

# Guida CODICE del CONSUMO e diritti dei consumatori





via Barozzi, 4 - 40126 Bologna

**www.udiconer.it**



## SOMMARIO

▪ INTRODUZIONE	Pag. 5
▪ COS'È IL CODICE DEL CONSUMO?	Pag. 7
▪ IL CONTRATTO A DISTANZA	Pag. 9
▪ TUTELE ED OBBLIGHI, RECESSO E GARANZIE	Pag. 12
• Consegna	Pag. 12
➤ ... E CON IL COVID?	Pag. 13
• Recesso	Pag. 14
➤ ... E CON IL COVID?	Pag. 15
• Garanzie	Pag. 16
➤ ... E CON IL COVID?	Pag. 18

- 
- **Trattamento dati personali**

**Pag. 19**

- **... E CON IL COVID?**

**Pag. 20**

---

- **GLI INTERVENTI AGCM A TUTELA DEI CONSUMATORI  
DURANTE LA PANDEMIA**

**Pag. 21**

---

- **CONCLUSIONI**

**Pag. 23**

---

## INTRODUZIONE

6 Settembre 2005: una data che ai più non dirà assolutamente nulla, ma che è fondamentale per il consumatore e per il riconoscimento dei suoi diritti in fase di acquisto. È infatti il giorno dell'approvazione del **decreto legislativo n. 206**, la norma italiana con la quale è stato costituito il **Codice del Consumo**, che rappresenta **la più alta forma di tutela del consumatore nel nostro ordinamento giuridico**.

Esso, infatti, ha riunito in un unico compendio tutte le disposizioni vigenti in materia di protezione dell'acquirente di un prodotto o un servizio (per tutte le questioni concernenti la corretta informazione in fase di vendita o di stipula di contratto e la sicurezza dei prodotti/servizi acquisiti, anche nella fase di post-vendita), e consta di revisioni periodiche e di aggiornamenti e aggiustamenti, di minore rilevanza, pressoché annuali. La versione attuale è datata 2016, mentre le ultime disposizioni in materia sono state aggiunte con il **decreto legislativo n. 76 del 16 luglio 2020**.



Inutile sottolineare quanto questo sistema di tutele sia fondamentale per il consumatore, ma è un bene invece approfondire come, quando, e soprattutto perché il **Codice del Consumo abbia rivestito un ruolo ancor più importante per noi, nel corso della pandemia**: ad esempio, non saremmo stati in grado di compiere acquisti online senza problemi e nel massimo della sicurezza per i nostri dati o le nostre finanze.

Con la Guida che tenete fra le mani, **continua l'analisi di [U.Di.Con. Emilia Romagna](#) sul ruolo e le scelte dei consumatori all'interno dello scenario di una pandemia mondiale**, totalmente inedito tanto per noi, quanto per le nostre istituzioni, le nostre leggi, le nostre consuetudini. Diventa, così, particolarmente interessante per il consumatore consapevole capire come funzionino il Codice del Consumo, gli enti preposti ad applicarne le direttive, le tutele che esso prevede per i cittadini, e come tutto ciò si sia scontrato con le truffe a tema Coronavirus; e, più in generale, come le tutele del consumatore online siano state particolarmente attenzionate durante tutto l'arco della pandemia, dalle prime avvisaglie fino ad oggi.

## COS'È IL CODICE DEL CONSUMO?

Come già detto, il Codice è il provvedimento, emanato nel 2005, che sussume l'interezza delle normative a tutela del consumatore. Esso è suddiviso in **sei sezioni**: nella prima si definiscono i diritti fondamentali e le definizioni; nella seconda parte, invece, vengono approfondite le norme sull'educazione, l'informazione, le pratiche commerciali e la pubblicità; la Parte III è quella dedicata ai contratti di consumo, mentre la quarta disciplina gli standard della sicurezza e della qualità degli acquisti. Gli ultimi due capitoli riguardano, infine, le associazioni dei consumatori (come U.Di.Con.), l'accesso alla giustizia e la class-action, nonché le varie disposizioni finali.

Due sono, ad oggi, i pregi più importanti riconosciuti del Codice del Consumo: il primo è senz'altro quello di aver introdotto, con [la legge n.244 del dicembre 2007](#), le **azioni collettive** (procedimenti legali in cui un gruppo di consumatori, uniti da un danno comune, possono presentarsi assieme come membri di una categoria, ottenendo poi risultati con effetti per tutti i componenti presenti e futuri della collettività rappresentata).

L'altro, per certi versi ancor più importante visto anche il periodo storico che stiamo attraversando, è invece rappresentato dalle normative inerenti la tutela del consumatore da **pubblicità ingannevoli** (decreto legislativo n.145 dell'agosto 2007). Il provvedimento indica come reato "qualsiasi pubblicità che in qualunque modo, compresa la sua presentazione, sia idonea ad indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento economico ovvero che, per questo motivo, sia idonea a ledere un concorrente". Per dirla in due parole: **chi vende un prodotto millantando**



**caratteristiche che poi non ha, commette un crimine.**

Contestualizzando al nostro periodo storico questa normativa ne comprendiamo l'importanza: quante truffe sono state ordite, col Covid come sfondo, sfruttando incertezze, paure, disinformazione, talvolta isterismi di massa, della cittadinanza intera spaventata e deprivata? **Tante, purtroppo...**

## IL CONTRATTO A DISTANZA

Secondo l'ultima indagine a tema della Polizia Postale, il 2020 è stato l'anno che mai come prima ha registrato una ingente impennata di reati telematici: sono state denunciati, negli ultimi dodici mesi, oltre 98mila casi di truffe sul web, fra cui 358 casi di falso trading online nei quali sono andati in fumo oltre venti milioni di euro fra capitali, conti in banca e risparmi. Molti di questi reati sono causati da *phishing* (o altre pratiche simili, tutte volte allo scippo telematico di dati sensibili, password ed accessi), ma non meno insidioso è stato il terreno degli acquisti online.



Alzi la mano chi non ha implementato, continuato, o magari iniziato proprio in periodo di lockdown, le proprie operazioni di compravendita in rete: regali, beni di prima necessità, alimenti, assicurazioni, sanificazioni, e qualsiasi altro tipo di prodotto o servizio è **STATO ACQUISTATO TRAMITE WEB DA UN ITALIANO SU TRE** nel corso della pandemia. In tutta sicurezza e con tutte le tutele previste dal Codice del Consumo. Questo è stato possibile anche grazie alla disciplina giuridica del **CONTRATTO A DISTANZA.**

Secondo l'articolo 45, comma 1, lettera g del Codice del Consumo, è definibile come tale “qualsiasi contratto concluso tra il professionista e il consumatore nel quadro di un regime organizzato di vendita o di prestazione di servizi a distanza senza la presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, mediante l'uso esclusivo di uno o più mezzi di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso”.



Acquistare qualcosa tramite internet (ma non solo), **significa a tutti gli effetti sottoscrivere un contratto**. Esso (in caso di venditore onesto e competente, ovviamente) è STUDIATO E STRUTTURATO PER LA TUTELA DELL'ACQUIRENTE, che da un lato si impegna al pagamento in tempo (più o meno) reale, ma dall'altro non può usufruire con la medesima immediatezza del bene acquisito, contrariamente a quanto avviene nelle quotidiane transazioni fatta di persona fin dai tempi del baratto. Un **“contraente debole”** a tutti gli effetti quindi, che presuppone a sua tutela tutta una serie di garanzie, le quali sono regolate dal Codice del Consumo (art. 45 e

seguenti) e che sono parte integrante del contratto a distanza. Nello specifico, sono elencate tutte le **informazioni che devono essere accessibili, chiare e comprensibili al compratore**: l'identità, l'indirizzo, la sede, e tutti i recapiti utili a identificare il fornitore, ad esempio. Ma anche le **caratteristiche essenziali** di ciò che si sta acquistando, per quel che riguarda prezzo (e imposte relative), modalità di pagamento, diritto di recesso e sue modalità, eventuale spedizione e altre ancora (i cosiddetti **OBBLIGHI INFORMATIVI**).

Va da sé che dove queste informazioni manchino, non siano facilmente accessibili o risultino incomplete, il **consumatore consapevole deve far scattare il senso di allarme**, e magari rivolgere i propri acquisti online altrove, onde evitare contratti a distanza non conformi alle regole stabilite dal Codice (e quindi da esso non completamente tutelati).



## TUTELE E OBBLIGHI, RECESSO E GARANZIE

Una piccola pillola: la compravendita di un servizio o di un prodotto a un consumatore è definita spesso *B2C* (*Business To Consumer*, cioè: dall'impresa commerciale al consumatore).

Come più volte ripetuto, essa è regolata da vincoli, a tutela dell'acquirente, che non si limitano ai soli obblighi informativi e che è bene approfondire:

- **Consegna**

Il Codice del Consumo impone al venditore di far pervenire al compratore l'oggetto dell'acquisto **nei tempi previsti al momento del perfezionamento del contratto online**, e comunque mai **superiori ai 30 giorni dalla data di conclusione del contratto**. Il prolungarsi dei tempi di consegna oltre la soglia consentita può essere giustificato **SOLAMENTE** per cause non riconducibili al venditore o ai suoi fornitori (i rinvii nelle consegne causati dalla nave incagliata nel Canale di Suez, nel marzo di quest'anno, ne sono un esempio). Nel caso in cui il



venditore non rispetti questi termini, l'acquirente può svincolarsi dal contratto e richiedere la restituzione completa di quanto versato, se non addirittura il risarcimento, qualora dimostri che la mancata consegna gli abbia procurato un danno, e qualora prima diffidi per iscritto il venditore a non tardare entro un ulteriore termine. Esso sarà deciso dal consumatore, ma non in maniera arbitraria: la nuova data di consegna sarà necessariamente “*appropriata alle circostanze*”, secondo la normativa vigente ([art 61 del Codice del Consumo](#)).

**..E con il COVID?** → La pandemia non ha concesso proroghe: **il termine per la consegna rimane 30 giorni massimo**. Facciamo però attenzione! Può capitare, specie utilizzando piattaforme E-commerce più strutturate e famose, che ci vengano indicate attese di consegna gran lunga inferiori ai 30 giorni, pur con le difficoltà dei trasporti riscontrate in questi periodi. È bene che il consumatore sappia, in questi casi, che il ritardo non comporta obbligatoriamente il rimborso: il venditore ha comunque facoltà di non rimborsare l'acquirente se la consegna avviene in 30 giorni, pur se indicato diversamente all'acquisto! Diverso è il caso in cui il consumatore compri un prodotto che, per problemi logistici dovuti al Coronavirus, non sia presente nel magazzino ritardando la consegna: più che una scusante, infatti, l'indisponibilità causa Covid diventa per il Codice la prova reale dell'impossibilità di far pervenire il prodotto a destinazione, **generando la possibilità del consumatore di risolvere il contratto**.

- **Recesso**



L'art. 52 del “Codice” istituisce il diritto di recesso in favore del compratore, al quale è **univocamente** consentito di rescindere il contratto di acquisizione per merci e servizi entro 14 giorni dall'acquisto, **senza essere obbligato a fornire motivazioni**. Occhio però: non sempre si ha diritto a questa tutela, quindi va capito come non abusarne.

**Essa si applica, innanzitutto, solamente ai CONSUMATORI**: qualora un singolo individuo facesse acquisti in qualità di “professionista” (utilizzando quindi la propria partita Iva, per godere magari dei vantaggi

fiscali derivanti da deduzione/detrazione), vedrebbe preclusa tale possibilità.

Ci sono altri casi in cui il diritto di recesso non è applicabile? Certo, scopriamoli insieme.

- 1) Fornitura di articoli personalizzati (realizzare capi sulla base di gusti specifici, ad esempio, renderebbe gli stessi potenzialmente invendibili e quindi non rimborsabili);

- 2) Beni di rapido deterioramento (chi acquisterebbe più una mozzarella scaduta perché il consumatore non la desidera più, dopo averla ordinata?);
- 3) Vincoli inerenti motivi igienici o connessi alla protezione della salute del consumatore (che scattano quando, nel caso di farmaci da banco o prodotti cosmetici, vengano tolti i sigilli di protezione in fase di apertura. Come assicurarsi, qualora questi fossero stati rimossi, che magari quel rossetto non è stato utilizzato da qualcun altro, a nostra insaputa?).

**..E con il COVID?** → Le istituzioni hanno avuto il loro bel daffare, durante la pandemia. Il recesso e gli eventuali rimborsi di tutti quei servizi prenotati con largo anticipo, sono stati normati principalmente con il [Decreto Cura Italia](#) (artt.88 e 88 bis del D.L. 18/2020), il [Decreto Rilancio](#) (artt. 215 e 216 del D.L. 34/2020) e il [Decreto Sostegni](#) (D.L. 34/2021). Per quel che riguarda, ad esempio, gli abbonamenti ai mezzi pubblici come treno o autobus, è stato disposto il rimborso anche in caso di avvenuto (ma mai esaurito) utilizzo; lo stesso dicasi per le tratte singole acquistate e mai sfruttate. Agli impianti sportivi è stato imposto di restituire al consumatore il corrispettivo del periodo di mancato utilizzo, a mezzo monetario ma anche tramite voucher, oppure offrendo la possibilità di svolgere le attività a distanza, tramite web (ove possibile, come nel caso dei corsi delle palestre, tenutisi in live

streaming). La doppia possibilità rimborso/voucher è stata disposta anche per pacchetti turistici, prenotazioni alberghiere, gite scolastiche, abbonamenti a musei e altre attività culturali.

- **Garanzie**

I beni venduti *B2C* (al contrario, anche in questo caso, di quelli venduti *B2B – Business to Business*) attraverso canali online, siti di e-commerce e piattaforme dedicate, devono **SEMPRE essere GARANTITI per vizi e difetti**, come regolato dagli [artt. 129 e 130 del Codice del Consumo](#). Il venditore ha il dovere di far arrivare all'acquirente beni che siano conformi al contratto di vendita: **IDONEI** all'uso abituale (o particolare del consumatore, previa autorizzazione di chi vende), e **RISPONDENTI** alle caratteristiche illustrate in fase di acquisto, alla qualità e alle prestazioni abituali che ci si possano legittimamente aspettare. **Qualora l'esercente non rispetti questi parametri, è ritenuto responsabile nei confronti del consumatore**, che avrà diritto a richiedere, entro congruo termine, una fra le seguenti possibilità:

- 1) Ripristino delle condizioni di conformità mediante RIPARAZIONE;
- 2) Ripristino delle condizioni di conformità mediante SOSTITUZIONE;



- 3) RIDUZIONE DEL PREZZO, qualora decida di tenere comunque il prodotto;
- 4) RISOLUZIONE del contratto, qualora le riparazioni o le sostituzioni fossero impossibili, troppo costose per il venditore oppure fuori da congrui termini temporali.



Qualora il difetto di fabbricazione, o in generale il danno a quanto si è acquistato, fosse **EVIDENTE** (tanto da non poter essere ignorato, o da rimanere sconosciuto al consumatore), vanno richieste IMMEDIATAMENTE (restituire il pacco direttamente alla consegna potrebbe essere la scelta più giusta, se possibile) sostituzione o

rimborso. È lecito comportarsi nello stesso modo, anche in caso di **mancanze di conformità derivanti la fallace installazione di un bene di consumo** (che a tutti gli effetti è una fase che rientra nel contratto di vendita ed è da esso normata) da parte del venditore o da suoi collaboratori.

Il consumatore è invece da ritenersi **NON PER FORZA PROTETTO** da garanzie qualora rompa sigilli (o in generale manometta parti del prodotto) sui quali è **specificato di non intervenire**, qualora utilizzi un oggetto acquistato

nonostante l'**evidente presenza di difetti**, ma anche quando un difetto di conformità sia tanto **lieve da non giustificare il costo**, in proporzione eccessivamente oneroso, di riparazione o sostituzione del bene.

Ma quanto dura la garanzia?

Secondo gli articoli 132 e 133 del Codice del Consumo, il venditore è responsabile dei difetti di conformità, quando questi si manifestano **entro il termine di due anni** dalla consegna del bene, con la limitazione (rispetto il consumatore) di denunciare la mancanza o il problema riscontrato, entro e non oltre due mesi dalla data in cui il difetto è stato riscontrato. Esiste però (specie per il settore del turismo e dell'elettronica) la possibilità di richiedere delle **ESTENSIONI di garanzia**: possono coprire un lasso maggiore di tempo (per legge estendibile ad altri 24 mesi), oppure allargare il bacino di problematiche coperte, come il furto o i danni accidentali. In ogni caso è doveroso che un consumatore si informi sempre **preventivamente** delle garanzie previste per il suo acquisto.

**...E con il COVID?** → La normativa a riguardo non è cambiata. Fatti salvi il termine di 2 anni (+ 2 estendibili, per acquisti fatti online in tutta l'Unione Europea) e le casistiche affrontate qui e nei precedenti capitoli, in questo Covid non ha influenzato negativamente il consumatore.

- **Trattamento dati personali**

L'attualità e l'importanza, anche mediatica, che ricopre la questione della privacy dei nostri dati in rete ci deve portare ad una duplice consapevolezza per quel che concerne la nostra sicurezza durante l'iter di acquisto online e gli obblighi dell'esercente.

In primis, dobbiamo sapere che **sussiste l'obbligo della protezione dei dati personali** per le informazioni richieste (indirizzi, numeri di carte di credito ecc.): questo vorrà dire che il venditore



affidabile dovrà conformarsi alle regole in materia, dotandosi **delle figure chiave in organigramma e delle tecnologie di blockchain e di controllo** atte a garantire che nessuno possa entrare, ad esempio, in possesso degli accessi ai nostri conti in banca.

In secondo luogo, poi, dobbiamo considerare come non sono solamente i dati cosiddetti “sensibili” ad ingolosire i delinquenti in rete: ogni nostro acquisto, ogni nostra scelta o preferenza espressa sul web può diventare accessibile, ed essere sfruttata nostro malgrado. Va da sé che il venditore debba **RICHIEDERE ESPRESSAMENTE, nonché OTTENERE, il CONSENSO** (solitamente mediante spunta della relativa voce sui termini del contratto online) per **QUALSIASI FINALITÀ o DATO DIVERSI DA QUELLI STRETTAMENTE NECESSARI** alla conclusione dell'acquisto (come decretato dall'[art. 4 del Regolamento Europeo 2016/679](#)).

**Qualsiasi potenziale acquisto online in cui queste garanzie mancassero, è da ritenersi inaffidabile, ove non decisamente pericoloso, ed i siti che li propongono vanno assolutamente EVITATI.**

**..E con il COVID?** → La Commissione Europea si è occupata di data protection anche durante la pandemia. Lo scorso 20 aprile ha avviato, complice la crescita esponenziale di acquisti online e quindi di dati potenzialmente borseggiabili, uno screening delle piattaforme che si occupano di compravendita online, avvalendosi della rete di cooperazione per la tutela dei consumatori (Consumer Protection Cooperation Network). Il loro operato ha consentito la chiusura di siti illegali in tutta Europa (molti dei quali vendevano falsi dispositivi di sicurezza per proteggersi dal virus), sensibilizzando non poco i consumatori sulle corrette pratiche del perfetto web-consumatore.

## GLI INTERVENTI AGCM A TUTELA DEI CONSUMATORI DURANTE LA PANDEMIA

Il ruolo di “contraente debole” del consumatore online, per le modalità poc’anzi descritte, è stato reso ancor più complicato dagli effetti della pandemia. In Italia come nel resto del mondo, infatti, l’incremento del pericolo di pratiche commerciali scorrette ha portato alla luce come la spersonalizzazione dell’iter di vendita indebolisca, di

fatto, il cyber consumatore ponendolo in posizione di “asimmetria informativa” nei confronti del professionista/venditore. Tale

squilibrio delle forze in gioco è stato incrementato notevolmente dal Coronavirus e dall’**infodemia** (ovvero il sovraccarico di informazioni, spesso contraddittorie, non verificate, ove non proprio false, a cui le persone troppo spesso si affidano): l’azione coordinata del Codice e dell’**Autorità Garante della Concorrenza**

**e del Mercato** (in acronimo **AGCM**, dai più conosciuto come “**Antitrust**”) ne hanno arginato i nefasti effetti sul consumatore quanto mai inerme. Attraverso la loro attività di vigilanza volta a prevenire lo sfruttamento dell’emergenza sanitaria (al fine di ottenere ricavi commerciali a scapito degli ignari consumatori), sono stati



contestualizzati due diversi “abusi” della situazione pandemica: uno **diretto** (quando sono state mistificate le caratteristiche dei prodotti curativi o dei dispositivi di sicurezza) e uno **indiretto** (quando ad esempio si attesti che il Covid sia stato utilizzato come scusante per inadempimento).

Tutte le istruttorie dell'AGCM sono registrate e consultabili sul sito dell'istituzione, ed aggiornate tramite bollettini a cadenza settimanale. Di seguito, alcune delle più importanti operazioni condotte nel periodo pandemico:

**PS11716 – PS11717: Istruttorie contro Amazon e Ebay per reclame pubblicitarie ingannevoli e aumento eccessivo dei prezzi**, rispetto prodotti igienizzanti/disinfettanti per le mani, mascherine e altri DPO.

**PS11722: Istruttoria contro Carlita Shop** (beauty-shop online) **per aver millantato funzioni antivirali efficaci contro il coronavirus**, nei prodotti messi in vendita su piattaforme social.

**PS11723 – PS11735 – PS11733: Istruttorie contro FARMACO CORONAVIRUS.IT, FARMACIAMASCHILE.IT, FARMACIA GENERICA.IT – KALETRA**, per la vendita di medicinali antivirali senza autorizzazione. Il medicinale in questione, spacciato per “unico farmaco contro il coronavirus” (testuali parole riportate sui siti menzionati sopra), era in realtà un trattamento per persone affette dal virus dell’HIV.

**PS11722: Istruttoria contro il profilo Facebook di E.V., dottoressa, che per mezzo social diffondeva notizie false** circa alimentazioni preventive per l’infezione da Coronavirus.

## CONCLUSIONI

Qualcuno dirà: “Ehi, essere consumatori è quasi un lavoro!” e non andrebbe troppo distante dalla realtà. Ma se, come si suole dire a volte, “il mondo è una giungla”, è facile immaginare come l'universo online, con tutte le sue peculiarità, i cavilli ed i tecnicismi, possa rappresentare per molti di noi la classica “**terra inesplorata**”.

**A maggior ragione, però, è necessario essere degli utenti, e quindi dei consumatori, consapevoli e informati.**

L'ordinamento può e deve essere in grado di garantire ai cittadini di dormire sempre sonni tranquilli, ma è necessario fare la nostra parte.

**AVENDO INTERESSE NEL CONOSCERE**, in primis (spesso le notizie di cui abbiamo bisogno sono ad un clic di distanza); **SCEGLIENDO LE FONTI CORRETTE** a cui attingere le nostre informazioni, in secondo luogo (prediligendo sempre quelle istituzionali, o comunque le più autorevoli e certificabili). **Questo aiuta il Codice del Consumo e l'AGCM ad aiutarci!** E sicuramente ci evita perdite di tempo e di soldi.





**U.Di.Con.**

UNIONE per la DIFESA dei CONSUMATORI

**Emilia Romagna**



Progetto 2021 Consumatori Re-start. Realizzato con fondi del Ministero dello Sviluppo Economico. Riparto 2020

---