ripensare” al contratto concluso, potendo ritirarsi dal medesimo unilateralmente e senza alcuna motivazione.

Innanzitutto, come detto, il Codice del consumo (D.lgs. 206/2005) prevede oggi, a seguito del D.lgs. 21/2014, **obblighi di informazione rafforzati in caso di contratti a distanza**, quali appunto quelli conclusi on line, e di contratti negoziati fuori dei locali commerciali, che si sommano a quelli già previsti dal D.lgs. 70/2003 di cui sopra, al paragrafo 2.2.2 e, per i servizi, dal D.lgs. 59/2010.

Prima che il consumatore sia vincolato da un tale contratto, l'impresa (o altro “professionista”) deve fornire al consumatore, in maniera chiara e comprensibile, le informazioni seguenti (articolo 49 Codice del consumo):

- **caratteristiche principali dei beni o servizi**, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi;
- **identità** dell'impresa;
- **recapiti** dell'impresa, ossia l'indirizzo geografico dove l'impresa è stabilita e il suo numero di telefono, di fax e l'indirizzo elettronico, ove disponibili, per consentire al consumatore di contattare rapidamente l'impresa e comunicare efficacemente con essa (e, se del caso, l'indirizzo geografico e l'identità dell'impresa per conto della quale essa agisce);
- se diverso da quello che precede, l'indirizzo geografico della sede dell'impresa a cui il consumatore può indirizzare eventuali **reclami** (e, se del caso, quello dell'impresa per conto della quale agisce);
- **prezzo totale** dei beni o dei servizi comprensivo delle imposte o, se la natura dei beni o servizi comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo e, se del caso, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali e ogni altro costo oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore; nel caso di un contratto a tempo indeterminato o di un contratto comprendente un abbonamento, il prezzo totale include i costi totali per periodo di fatturazione; se i costi totali non possono essere ragionevolmente calcolati in anticipo, devono essere fornite le **modalità di calcolo** del prezzo. Si noti che, se l'impresa non adempie agli obblighi di informazione di cui a questo punto, il consumatore non è tenuto a sostenere queste spese. Particolare cautela è imposta in relazione ai contratti conclusi con mezzi elettronici, nei quali l'impresa non solo deve comunicare, in modo chiaro ed evidente, prima che il consumatore inoltri l'ordine, le informazioni precontrattuali relative alle caratteristiche del bene e servizio, al prezzo e altri costi e alla durata del contratto e al recesso, ma deve anche garantire che, al momento di inoltrare l'ordine, il consumatore riconosca espressamente

che l'ordine implica l'obbligo di pagare, tanto che, se l'inoltro dell'ordine implica di azionare un pulsante, il **pulsante** deve riportare in modo facilmente leggibile soltanto le parole "ordine con obbligo di pagare" o una formulazione corrispondente inequivocabile. Se l'impresa non osserva queste indicazioni, il consumatore non è vincolato dal contratto o dall'ordine. I siti di commercio elettronico devono poi indicare in modo chiaro e leggibile, al più tardi all'inizio del processo di ordinazione, se si applicano restrizioni relative alla consegna e quali mezzi di pagamento sono accettati;

- costo dell'utilizzo del **mezzo di comunicazione** a distanza per la conclusione del contratto, quando tale costo è calcolato su una base diversa dalla tariffa di base;
- modalità di **pagamento, consegna** ed esecuzione, la data entro la quale l'impresa si impegna a consegnare i beni o a prestare i servizi e, se del caso, il trattamento dei **reclami** da parte dell'impresa;
- in caso di esistenza di un **diritto di recesso**, le condizioni, i termini e le procedure per esercitare tale diritto conformemente al medesimo Codice del consumo;
- se del caso, l'informazione che il consumatore dovrà sostenere il **costo della restituzione dei beni** in caso di recesso; si noti che, se l'impresa non adempie agli obblighi di informazione di cui a questo punto, il consumatore non è tenuto a sostenere questi costi;
- se non è previsto un diritto di recesso ai sensi dell'articolo 59 del Codice del consumo, l'informazione che il consumatore **non beneficerà del diritto di recesso** o, se del caso, le circostanze in cui il consumatore perde il diritto di recesso;
- un promemoria dell'esistenza della **garanzia legale di conformità** per i beni;
- se del caso, l'esistenza e le condizioni dell'**assistenza postvendita** al consumatore, dei servizi postvendita e delle **garanzie commerciali**;
- l'esistenza di **codici di condotta** pertinenti, come definiti all'articolo 18.1.f del Codice del consumo, e come possa esserne ottenuta copia, se del caso;
- la **durata** del contratto, se del caso, o, se il contratto è a tempo indeterminato o è un contratto a rinnovo automatico, le condizioni per il **recesso** dal contratto;
- se del caso, la **durata minima** degli obblighi del consumatore a norma del contratto;
- se del caso, l'esistenza e le condizioni di **depositi o altre garanzie finanziarie** che il consumatore è tenuto a pagare o fornire su richiesta dell'impresa;
- se del caso, la funzionalità del **contenuto digitale**, comprese le misure applicabili di protezione tecnica;
- qualsiasi **interoperabilità** pertinente del contenuto digitale con l'hardware e il software, di cui l'impresa sia a conoscenza o di cui ci si possa ragionevolmente attendere che sia venuto a conoscenza, se applicabile;
- se applicabile, la possibilità di servirsi di un **meccanismo extra-giudiziale di reclamo** e ricorso cui l'impresa è soggetta e le condizioni per avervi accesso.

In merito alle **modalità di erogazione delle informazioni** di cui sopra, la legge prevede che siano fornite su un supporto durevole (invio di e-mail), essere leggibili e presentate in un linguaggio semplice e comprensibile, formano parte integrante del contratto a distanza o del contratto con il consumatore, non possono quindi essere modificate, se non con accordo espresso delle parti e che, nel caso di utilizzazione di tecniche che consentono una comunicazione individuale, le predette informazioni devono essere fornite, ove il consumatore lo richieda, in lingua italiana. L'onere della prova relativo all'adempimento agli obblighi di informazione incombe sull'impresa, che deve poi anche

fornire al consumatore una copia del contratto concluso, su un mezzo durevole (e-mail) ed entro un termine ragionevole dalla conclusione del contratto a distanza e, al più tardi, al momento della consegna dei beni oppure prima che l'esecuzione del servizio abbia inizio (articoli 49, 50, 51 del Codice del consumo).

Nei contratti a distanza è, inoltre, riconosciuto al consumatore il **diritto di recesso** dal contratto (artt. 520 ss. del Codice del consumo), che consiste nel diritto di sciogliere unilateralmente il vincolo contrattuale (recedere), senza doverne specificare il motivo (e senza dover sostenere costi diversi da quelli di trasporto di cui si dirà di seguito), da esercitarsi nel termine di:

- **140 giorni** dal ricevimento della merce oppure, in caso di prestazione di servizi, dalla conclusione del contratto, termine valido a condizione che il consumatore sia stato correttamente ed esaustivamente informato dall'impresa delle modalità di esercizio del diritto di recesso (articolo 52 Codice del consumo) oppure,
- **12 mesi** dopo la fine del periodo iniziale (determinato come detto al punto che precede), nel caso in cui l'impresa non abbia fornito al consumatore le informazioni sul diritto di recesso; se tuttavia, nel corso dei 12 mesi, l'impresa fornisce al consumatore le predette informazioni, il periodo di recesso è di 14 giorni dal giorno in cui il consumatore sia stato informato in merito al diritto di recesso (articolo 53 Codice del consumo).

Per **esercitare il diritto di recesso**, il consumatore deve inviare all'impresa, prima della scadenza del periodo di recesso, una comunicazione volta ad informarla della sua decisione di recedere dal contratto; a tal fine può utilizzare il modulo tipo di cui all'allegato I, parte B, del Codice del consumo o altra dichiarazione che l'impresa abbia predisposto e pubblicato sul proprio sito web oppure il consumatore può presentare una qualsiasi altra dichiarazione esplicita in tal senso. L'impresa è poi tenuta a confermare al consumatore, su un supporto durevole, il ricevimento della comunicazione di recesso. L'onere della prova relativa all'esercizio del diritto di recesso grava sul consumatore (articolo 54 Codice del consumo), tuttavia, già in passato, è stato deciso che l'avviso di ricevimento della raccomandata non si considera condizione essenziale per provare l'esercizio del diritto di recesso, se così fosse, infatti, l'impresa potrebbe impedire al consumatore di esercitare il suo diritto di recesso non ritirando la raccomandata.

A seguito del recesso del consumatore, l'impresa ha l'**obbligo di rimborsare** a quest'ultimo tutte le somme ricevute dal consumatore, comprese le spese di consegna, se del caso. Il rimborso deve avvenire senza indebito ritardo e, comunque, entro 14 giorni dal giorno in cui l'impresa è stata informata della decisione del consumatore di recedere dal contratto, tuttavia, nei contratti di vendita, a meno che l'impresa abbia offerto di ritirare essa stessa i beni, l'impresa può differire il rimborso sino a che non abbia ricevuto i beni oppure sino a che il consumatore non abbia dimostrato di averli rispediti, a seconda di quale situazione si verifichi per prima. L'impresa deve eseguire il rimborso utilizzando lo stesso mezzo di pagamento usato dal consumatore per il pagamento (salvo che il consumatore abbia espressamente convenuto altrimenti e comunque senza che il consumatore debba sostenere alcun costo in ragione del rimborso). La legge prevede espressamente che sia nulla qualsiasi clausola che preveda limitazioni dell'obbligo dell'impresa di rimborsare al consumatore receduto tutte le somme da questi versate, tuttavia, nel caso in cui il consumatore abbia scelto, per la restituzione della merce, una modalità di consegna più costosa di quella offerta dall'impresa,

quest'ultima non è tenuta a rimborsare al consumatore i costi supplementari (articolo 56 Codice del consumo).

A meno che l'impresa abbia offerto di ritirare essa stessa i beni, il consumatore ha l'**obbligo di restituire i beni** senza indebito ritardo e comunque rispedendoli entro 14 giorni dalla data in cui ha comunicato all'impresa il recesso. Il consumatore può essere tenuto a sostenere unicamente il costo diretto della restituzione dei beni, purché l'impresa lo abbia informato tempestivamente che tale costo sarebbe stato a suo carico (vedi sopra in tema di informazioni precontrattuali ai sensi dell'articolo 49 Codice del consumo). L'impresa è poi tenuta a ritirare a proprie spese i beni che abbia originariamente consegnato al domicilio del consumatore, qualora i beni, per loro natura, non possano essere normalmente restituiti a mezzo posta. Si consideri inoltre che il consumatore ha il diritto di manipolare i beni per quanto necessario a stabilirne la natura, le caratteristiche e il funzionamento, egli è quindi unicamente responsabile della diminuzione del valore dei beni che risulti da una manipolazione ulteriore, non avendo invece alcuna responsabilità in caso di omissione, da parte dell'impresa, dell'informativa precontrattuale in merito al suo diritto di recesso (articolo 57 Codice del consumo).

Il diritto di recesso è escluso (art. 59 del Codice del consumo) in relazione a:

- contratti di prestazione di **servizi** dopo la completa prestazione del servizio, se l'esecuzione è iniziata con l'accordo espresso del consumatore e con l'accettazione della perdita del diritto di recesso a seguito della piena esecuzione del contratto da parte dell'impresa;
- fornitura di beni confezionati **su misura** o chiaramente **personalizzati**;
- fornitura di beni **deteriorabili** o che rischiano di scadere rapidamente;
- fornitura di beni sigillati che non si prestano ad essere restituiti per motivi di **igiene** o connessi alla protezione della **salute** e sono stati aperti dopo la consegna;
- fornitura di beni che, dopo la consegna, risultano, per loro natura, **inseparabilmente mescolati** con altri beni;
- fornitura di **registrazioni audio o video sigillate o di software** informatici **sigillati** che sono stati aperti dopo la consegna;
- fornitura di **contenuto digitale** mediante un supporto non materiale se l'esecuzione è iniziata con l'accordo espresso del consumatore e con la sua accettazione del fatto che in tal caso avrebbe perso il diritto di recesso;
- fornitura di **giornali, periodici e riviste** ad eccezione dei contratti di abbonamento per la fornitura di tali pubblicazioni;
- contratti conclusi in occasione di un'**asta pubblica**;
- fornitura di alloggi per fini non residenziali, il trasporto di beni, i servizi di noleggio di autovetture, i servizi di catering o i **servizi riguardanti le attività del tempo libero** qualora il contratto preveda una **data o un periodo di esecuzione specifici**;
- fornitura di beni o servizi il cui prezzo è legato a **fluttuazioni nel mercato finanziario** che il professionista non è in grado di controllare e che possono verificarsi durante il periodo di recesso
- fornitura di **bevande alcoliche**, il cui prezzo sia stato concordato al momento della conclusione del contratto di vendita, la cui consegna possa avvenire solo dopo trenta giorni e il cui valore effettivo dipenda da **fluttuazioni sul mercato** che non possono essere controllate dal professionista.