APPROFONDIMENTO CIVILE

Codice del consumo

Data pubblicazione: 10/05/2024

Autore: Avv. Roberto Francesco Iannone

Categoria: Civile

Contenuto

CODICE DEL CONSUMO

DECRETO LEGISLATIVO 6 settembre 2005 n.206 (in Suppl.ordinario n. 162 alla Gazz.Uff., 8 ottobre, n. 235). - Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229. (CODICE DEL CONSUMO) (1) (A) *(1) Ai sensi dell'articolo 20 del D.Lgs. 23 ottobre 2007 n. 221, ogni riferimento nel presente decreto al Ministero o Ministro delle attivita' produttive deve intendersi riferito al Ministero o al Ministro dello sviluppo economico. (A) In riferimento al presente decreto vedi: Parere Autorità garante per la concorrenza e il mercato 23 maggio 2013, n. AS1048; Circolare Ministero della Salute 31 luglio 2013, n. 107053.*

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Visti gli articoli 76 e 87 della Costituzione; *Visto* l'articolo 153 del Trattato della Comunità europea; *Visto* l'articolo 117 della Costituzione, come sostituito dalla legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3, con riferimento ai principi di unità, continuità e completezza dell'ordinamento giuridico, nel rispetto dei valori di sussidiarietà orizzontale e verticale; *Visto* l'articolo 14 della legge 23 agosto 1988, n. 400; *Vista* la legge 29 luglio 2003, n. 229, recante interventi urgenti in materia di qualità della regolazione, riassetto normativo e semplificazione - legge di semplificazione per il 2001, ed in particolare l'articolo 7 che delega il Governo ad adottare uno o più decreti legislativi per il riassetto delle disposizioni vigenti in materia di tutela dei consumatori ai sensi e secondo i principi e i criteri direttivi di cui all'articolo 20 della legge 15 marzo 1997, n. 59, come sostituito dall'articolo 1 della citata legge n. 229 del 2003, e nel rispetto dei principi e dei criteri direttivi ivi richiamati; *Visto* l'articolo 2 della legge 27 luglio 2004, n. 186, di conversione, con modificazioni, del decreto-legge 28 maggio 2004, n. 136,

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

nonché l'articolo 7 della legge 27 dicembre 2004, n. 306; *Visto* il decreto del Presidente della Repubblica 24 maggio 1988, n. 224, recante attuazione della direttiva 85/374/CEE relativa al ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di responsabilità per danno da prodotti difettosi, ai sensi dell'articolo 15 della legge 16 aprile 1987, n. 183, come modificato dal decreto legislativo 2 febbraio 2001, n. 25, di attuazione della direttiva 1999/34/CE (1); *Vista* la legge 10 aprile 1991, n. 126, recante norme per l'informazione del consumatore, e successive modificazioni, nonché il relativo regolamento di attuazione di cui al decreto del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato 8 febbraio 1997, n. 101; *Visto* il decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50, recante attuazione della direttiva 85/577/CEE in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali; *Visto* il decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, recante attuazione della direttiva 84/450/CEE in materia di pubblicità ingannevole; *Visto* il testo unico delle leggi in materia bancaria e creditizia di cui al decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, come modificato dai decreti legislativi 4 agosto 1999, n. 333, e 4 agosto 1999, n. 342; *Visto* il decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 111, recante attuazione della direttiva 90/314/CEE concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti tutto compreso; *Vista* la legge 6 febbraio 1996, n. 52, recante attuazione della direttiva 93/13/CEE concernente le clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori ed in particolare l'articolo 25, e successive modificazioni; *Visto* il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al settore del commercio, ed in particolare gli articoli 18 e 19; *Vista* la legge 30 luglio 1998, n. 281, recante disciplina dei diritti dei consumatori e degli utenti e successive modificazioni; *Visto* il decreto legislativo 9 novembre 1998, n. 427, recante attuazione della direttiva 94/47/CE concernente la tutela dell'acquirente per taluni aspetti dei contratti relativi all'acquisizione di un diritto di godimento a tempo parziale di beni immobili; *Visto* il decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 185, recante attuazione della direttiva 97/7/CE relativa alla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza; *Visto* il decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 63, recante attuazione della direttiva 98/7/CE, che modifica la direttiva 87/102/CEE, in materia di credito al consumo; *Visto* il decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 67, recante attuazione della direttiva 97/55/CE, che modifica la direttiva 84/450/CEE, in materia di pubblicità ingannevole e comparativa; *Visto* il decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 84, recante attuazione della direttiva 98/6/CE relativa alla protezione dei consumatori, in materia di indicazione dei prezzi offerti ai medesimi; *Visto* il decreto legislativo 28 luglio 2000, n. 253, recante attuazione della direttiva 97/5/CE sui bonifici transfrontalieri (2) ; *Visto* il decreto del Presidente della Repubblica 6 aprile 2001, n. 218, regolamento recante disciplina delle vendite sottocosto, a norma dell'articolo 15, comma 8, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114; *Visto* il decreto legislativo 23 aprile 2001, n. 224, come modificato dal decreto legislativo 2 febbraio 2001, n. 25, recante attuazione della direttiva 98/27/CE relativa a provvedimenti inibitori a tutela degli interessi dei consumatori, nonché il decreto del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato 19 gennaio 1999, n. 20, recante norme per

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2023 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

l'iscrizione nell'elenco delle Associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale; *Visto* il decreto legislativo 2 febbraio 2002, n. 24, recante attuazione della direttiva 1999/44/CE su taluni aspetti della vendita e delle garanzie di consumo; *Visto* il decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, recante codice in materia di protezione dei dati personali e successive modificazioni; *Visto* il decreto legislativo 21 maggio 2004, n. 172, recante attuazione della direttiva 2001/95/CE relativa alla sicurezza generale dei prodotti; *Vista* la legge 6 aprile 2005, n. 49, recante modifiche all'articolo 7 del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, in materia di messaggi pubblicitari ingannevoli diffusi attraverso mezzi di comunicazione; *Vista* la preliminare deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 28 ottobre 2004; *Acquisito* il parere della Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, reso nella seduta del 16 dicembre 2004; *Udito* il parere del Consiglio di Stato espresso nella sezione consultiva per gli atti normativi nell'adunanza generale del 20 dicembre 2004; *Acquisito* il parere delle competenti Commissioni parlamentari del Senato della Repubblica, espresso il 9 marzo 2005, e della Camera dei deputati, espresso il 10 marzo 2005; *Vista* la segnalazione del Garante della concorrenza e del mercato in data 10 maggio 2005; *Vista* la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 22 luglio 2005; Sulla proposta del Ministro delle attività produttive e del Ministro per le politiche comunitarie, di concerto con i Ministri per la funzione pubblica, della giustizia, dell'economia e delle finanze e della salute;

Emana

il seguente decreto legislativo: *(1) Capoverso modificato dall'articolo 1 del D.Lgs. 23 ottobre 2007 n.221. (2) Così rettificato in Gazz. Uff. 3 gennaio 2006, n. 2.*

PARTE I

DISPOSIZIONI GENERALI

TITOLO I

DISPOSIZIONI GENERALI E FINALITA'

Articolo 1

Finalità ed oggetto

Art. 1. 1. Nel rispetto della Costituzione ed in conformità ai principi contenuti nei trattati istitutivi delle Comunità europee, nel trattato dell'Unione europea, nella normativa comunitaria con particolare riguardo all'articolo 153 del Trattato istitutivo della Comunità economica europea, nonché nei trattati internazionali, il presente codice armonizza e riordina le normative concernenti i processi dì acquisto

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

e consumo, al fine di assicurare un elevato livello di tutela dei consumatori e degli utenti.

Articolo 2

Diritti dei consumatori

Art. 2. 1. Sono riconosciuti e garantiti i diritti e gli interessi individuali e collettivi dei consumatori e degli utenti, ne è promossa la tutela in sede nazionale e locale, anche in forma collettiva e associativa, sono favorite le iniziative rivolte a perseguire tali finalità, anche attraverso la disciplina dei rapporti tra le associazioni dei consumatori e degli utenti e le pubbliche amministrazioni. 2. Ai consumatori ed agli utenti sono riconosciuti come fondamentali i diritti: a) alla tutela della salute; b) alla sicurezza e alla qualità dei prodotti e dei servizi; c) ad una adeguata informazione e ad una corretta pubblicità; c-bis) all'esercizio delle pratiche commerciali secondo principi di buona fede, correttezza e lealta' (1); d) all'educazione al consumo; e) alla correttezza, alla trasparenza ed all'equità nei rapporti contrattuali; f) alla promozione e allo sviluppo dell'associazionismo libero, volontario e democratico tra i consumatori e gli utenti; g) all'erogazione di servizi pubblici secondo standard di qualità e di efficienza. *(1) Lettera inserita dall'articolo 2 del D.Lgs. 23 ottobre 2007 n.221.*

Articolo 3

Definizioni

Art. 3. 1. Ai fini del presente codice ove non diversamente previsto, si intende per (1): a) consumatore o utente: la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta (2); b) associazioni dei consumatori e degli utenti: le formazioni sociali che abbiano per scopo statutario esclusivo la tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori o degli utenti; c) professionista: la persona fisica o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale, ovvero un suo intermediario (2); d) produttore: fatto salvo quanto stabilito nell'articolo 103, comma 1, lettera d), e nell'articolo 115, comma 2-bis, il fabbricante del bene o il fornitore del servizio, o un suo intermediario, nonché l'importatore del bene o del servizio nel territorio dell'Unione europea o qualsiasi altra persona fisica o giuridica che si presenta come produttore identificando il bene o il servizio con il proprio nome, marchio o altro segno distintivo (2); e) prodotto: fatto salvo quanto stabilito nell'articolo 18, comma 1, lettera c), e nell'articolo 115, comma 1, qualsiasi prodotto destinato al consumatore, anche nel quadro di una prestazione di servizi, o suscettibile, in condizioni ragionevolmente prevedibili, di essere utilizzato dal consumatore, anche se non a lui destinato, fornito o reso disponibile a titolo oneroso o gratuito nell'ambito di un'attività commerciale, indipendentemente dal fatto che sia nuovo, usato o rimesso a nuovo; tale definizione non si applica ai prodotti usati, forniti come pezzi d'antiquariato, o come prodotti da riparare o da rimettere a nuovo

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

prima dell'utilizzazione, purché il fornitore ne informi per iscritto la persona cui fornisce il prodotto (2); f) codice: il presente decreto legislativo di riassetto delle disposizioni vigenti in materia di tutela dei consumatori. *(1) Capoverso modificato dall'articolo 3 del D.Lgs. 23 ottobre 2007 n.221. (2) Lettera modificata dall'articolo 3 del D.Lgs. 23 ottobre 2007 n.221.*

PARTE II

Educazione, informazione, pratiche commerciali, pubblicita (1)

TITOLO I

EDUCAZIONE DEL CONSUMATORE

Articolo 4

Educazione del consumatore

Art. 4. 1. L'educazione dei consumatori e degli utenti è orientata a favorire la consapevolezza dei loro diritti e interessi, lo sviluppo dei rapporti associativi, la partecipazione ai procedimenti amministrativi, nonché la rappresentanza negli organismi esponenziali. 2. Le attività destinate all'educazione dei consumatori, svolte da soggetti pubblici o privati, non hanno finalità promozionale, sono dirette ad esplicitare le caratteristiche di beni e servizi e a rendere chiaramente percepibili benefici e costi conseguenti alla loro scelta; prendono, inoltre, in particolare considerazione le categorie di consumatori maggiormente vulnerabili.

TITOLO II

INFORMAZIONI AI CONSUMATORI

Capo I

Disposizioni generali

Articolo 5

Obblighi generali

Art. 5. 1. Fatto salvo quanto disposto dall'articolo 3, comma 1, lettera a), ai fini del presente titolo, si intende per consumatore o utente anche la persona fisica alla quale sono dirette le informazioni commerciali. 2. Sicurezza, composizione e qualità dei prodotti e dei servizi costituiscono contenuto essenziale degli obblighi informativi. 3. Le informazioni al consumatore, da chiunque provengano,

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

devono essere adeguate alla tecnica di comunicazione impiegata ed espresse in modo chiaro e comprensibile, tenuto anche conto delle modalità di conclusione del contratto o delle caratteristiche del settore, tali da assicurare la consapevolezza del consumatore.

Capo II

Indicazione dei prodotti

Articolo 6

Contenuto minimo delle informazioni

Art. 6. 1. I prodotti o le confezioni dei prodotti destinati al consumatore, commercializzati sul territorio nazionale, riportano, chiaramente visibili e leggibili, almeno le indicazioni relative: a) alla denominazione legale o merceologica del prodotto; b) al nome o ragione sociale o marchio e alla sede legale del produttore o di un importatore stabilito nell'Unione europea; c) al Paese di origine se situato fuori dell'Unione europea (1) ; d) all'eventuale presenza di materiali o sostanze che possono arrecare danno all'uomo, alle cose o all'ambiente; e) ai materiali impiegati ed ai metodi di lavorazione ove questi siano determinanti per la qualità o le caratteristiche merceologiche del prodotto; f) alle istruzioni, alle eventuali precauzioni e alla destinazione d'uso, ove utili ai fini di fruizione e sicurezza del prodotto. *(1) Per l'efficacia delle disposizioni di cui alla presente lettera, vedi l'articolo 31-bis del D.L. 30 dicembre 2005, n. 273, convertito, con modificazioni, dalla Legge 23 febbraio 2006, n. 51.*

Articolo 7

Modalità di indicazione

Art. 7. 1. Le indicazioni di cui all'articolo 6 devono figurare sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti nel momento in cui sono posti in vendita al consumatore. Le indicazioni di cui al comma 1, lettera f), dell'articolo 6 possono essere riportate, anziché sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti, su altra documentazione illustrativa che viene fornita in accompagnamento dei prodotti stessi.

Articolo 8

Ambito di applicazione

Art. 8. 1. Sono esclusi dall'applicazione del presente capo i prodotti oggetto di specifiche disposizioni contenute in direttive o in altre disposizioni comunitarie e nelle relative norme nazionali di recepimento. 2. Per i prodotti oggetto di disposizioni nazionali in materia di informazione del consumatore, le norme del presente capo si applicano per gli aspetti non disciplinati.

Articolo 9

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

Indicazioni in lingua italiana

Art. 9. 1. Tutte le informazioni destinate ai consumatori e agli utenti devono essere rese almeno in lingua italiana. 2. Qualora le indicazioni di cui al presente titolo siano apposte in più lingue, le medesime sono apposte anche in lingua italiana e con caratteri di visibilità e leggibilità non inferiori a quelli usati per le altre lingue. 3. Sono consentite indicazioni che utilizzino espressioni non in lingua italiana divenute di uso comune.

Articolo 10

Attuazione

Art. 10. 1. Con decreto del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con il Ministro per le politiche comunitarie e con il Ministro della giustizia, sentito il parere della Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, sono adottate le norme di attuazione dell'articolo 6, al fine di assicurare, per i prodotti provenienti da Paesi dell'Unione europea, una applicazione compatibile con i principi del diritto comunitario, precisando le categorie di prodotti o le modalità di presentazione per le quali non è obbligatorio riportare le indicazioni di cui al comma 1, lettere a) e b), dell'articolo 6. Tali disposizioni di attuazione disciplinano inoltre i casi in cui sarà consentito riportare in lingua originaria alcuni dati contenuti nelle indicazioni di cui all'articolo 6 (1). 2. Fino alla data di entrata in vigore del decreto di cui al comma 1, restano in vigore le disposizioni di cui al decreto del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato 8 febbraio 1997, n. 101. *(1) Comma modificato dall'articolo 1, comma 5, del D.Lgs. 6 agosto 2015, n. 130.*

Articolo 11

Divieti di commercializzazione

Art. 11. 1. È vietato il commercio sul territorio nazionale di qualsiasi prodotto o confezione di prodotto che non riporti, in forme chiaramente visibili e leggibili, le indicazioni di cui agli articoli 6, 7 e 9 del presente capo.

Articolo 12

Sanzioni

Art. 12. 1. Fatto salvo quanto previsto nella parte IV, titolo II, e salvo che il fatto costituisca reato, per quanto attiene alle responsabilità del produttore, ai contravventori al divieto di cui all'articolo 11 si applica una sanzione amministrativa da 516 euro a 25.823 euro. La misura della sanzione è determinata, in ogni singolo caso, facendo riferimento al prezzo di listino di ciascun prodotto ed al numero delle unità poste in vendita. 2. Le sanzioni sono applicate ai sensi dellalegge 24 novembre 1981, n. 689. Fermo restando quanto previsto in ordine ai poteri di accertamento degli ufficiali e degli agenti di polizia giudiziaria dall'articolo 13 della predetta legge 24 novembre 1981, n. 689,

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

all'accertamento delle violazioni provvedono d'ufficio o su denunzia, gli organi di polizia amministrativa. Il rapporto previsto dall'articolo 17 della legge 24 novembre 1981, n. 689, è presentato all'ufficio della camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura della provincia in cui vi è la residenza o la sede legale del professionista.

Capo III

Particolari modalità di informazione

Sezione I

Indicazione dei prezzi per unità di misura

Articolo 13

Definizioni

Art. 13. 1. Ai fini del presente capo si intende per: a) prezzo di vendita: il prezzo finale, valido per una unità di prodotto o per una determinata quantità del prodotto, comprensivo dell'IVA e di ogni altra imposta; b) prezzo per unità di misura: il prezzo finale, comprensivo dell'IVA e di ogni altra imposta, valido per una quantità di un chilogrammo, di un litro, di un metro, di un metro quadrato o di un metro cubo del prodotto o per una singola unità di quantità diversa, se essa è impiegata generalmente e abitualmente per la commercializzazione di prodotti specifici; c) prodotto commercializzato sfuso: un prodotto che non costituisce oggetto di alcuna confezione preliminare ed è misurato alla presenza del consumatore; d) prodotto venduto al pezzo: un prodotto che non può essere frazionato senza subire una modifica della sua natura o delle sue proprietà; e) prodotto venduto a collo: insieme di pezzi omogenei contenuti in un imballaggio; f) prodotto preconfezionato: l'unità di vendita destinata ad essere presentata come tale al consumatore ed alle collettività, costituita da un prodotto e dall'imballaggio in cui è stato immesso prima di essere posto in vendita, avvolta interamente o in parte in tale imballaggio ma comunque in modo che il contenuto non possa essere modificato senza che la confezione sia aperta o alterata.

Articolo 14

Campo di applicazione

Art. 14. 1. Al fine di migliorare l'informazione del consumatore e di agevolare il raffronto dei prezzi, i prodotti offerti dai commercianti ai consumatori recano, oltre alla indicazione del prezzo di vendita, secondo le disposizioni vigenti, l'indicazione del prezzo per unità di misura, fatto salvo quanto previsto all'articolo 16. 2. Il prezzo per unità di misura non deve essere indicato quando è identico al

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

prezzo di vendita. 3. Per i prodotti commercializzati sfusi è indicato soltanto il prezzo per unità di misura. 4. La pubblicità in tutte le sue forme ed i cataloghi recano l'indicazione del prezzo per unità di misura quando è indicato il prezzo di vendita, fatti salvi i casi di esenzione di cui all'articolo 16. 5. La presente sezione non si applica: a) ai prodotti forniti in occasione di una prestazione di servizi, ivi compresa la somninistrazione di alimenti e bevande; b) ai prodotti offerti nelle vendite all'asta; c) agli oggetti d'arte e d'antiquariato.

Articolo 15

Modalità di indicazione del prezzo per unità di misura

Art. 15. 1. Il prezzo per unità di misura si riferisce ad una quantità dichiarata conformemente alle disposizioni in vigore. 2. Per le modalità di indicazione del prezzo per unità di misura si applica quanto stabilito dall'articolo 14 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al settore del commercio. 3. Per i prodotti alimentari preconfezionati immersi in un liquido di governo, anche congelati o surgelati, il prezzo per unità di misura si riferisce al peso netto del prodotto sgocciolato. 4. È ammessa l'indicazione del prezzo per unità di misura di multipli o sottomultipli, decimali delle unità di misura, nei casi in cui taluni prodotti sono generalmente ed abitualmente commercializzati in dette quantità. 5. I prezzi dei prodotti petroliferi per uso di autotrazione, esposti e pubblicizzati presso gli impianti automatici di distribuzione dei carburanti, devono essere esclusivamente quelli effettivamente praticati ai consumatori. È fatto obbligo di esporre in modo visibile dalla carreggiata stradale i prezzi praticati al consumo (1). *(1) Per le modalita' attuative delle disposizioni in materia di pubblicita' dei prezzi praticati dai distributori di carburanti per autotrazione, di cui al presente comma, vedi il D.M. 17 gennaio 2013.*

Articolo 16

Esenzioni

Art. 16. 1. Sono esenti dall'obbligo dell'indicazione del prezzo per unità di misura i prodotti per i quali tale indicazione non risulti utile a motivo della loro natura o della loro destinazione, o sia di natura tale da dare luogo a confusione. Sono da considerarsi tali i seguenti prodotti: a) prodotti commercializzati sfusi che, in conformità alle disposizioni di esecuzione della legge 5 agosto 1981, n. 441, e successive modificazioni, recante disposizioni sulla vendita a peso netto delle merci, possono essere venduti a pezzo o a collo; b) prodotti di diversa natura posti in una stessa confezione; c) prodotti commercializzati nei distributori automatici; d) prodotti destinati ad essere mescolati per una preparazione e contenuti in un unico imballaggio; e) prodotti preconfezionati che siano esentati dall'obbligo di indicazione della quantità netta secondo quanto previsto dall'articolo 9 del decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 109, e successive modificazioni, concernenti l'attuazione delle direttive comunitarie in materia di etichettatura dei prodotti alimentari; f) alimenti precucinati o

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

preparati o da preparare, costituiti da due o più elementi separati, contenuti in un unico imballaggio, che necessitano di lavorazione da parte del consumatore per ottenere l'alimento finito; g) prodotti di fantasia; h) gelati monodose; i) prodotti non alimentari che possono essere venduti unicamente al pezzo o a collo. 2. Il Ministro dello sviluppo economico, con proprio decreto, può aggiornare l'elenco delle esenzioni di cui al comma 1, nonché indicare espressamente prodotti o categorie di prodotti non alimentari ai quali non si applicano le predette esenzioni (1). *(1) Comma modificato dall'articolo 1, comma 5, del D.Lgs. 6 agosto 2015, n. 130.*

Articolo 17

Sanzioni

Art. 17. 1. Chiunque omette di indicare il prezzo per unità di misura o non lo indica secondo quanto previsto dalla presente sezione è soggetto alla sanzione di cui all'articolo 22, comma 3, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, da irrogare con le modalità ivi previste.

TITOLO III

PRATICHE COMMERCIALI, PUBBLICITA' E ALTRE COMUNICAZIONI COMMERCIALI (1)

Capo I

Disposizioni generali

Articolo 18

Definizioni (1)

Art. 18. 1. Ai fini del presente titolo, si intende per: a) "consumatore": qualsiasi persona fisica che, nelle pratiche commerciali oggetto del presente titolo, agisce per fini che non rientrano nel quadro della sua attivita' commerciale, industriale, artigianale o professionale; b) "professionista": qualsiasi persona fisica o giuridica che, nelle pratiche commerciali oggetto del presente titolo, agisce nel quadro della sua attivita' commerciale, industriale, artigianale o professionale e chiunque agisce in nome o per conto di un professionista; c) "prodotto": qualsiasi bene o servizio, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni; d) "pratiche commerciali tra professionisti e consumatori" (di seguito denominate: "pratiche commerciali"): qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale ivi compresa la pubblicita' e la commercializzazione del prodotto, posta in essere da un professionista, in relazione alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori; d-bis) 'microimprese': entita', societa' o associazioni che, a prescindere dalla forma giuridica, esercitano un'attivita' economica, anche a titolo individuale o familiare, occupando meno di

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

dieci persone e realizzando un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiori a due milioni di euro, ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 3, dell'allegato alla raccomandazione n. 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003 (2); e) "falsare in misura rilevante il comportamento economico dei consumatori": l'impiego di una pratica commerciale idonea ad alterare sensibilmente la capacita' del consumatore di prendere una decisione consapevole, inducendolo pertanto ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso; f) "codice di condotta": un accordo o una normativa che non e' imposta dalle disposizioni legislative, regolamentari o amministrative di uno Stato membro e che definisce il comportamento dei professionisti che si impegnano a rispettare tale codice in relazione a una o piu' pratiche commerciali o ad uno o piu' settori imprenditoriali specifici; g) "responsabile del codice": qualsiasi soggetto, compresi un professionista o un gruppo di professionisti, responsabile della formulazione e revisione di un codice di condotta ovvero del controllo del rispetto del codice da parte di coloro che si sono impegnati a rispettarlo; h) "diligenza professionale": il normale grado della specifica competenza ed attenzione che ragionevolmente i consumatori attendono da un professionista nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e di buona fede nel settore di attivita' del professionista; i) "invito all'acquisto": una comunicazione commerciale indicante le caratteristiche e il prezzo del prodotto in forme appropriate rispetto al mezzo impiegato per la comunicazione commerciale e pertanto tale da consentire al consumatore di effettuare un acquisto; l) "indebito condizionamento": lo sfruttamento di una posizione di potere rispetto al consumatore per esercitare una pressione, anche senza il ricorso alla forza fisica o la minaccia di tale ricorso, in modo da limitare notevolmente la capacita' del consumatore di prendere una decisione consapevole; m) "decisione di natura commerciale": la decisione presa da un consumatore relativa a se acquistare o meno un prodotto, in che modo farlo e a quali condizioni, se pagare integralmente o parzialmente, se tenere un prodotto o disfarsene o se esercitare un diritto contrattuale in relazione al prodotto; tale decisione puo' portare il consumatore a compiere un'azione o all'astenersi dal compierla; n) "professione regolamentata": attivita' professionale, o insieme di attivita' professionali, l'accesso alle quali e il cui esercizio, o una delle cui modalita' di esercizio, e' subordinata direttamente o indirettamente, in base a disposizioni legislative, regolamentari o amministrative, al possesso di determinate qualifiche professionali. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146. (2) Lettera inserita dall'articolo 7, comma 1, del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito con, modificazioni dalla Legge 24 marzo 2012, n. 27 .*

Articolo 19

Ambito di applicazione (1)

Art. 19. 1. Il presente titolo si applica alle pratiche commerciali scorrette tra professionisti e consumatori poste in essere prima, durante e dopo un'operazione commerciale relativa a un

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

prodotto, nonche' alle pratiche commerciali scorrette tra professionisti e microimprese. Per le microimprese la tutela in materia di pubblicita' ingannevole e di pubblicita' comparativa illecita e' assicurata in via esclusiva dal decreto legislativo 2 agosto 2007, n.145 (2). 2. Il presente titolo non pregiudica: a) l'applicazione delle disposizioni normative in materia contrattuale, in particolare delle norme sulla formazione, validita' od efficacia del contratto; b) l'applicazione delle disposizioni normative, comunitarie o nazionali, in materia di salute e sicurezza dei prodotti; c) l'applicazione delle disposizioni normative che determinano la competenza giurisdizionale; d) l'applicazione delle disposizioni normative relative allo stabilimento, o ai regimi di autorizzazione, o i codici deontologici o altre norme specifiche che disciplinano le professioni regolamentate, per garantire livelli elevati di correttezza professionale. 3. In caso di contrasto, le disposizioni contenute in direttive o in altre disposizioni comunitarie e nelle relative norme nazionali di recepimento che disciplinano aspetti specifici delle pratiche commerciali scorrette prevalgono sulle disposizioni del presente titolo e si applicano a tali aspetti specifici. 4. Il presente titolo non e' applicabile in materia di certificazione e di indicazioni concernenti il titolo degli articoli in metalli preziosi.. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146. (2) Comma modificato dall'articolo 7, comma 2, del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1 , convertito con, modificazioni dalla Legge 24 marzo 2012, n. 27.*

CAPO II

Pratiche commerciali scorrette

Articolo 20

Divieto delle pratiche commerciali scorrette

Art. 20. 1. Le pratiche commerciali scorrette sono vietate. 2. Una pratica commerciale e' scorretta se e' contraria alla diligenza professionale, ed e' falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale e' diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori. 3. Le pratiche commerciali che, pur raggiungendo gruppi piu' ampi di consumatori, sono idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico solo di un gruppo di consumatori chiaramente individuabile, particolarmente vulnerabili alla pratica o al prodotto cui essa si riferisce a motivo della loro infermita' mentale o fisica, della loro eta' o ingenuita', in un modo che il professionista poteva ragionevolmente prevedere, sono valutate nell'ottica del membro medio di tale gruppo. E' fatta salva la pratica pubblicitaria comune e legittima consistente in dichiarazioni esagerate o in dichiarazioni che non sono destinate ad essere prese alla lettera. 4. In particolare, sono scorrette le pratiche commerciali: a) ingannevoli di cui agli articoli 21, 22 e 23 o b) aggressive di cui agli articoli 24, 25 e 26. 4. Gli articoli 23 e 26 riportano l'elenco delle pratiche

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

commerciali, rispettivamente ingannevoli e aggressive, considerate in ogni caso scorrette (1) . *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.*

SEZIONE I

Pratiche commerciali ingannevoli

Articolo 21

Azioni ingannevoli (1)

Art. 21. 1. E' considerata ingannevole una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o e' idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o piu' dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o e' idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso: a) l'esistenza o la natura del prodotto; b) le caratteristiche principali del prodotto, quali la sua disponibilita', i vantaggi, i rischi, l'esecuzione, la composizione, gli accessori, l'assistenza post-vendita al consumatore e il trattamento dei reclami, il metodo e la data di fabbricazione o della prestazione, la consegna, l'idoneita' allo scopo, gli usi, la quantita', la descrizione, l'origine geografica o commerciale o i risultati che si possono attendere dal suo uso, o i risultati e le caratteristiche fondamentali di prove e controlli effettuati sul prodotto; c) la portata degli impegni del professionista, i motivi della pratica commerciale e la natura del processo di vendita, qualsiasi dichiarazione o simbolo relativi alla sponsorizzazione o all'approvazione dirette o indirette del professionista o del prodotto; d) il prezzo o il modo in cui questo e' calcolato o l'esistenza di uno specifico vantaggio quanto al prezzo; e) la necessita' di una manutenzione, ricambio, sostituzione o riparazione; f) la natura, le qualifiche e i diritti del professionista o del suo agente, quali l'identita', il patrimonio, le capacita', lo status, il riconoscimento, l'affiliazione o i collegamenti e i diritti di proprieta' industriale, commerciale o intellettuale o i premi e i riconoscimenti; g) i diritti del consumatore, incluso il diritto di sostituzione o di rimborso ai sensi dell'articolo 130 del presente Codice. 2. E' altresi' considerata ingannevole una pratica commerciale che, nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, induce o e' idonea ad indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso e comporti: a) una qualsivoglia attivita' di commercializzazione del prodotto che ingenera confusione con i prodotti, i marchi, la denominazione sociale e altri segni distintivi di un concorrente, ivi compresa la pubblicita' comparativa illecita; b) il mancato rispetto da parte del professionista degli impegni contenuti nei codici di condotta che il medesimo si e' impegnato a rispettare, ove si tratti di un impegno fermo e verificabile, e il professionista indichi in una pratica commerciale che e' vincolato dal codice. 3. E' considerata scorretta la pratica commerciale che, riguardando prodotti suscettibili di

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, omette di darne notizia in modo da indurre i consumatori a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza. 3-bis. È considerata scorretta la pratica commerciale di una banca, di un istituto di credito o di un intermediario finanziario che, ai fini della stipula di un contratto di mutuo, obbliga il cliente alla sottoscrizione di una polizza assicurativa erogata dalla medesima banca, istituto o intermediario ovvero all'apertura di un conto corrente presso la medesima banca, istituto o intermediario (2) 4. E' considerata, altresi', scorretta la pratica commerciale che, in quanto suscettibile di raggiungere bambini ed adolescenti, puo', anche indirettamente, minacciare la loro sicurezza. 4-bis. E‘ considerata, altresì, scorretta la pratica commerciale che richieda un sovrapprezzo dei costi per il completamento di una transazione elettronica con un fornitore di beni o servizi (3). *(1) Articolo sostituito dall' articolo 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146 . (2) Comma inserito dall'articolo 36-bis, comma 1, del D.L. 6 dicembre 2011, n. 201, convertito con modificazioni dalla Legge 22 dicembre 2011, n. 214 e, successivamente, modificato dall'articolo 28, comma 3, del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito con modificazioni dalla Legge 24 marzo 2012, n. 27 . (3) Comma aggiunto dall’ articolo 15, comma 5-quater, del D.L. 18 ottobre 2012 n. 179 , convertito, con modificazioni, dalla Legge 17 dicembre 2012, n. 221 .*

Articolo 22

Omissioni ingannevoli

Art. 22. 1. E' considerata ingannevole una pratica commerciale che nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, nonche' dei limiti del mezzo di comunicazione impiegato, omette informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno in tale contesto per prendere una decisione consapevole di natura commerciale e induce o e' idonea ad indurre in tal modo il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso. 2. Una pratica commerciale e' altresi' considerata un'omissione ingannevole quando un professionista occulta o presenta in modo oscuro, incomprensibile, ambiguo o intempestivo le informazioni rilevanti di cui al comma 1, tenendo conto degli aspetti di cui al detto comma, o non indica l'intento commerciale della pratica stessa qualora questi non risultino gia' evidente dal contesto nonche' quando, nell'uno o nell'altro caso, cio' induce o e' idoneo a indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso. 3. Qualora il mezzo di comunicazione impiegato per la pratica commerciale imponga restrizioni in termini di spazio o di tempo, nel decidere se vi sia stata un'omissione di informazioni, si tiene conto di dette restrizioni e di qualunque misura adottata dal professionista per rendere disponibili le informazioni ai consumatori con altri mezzi. 4. Nel caso di un invito all'acquisto sono considerate rilevanti, ai sensi del comma 1, le informazioni seguenti, qualora non risultino gia' evidenti dal contesto: a) le caratteristiche principali del prodotto in misura adeguata al mezzo di comunicazione e al prodotto stesso; b) l'indirizzo geografico e l'identita' del professionista, come la sua denominazione

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

sociale e, ove questa informazione sia pertinente, l'indirizzo geografico e l'identita' del professionista per conto del quale egli agisce; c) il prezzo comprensivo delle imposte o, se la natura del prodotto comporta l'impossibilita' di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalita' di calcolo del prezzo e, se del caso, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore; d) le modalita' di pagamento, consegna, esecuzione e trattamento dei reclami qualora esse siano difformi dagli obblighi imposti dalla diligenza professionale; e) l'esistenza di un diritto di recesso o scioglimento del contratto per i prodotti e le operazioni commerciali che comportino tale diritto. 5. Sono considerati rilevanti, ai sensi del comma 1, gli obblighi di informazione, previsti dal diritto comunitario, connessi alle comunicazioni commerciali, compresa la pubblicita' o la commercializzazione del prodotto (1). *(1) Articolo rettificato in Gazz. Uff. 3 gennaio, n. 2 e sostituito dall'articolo 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.*

Articolo 22 bis

Pubblicità ingannevole delle tariffe marittime (1).

Art. 22-bis. 1. E' considerata ingannevole la pubblicità che, riguardando le tariffe praticate da compagnie marittime che operano sul territorio italiano direttamente o in code-sharing, reclamizzi il prezzo del biglietto dovuto alla compagnia marittima separatamente dagli oneri accessori, dalle tasse portuali e da tutti gli oneri comunque destinati a gravare sul consumatore, dovendo la compagnia marittima pubblicizzare un unico prezzo che includa tutte queste voci. *(1) Articolo inserito dall'articolo 22, comma 1, della Legge 23 luglio 2009, n. 99.*

Articolo 23

Pratiche commerciali considerate in ogni caso ingannevoli Art. 23. 1. Sono considerate in ogni caso ingannevoli le seguenti pratiche commerciali: a) affermazione non rispondente al vero, da parte di un professionista, di essere firmatario di un codice di condotta; b) esibire un marchio di fiducia, un marchio di qualita' o un marchio equivalente senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione; c) asserire, contrariamente al vero, che un codice di condotta ha l'approvazione di un organismo pubblico o di altra natura; d) asserire, contrariamente al vero, che un professionista, le sue pratiche commerciali o un suo prodotto sono stati autorizzati, accettati o approvati, da un organismo pubblico o privato o che sono state rispettate le condizioni dell'autorizzazione, dell'accettazione o dell'approvazione ricevuta; e) invitare all'acquisto di prodotti ad un determinato prezzo senza rivelare l'esistenza di ragionevoli motivi che il professionista puo' avere per ritenere che non sara' in grado di fornire o di far fornire da un altro professionista quei prodotti o prodotti equivalenti a quel prezzo entro un periodo e in quantita' ragionevoli in rapporto al prodotto, all'entita' della pubblicita' fatta del prodotto e al prezzo offerti; f) invitare all'acquisto di prodotti ad un determinato prezzo e

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

successivamente: 1) rifiutare di mostrare l'articolo pubblicizzato ai consumatori, oppure 2) rifiutare di accettare ordini per l'articolo o di consegnarlo entro un periodo di tempo ragionevole, oppure 3) fare la dimostrazione dell'articolo con un campione difettoso, con l'intenzione di promuovere un altro prodotto. g) dichiarare, contrariamente al vero, che il prodotto sara' disponibile solo per un periodo molto limitato o che sara' disponibile solo a condizioni particolari per un periodo di tempo molto limitato, in modo da ottenere una decisione immediata e privare i consumatori della possibilita' o del tempo sufficiente per prendere una decisione consapevole; h) impegnarsi a fornire l'assistenza post-vendita a consumatori con i quali il professionista ha comunicato prima dell'operazione commerciale in una lingua diversa dalla lingua ufficiale dello Stato membro in cui il professionista e' stabilito e poi offrire concretamente tale servizio soltanto in un'altra lingua, senza che questo sia chiaramente comunicato al consumatore prima del suo impegno a concludere l'operazione; i) affermare, contrariamente al vero, o generare comunque l'impressione che la vendita del prodotto e' lecita; l) presentare i diritti conferiti ai consumatori dalla legge come una caratteristica propria dell'offerta fatta dal professionista; m) salvo quanto previsto dal decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni, impiegare contenuti redazionali nei mezzi di comunicazione per promuovere un prodotto, qualora i costi di tale promozione siano stati sostenuti dal professionista senza che cio' emerga dai contenuti o da immagini o suoni chiaramente individuabili per il consumatore; n) formulare affermazioni di fatto inesatte per quanto riguarda la natura e la portata dei rischi per la sicurezza personale del consumatore o della sua famiglia se egli non acquistasse il prodotto; o) promuovere un prodotto simile a quello fabbricato da un altro produttore in modo tale da fuorviare deliberatamente il consumatore inducendolo a ritenere, contrariamente al vero, che il prodotto e' fabbricato dallo stesso produttore; p) avviare, gestire o promuovere un sistema di promozione a carattere piramidale nel quale il consumatore fornisce un contributo in cambio della possibilita' di ricevere un corrispettivo derivante principalmente dall'entrata di altri consumatori nel sistema piuttosto che dalla vendita o dal consumo di prodotti; q) affermare, contrariamente al vero, che il professionista e' in procinto di cessare l'attivita' o traslocare; r) affermare che alcuni prodotti possono facilitare la vincita in giochi basati sulla sorte; s) affermare, contrariamente al vero, che un prodotto ha la capacita' di curare malattie, disfunzioni o malformazioni; t) comunicare informazioni inesatte sulle condizioni di mercato o sulla possibilita' di ottenere il prodotto allo scopo d'indurre il consumatore all'acquisto a condizioni meno favorevoli di quelle normali di mercato; u) affermare in una pratica commerciale che si organizzano concorsi o promozioni a premi senza attribuire i premi descritti o un equivalente ragionevole; v) descrivere un prodotto come gratuito o senza alcun onere, se il consumatore deve pagare un supplemento di prezzo rispetto al normale costo necessario per rispondere alla pratica commerciale e ritirare o farsi recapitare il prodotto; z) includere nel materiale promozionale una fattura o analoga richiesta di pagamento che lasci intendere, contrariamente al vero, al consumatore di aver gia' ordinato il prodotto; aa) dichiarare o lasciare intendere,

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

contrariamente al vero, che il professionista non agisce nel quadro della sua attivita' commerciale, industriale, artigianale o professionale, o presentarsi, contrariamente al vero, come consumatore; bb) lasciare intendere, contrariamente al vero, che i servizi post-vendita relativi a un prodotto siano disponibili in uno Stato membro diverso da quello in cui e' venduto il prodotto (1) . *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.*

SEZIONE II

Pratiche commerciali aggressive

Articolo 24

Pratiche commerciali aggressive Art. 24. 1. E' considerata aggressiva una pratica commerciale che, nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, mediante molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica o indebito condizionamento, limita o e' idonea a limitare considerevolmente la liberta' di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto e, pertanto, lo induce o e' idonea ad indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso (1) . *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.*

Articolo 25

Ricorso a molestie coercizione o indebito condizionamento

Art. 25. 1. Nel determinare se una pratica commerciale comporta, ai fini del presente capo, molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica, o indebito condizionamento, sono presi in considerazione i seguenti elementi: a) i tempi, il luogo, la natura o la persistenza; b) il ricorso alla minaccia fisica o verbale; c) lo sfruttamento da parte del professionista di qualsivoglia evento tragico o circostanza specifica di gravita' tale da alterare la capacita' di valutazione del consumatore, al fine di influenzarne la decisione relativa al prodotto; d) qualsiasi ostacolo non contrattuale, oneroso o sproporzionato, imposto dal professionista qualora un consumatore intenda esercitare diritti contrattuali, compresi il diritto di risolvere un contratto o quello di cambiare prodotto o rivolgersi ad un altro professionista; e) qualsiasi minaccia di promuovere un'azione legale ove tale azione sia manifestamente temeraria o infondata (1) . *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.*

Articolo 26

Pratiche commerciali considerate in ogni caso aggressive (1)

Art. 26. 1. Sono considerate in ogni caso aggressive le seguenti pratiche commerciali: a) creare l'impressione che il consumatore non possa lasciare i locali commerciali fino alla conclusione del

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

contratto; b) effettuare visite presso l'abitazione del consumatore, ignorando gli inviti del consumatore a lasciare la sua residenza o a non ritornarvi, fuorche' nelle circostanze e nella misura in cui siano giustificate dalla legge nazionale ai fini dell'esecuzione di un'obbligazione contrattuale; c) effettuare ripetute e non richieste sollecitazioni commerciali per telefono, via fax, per posta elettronica o mediante altro mezzo di comunicazione a distanza, fuorche' nelle circostanze e nella misura in cui siano giustificate dalla legge nazionale ai fini dell'esecuzione di un'obbligazione contrattuale, fatti salvi l'articolo 58 e l'articolo 130 del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196; d) imporre al consumatore che intenda presentare una richiesta di risarcimento del danno in virtu' di una polizza di assicurazione di esibire documenti che non possono ragionevolmente essere considerati pertinenti per stabilire la fondatezza della richiesta, o omettere sistematicamente di rispondere alla relativa corrispondenza, al fine di dissuadere un consumatore dall'esercizio dei suoi diritti contrattuali; e) salvo quanto previsto daldecreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni, includere in un messaggio pubblicitario un'esortazione diretta ai bambini affinche' acquistino o convincano i genitori o altri adulti ad acquistare loro i prodotti reclamizzati; f) esigere il pagamento immediato o differito o la restituzione o la custodia di prodotti che il professionista ha fornito, ma che il consumatore non ha richiesto, salvo quanto previsto dall'articolo 66-sexies, comma 2 (2); g) informare esplicitamente il consumatore che, se non acquista il prodotto o il servizio saranno in pericolo il lavoro o la sussistenza del professionista; h) lasciare intendere, contrariamente al vero, che il consumatore abbia gia' vinto, vincera' o potra' vincere compiendo una determinata azione un premio o una vincita equivalente, mentre in effetti non esiste alcun premio ne' vincita equivalente oppure che qualsiasi azione volta a reclamare il premio o altra vincita equivalente e' subordinata al versamento di denaro o al sostenimento di costi da parte del consumatore. *(1) Articolo rettificato in Gazz. Uff. 3 gennaio, n. 2 e sostituito dall'articolo 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146. (2) Lettera modificata dall' articolo 1, comma 3, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all' articolo 2, comma 1, del D.Lgs. 21/2014 .*

CAPO III

Applicazione .

Articolo 27

Tutela amministrativa e giurisdizionale (1)

1. L'Autorita' garante della concorrenza e del mercato, di seguito denominata "Autorita'", esercita le attribuzioni disciplinate dal presente articolo anche quale autorita' competente per l'applicazione del regolamento 2006/2004/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 ottobre 2004, sulla cooperazione tra le autorita' nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa che tutela i

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

consumatori, nei limiti delle disposizioni di legge. 1-bis. Anche nei settori regolati, ai sensi dell'articolo 19, comma 3, la competenza ad intervenire nei confronti delle condotte dei professionisti che integrano una pratica commerciale scorretta, fermo restando il rispetto della regolazione vigente, spetta, in via esclusiva, all'Autorita' garante della concorrenza e del mercato, che la esercita in base ai poteri di cui al presente articolo, acquisito il parere dell'Autorita' di regolazione competente. Resta ferma la competenza delle Autorita' di regolazione ad esercitare i propri poteri nelle ipotesi di violazione della regolazione che non integrino gli estremi di una pratica commerciale scorretta. Le Autorita' possono disciplinare con protocolli di intesa gli aspetti applicativi e procedimentali della reciproca collaborazione, nel quadro delle rispettive competenze (2). 2. L'Autorita', d'ufficio o su istanza di ogni soggetto o organizzazione che ne abbia interesse, inibisce la continuazione delle pratiche commerciali scorrette e ne elimina gli effetti. A tale fine, l'Autorita' si avvale dei poteri investigativi ed esecutivi di cui al citato regolamento 2006/2004/CE anche in relazione alle infrazioni non transfrontaliere. Per lo svolgimento dei compiti di cui al comma 1 l'Autorita' puo' avvalersi della Guardia di finanza che agisce con i poteri ad essa attribuiti per l'accertamento dell'imposta sul valore aggiunto e dell'imposta sui redditi. L'intervento dell'Autorita' e' indipendente dalla circostanza che i consumatori interessati si trovino nel territorio dello Stato membro in cui e' stabilito il professionista o in un altro Stato membro. 3. L'Autorita' puo' disporre, con provvedimento motivato, la sospensione provvisoria delle pratiche commerciali scorrette, laddove sussiste particolare urgenza. In ogni caso, comunica l'apertura dell'istruttoria al professionista e, se il committente non e' conosciuto, puo' richiedere al proprietario del mezzo che ha diffuso la pratica commerciale ogni informazione idonea ad identificarlo. L'Autorita' puo', altresi', richiedere a imprese, enti o persone che ne siano in possesso le informazioni ed i documenti rilevanti al fine dell'accertamento dell'infrazione. Si applicano le disposizioni previste dall'articolo 14, commi 2, 3 e 4, della legge 10 ottobre 1990, n. 287 (A). 4. In caso di inottemperanza, senza giustificato motivo, a quanto disposto dall'Autorita' ai sensi dell'articolo 14, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, l'Autorita' applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 2.000,00 euro a 20.000,00 euro. Qualora le informazioni o la documentazione fornite non siano veritiere, l'Autorita' applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 4.000,00 euro a 40.000,00 euro. 5. L'Autorita' puo' disporre che il professionista fornisca prove sull'esattezza dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale se, tenuto conto dei diritti o degli interessi legittimi del professionista e di qualsiasi altra parte nel procedimento, tale esigenza risulti giustificata, date le circostanze del caso specifico. Se tale prova e' omessa o viene ritenuta insufficiente, i dati di fatto sono considerati inesatti. Incombe, in ogni caso, al professionista l'onere di provare, con allegazioni fattuali, che egli non poteva ragionevolmente prevedere l'impatto della pratica commerciale sui consumatori, ai sensi dell'articolo 20, comma 3. 6. Quando la pratica commerciale e' stata o deve essere diffusa attraverso la stampa periodica o quotidiana ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione, l'Autorita', prima di provvedere, richiede

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

il parere dell'Autorita' per le garanzie nelle comunicazioni. 7. Ad eccezione dei casi di manifesta scorrettezza e gravita' della pratica commerciale, l'Autorita' puo' ottenere dal professionista responsabile l'assunzione dell'impegno di porre fine all'infrazione, cessando la diffusione della stessa o modificandola in modo da eliminare i profili di illegittimita'. L'Autorita' puo' disporre la pubblicazione della dichiarazione dell'impegno in questione a cura e spese del professionista. In tali ipotesi, l'Autorita', valutata l'idoneita' di tali impegni, puo' renderli obbligatori per il professionista e definire il procedimento senza procedere all'accertamento dell'infrazione. 8. L'Autorita', se ritiene la pratica commerciale scorretta, vieta la diffusione, qualora non ancora portata a conoscenza del pubblico, o la continuazione, qualora la pratica sia gia' iniziata. Con il medesimo provvedimento puo' essere disposta, a cura e spese del professionista, la pubblicazione della delibera, anche per estratto, ovvero di un'apposita dichiarazione rettificativa, in modo da impedire che le pratiche commerciali scorrette continuino a produrre effetti. 9. Con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorita' dispone inoltre l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000,00 euro a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravita' e della durata della violazione. Nel caso di pratiche commerciali scorrette ai sensi dell'articolo 21, commi 3 e 4, la sanzione non puo' essere inferiore a 50.000,00 euro (3) (4). 10. Nei casi riguardanti comunicazioni commerciali inserite sulle confezioni di prodotti, l'Autorita', nell'adottare i provvedimenti indicati nei commi 3 e 8, assegna per la loro esecuzione un termine che tenga conto dei tempi tecnici necessari per l'adeguamento. 11. L'Autorita' garante della concorrenza e del mercato, con proprio regolamento, disciplina la procedura istruttoria, in modo da garantire il contraddittorio, la piena cognizione degli atti e la verbalizzazione. 12. In caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti di cui ai commi 3, 8 e 10 ed in caso di mancato rispetto degli impegni assunti ai sensi del comma 7, l'Autorita' applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorita' puo' disporre la sospensione dell'attivita' d'impresa per un periodo non superiore a trenta giorni (5) (6). 13. [I ricorsi avverso le decisioni adottate dall'Autorita' sono soggetti alla giurisdizione esclusiva del giudice amministrativo.] Per le sanzioni amministrative pecuniarie conseguenti alle violazioni del presente decreto si osservano, in quanto applicabili, le disposizioni contenute nel capo I, sezione I, e negli articoli 26, 27, 28 e 29 della legge 24 novembre 1981, n. 689, e successive modificazioni. Il pagamento delle sanzioni amministrative di cui al presente articolo deve essere effettuato entro trenta giorni dalla notifica del provvedimento dell'Autorita' (7). 14. Ove la pratica commerciale sia stata assentita con provvedimento amministrativo, preordinato anche alla verifica del carattere non scorretto della stessa, la tutela dei soggetti e delle organizzazioni che vi abbiano interesse, e' esperibile in via giurisdizionale con ricorso al giudice amministrativo avverso il predetto provvedimento. 15. E' comunque fatta salva la giurisdizione del giudice ordinario in materia di atti di concorrenza sleale, a norma dell'articolo 2598 del codice civile, nonche', per quanto concerne la pubblicita' comparativa, in materia di atti compiuti in violazione della disciplina sul diritto

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2020 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

d'autore protetto dalla legge 22 aprile 1941, n. 633, e successive modificazioni, e dei marchi d'impresa protetto a norma del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, e successive modificazioni, nonche' delle denominazioni di origine riconosciute e protette in Italia e di altri segni distintivi di imprese, beni e servizi concorrenti. *(1) Articolo sostituito dall' articolo 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146. (2) Comma inserito dall'articolo 1, comma 6, lettera a), del D. Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21. (3) A norma dell'articolo 23, comma 12-quinquiesdecies, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, convertito, con modificazioni, dalla Legge 7 agosto 2012, n. 135, l'importo massimo delle sanzioni, in materia di pratiche commerciali scorrette, di cui al presente comma e' aumentato a 5.000.000 di euro. Successivamente, l'articolo 1, comma 7, del D. Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, ha abrogato il comma 12-quinquiesdecies, dell'articolo 23, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95. (4) Comma modificato dall'articolo 1, comma 6, lettera b), del D. Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21. (5) A norma dell'articolo 23, comma 12-quinquiesdecies, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, convertito, con modificazioni, dalla Legge 7 agosto 2012, n. 135, l'importo massimo delle sanzioni, in materia di pratiche commerciali scorrette, di cui al presente comma e' aumentato a 5.000.000 di euro. Successivamente, l'articolo 1, comma 7, del D. Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, ha abrogato il comma 12-quinquiesdecies, dell'articolo 23, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95. (6) Comma modificato dall'articolo 1, comma 6, lettera c), del D. Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21. (7) Comma modificato dall' articolo 4, comma 1, punto 33), dell'Allegato 4 al D.Lgs.2 luglio 2010, n. 104 .*

(A) in riferimento alla modifica policy bagagli della società Wizz Air Hungary Ltd e RYANAIR vedi: Provvedimenti Autorita' Garante per la Concorrenza e il Mercato 31/10/2018 n. 27399 e n. 27398.

Articolo 27 bis

(Codici di condotta).

Art. 27-bis 1. Le associazioni o le organizzazioni imprenditoriali e professionali possono adottare, in relazione a una o piu' pratiche commerciali o ad uno o piu' settori imprenditoriali specifici, appositi codici di condotta che definiscono il comportamento dei professionisti che si impegnano a rispettare tali codici con l'indicazione del soggetto responsabile o dell'organismo incaricato del controllo della loro applicazione. 2. Il codice di condotta e' redatto in lingua italiana e inglese ed e' reso accessibile dal soggetto o organismo responsabile al consumatore, anche per via telematica. 3. Nella redazione di codici di condotta deve essere garantita almeno la protezione dei minori e salvaguardata la dignita' umana. 4. I codici di condotta di cui al comma 1 sono comunicati, per la relativa adesione, agli operatori dei rispettivi settori e conservati ed aggiornati a cura del responsabile del codice, con l'indicazione degli aderenti. 5. Dell'esistenza del codice di condotta, dei suoi contenuti e dell'adesione il professionista deve preventivamente informare i consumatori (1) . *(1) Articolo inserito dall'articolo 1*

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.

Articolo 27 ter 3

(Autodisciplina).

Art. 27-ter 1. I consumatori, i concorrenti, anche tramite le loro associazioni o organizzazioni, prima di avviare la procedura di cui all'articolo 27, possono convenire con il professionista di adire preventivamente, il soggetto responsabile o l'organismo incaricato del controllo del codice di condotta relativo ad uno specifico settore la risoluzione concordata della controversia volta a vietare o a far cessare la continuazione della pratica commerciale scorretta. 2. In ogni caso il ricorso ai sensi del presente articolo, qualunque sia l'esito della procedura, non pregiudica il diritto del consumatore di adire l'Autorita', ai sensi dell'articolo 27, o il giudice competente. 3. Iniziata la procedura davanti ad un organismo di autodisciplina, le parti possono convenire di astenersi dall'adire l'Autorita' fino alla pronuncia definitiva, ovvero possono chiedere la sospensione del procedimento innanzi all'Autorita', ove lo stesso sia stato attivato anche da altro soggetto legittimato, in attesa della pronuncia dell'organismo di autodisciplina. L'Autorita', valutate tutte le circostanze, puo' disporre la sospensione del procedimento per un periodo non superiore a trenta giorni (1). *(1) Articolo inserito dall'articolo 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.*

Articolo 27 quater 4

(Oneri di informazione).

Art. 27-quater 1. L'Autorita' garante della concorrenza e del mercato e le associazioni o le organizzazioni imprenditoriali e professionali di cui all'articolo 27-bis, comunicano periodicamente al Ministero dello sviluppo economico le decisioni adottate ai sensi del presente titolo. 2. Il Ministero dello sviluppo economico provvedera' affinche' sul proprio sito siano disponibili: a) le informazioni generali sulle procedure relative ai meccanismi di reclamo e ricorso disponibili in caso di controversie, nonche' sui codici di condotta adottati ai sensi dell'articolo 27-bis; b) gli estremi delle autorita', organizzazioni o associazioni presso le quali si possono ottenere ulteriori informazioni o assistenza; c) gli estremi e la sintesi delle decisioni significative riguardo a controversie, comprese quelle adottate dagli organi di composizione extragiudiziale (1). *(1) Articolo inserito dall'articolo 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.*

TITOLO IV

Particolari modalità della comunicazione pubblicitaria

CAPO I

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

Articolo 28

Ambito di applicazione

Art. 28. 1. Le disposizioni del presente capo si applicano alle televendite, come definite nel regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite, adottato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001, comprese quelle di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili e di servizi relativi a concorsi o giochi comportanti ovvero strutturati in guisa di pronostici. Le medesime disposizioni si applicano altresì agli spot di televendita (1). *(1) Articolo modificato dall'articolo 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146.*

Articolo 29

Prescrizioni

Art. 29. 1. Le televendite devono evitare ogni forma di sfruttamento della superstizione, della credulità o della paura, non devono contenere scene di violenza fisica o morale o tali da offendere il gusto e la sensibilità dei consumatori per indecenza, volgarità o ripugnanza.

Articolo 30

Divieti

Art. 30. 1. È vietata la televendita che offenda la dignità umana, comporti discriminazioni di razza, sesso o nazionalità, offenda convinzioni religiose e politiche, induca a comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza o la protezione dell'ambiente. È vietata la televendita di sigarette o di altri prodotti a base di tabacco. 2. Le televendite non devono contenere dichiarazioni o rappresentazioni che possono indurre in errore gli utenti o i consumatori, anche per mezzo di omissioni, ambiguità o esagerazioni, in particolare per ciò che riguarda le caratteristiche e gli effetti del servizio, il prezzo, le condizioni di vendita o di pagamento, le modalità della fornitura, gli eventuali premi, l'identità delle persone rappresentate.

Articolo 31

Tutela dei minori

Art. 31. 1. La televendita non deve esortare i minorenni a stipulare contratti di compravendita o di locazione di prodotti e di servizi. La televendita non deve arrecare pregiudizio morale o fisico ai minorenni e deve rispettare i seguenti criteri a loro tutela: a) non esortare i minorenni ad acquistare un prodotto o un servizio, sfruttandone l'inesperienza o la credulità; b) non esortare i minorenni a persuadere genitori o altri ad acquistare tali prodotti o servizi; c) non sfruttare la particolare fiducia

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

che i minorenni ripongono nei genitori, negli insegnanti o in altri; d) non mostrare minorenni in situazioni pericolose.

Articolo 32

Sanzioni

Art. 32. 1. Salvo che il fatto costituisca reato, e fatte salve le disposizioni ed il regime sanzionatorio stabiliti per i contratti a distanza, così come disciplinati alla parte III, titolo III, capo I, sezione II , dall'articolo 50 all'articolo 61, del codice, nonché le ulteriori disposizioni stabilite in materia di pubblicità, alle televendite sono applicabili altresì le sanzioni di cui all'articolo 2, comma 20, lettera c), della legge 14 novembre 1995, n. 481, e di cui all'articolo 1, comma 31, della legge 31 luglio 1997, n. 249(1). *(1) Così rettificato in Gazz. Uff. 3 gennaio, n. 2.*

PARTE III

IL RAPPORTO DI CONSUMO

TITOLO I

DEI CONTRATTI DEL CONSUMATORE IN GENERALE

Articolo 33

Clausole vessatorie nel contratto tra professionista e consumatore Art. 33. 1. Nel contratto concluso tra il consumatore ed il professionista si considerano vessatorie le clausole che, malgrado la buona fede, determinano a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto. 2. Si presumono vessatorie fino a prova contraria le clausole che hanno per oggetto, o per effetto, di: a) escludere o limitare la responsabilità del professionista in caso di morte o danno alla persona del consumatore, risultante da un fatto o da un'omissione del professionista (1); b) escludere o limitare le azioni o i diritti del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista; c) escludere o limitare l'opportunità da parte del consumatore della compensazione di un debito nei confronti del professionista con un credito vantato nei confronti di quest'ultimo; d) prevedere un impegno definitivo del consumatore mentre l'esecuzione della prestazione del professionista è subordinata ad una condizione il cui adempimento dipende unicamente dalla sua volontà; e) consentire al professionista di trattenere una somma di denaro versata dal consumatore se quest'ultimo non conclude il contratto o recede da esso, senza prevedere il diritto del consumatore di esigere dal professionista il doppio della somma corrisposta se è quest'ultimo a non concludere il contratto oppure a recedere; f) imporre al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

nell'adempimento, il pagamento di una somma di denaro a titolo di risarcimento, clausola penale o altro titolo equivalente d'importo manifestamente eccessivo; g) riconoscere al solo professionista e non anche al consumatore la facoltà di recedere dal contratto, nonché consentire al professionista di trattenere anche solo in parte la somma versata dal consumatore a titolo di corrispettivo per prestazioni non ancora adempiute, quando sia il professionista a recedere dal contratto; h) consentire al professionista di recedere da contratti a tempo indeterminato senza un ragionevole preavviso, tranne nel caso di giusta causa; i) stabilire un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare la tacita proroga o rinnovazione; l) prevedere l'estensione dell'adesione del consumatore a clausole che non ha avuto la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto; m) consentire al professionista di modificare unilateralmente le clausole del contratto, ovvero le caratteristiche del prodotto o del servizio da fornire, senza un giustificato motivo indicato nel contratto stesso; n) stabilire che il prezzo dei beni o dei servizi sia determinato al momento della consegna o della prestazione; o) consentire al professionista di aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto; p) riservare al professionista il potere di accertare la conformità del bene venduto o del servizio prestato a quello previsto nel contratto o conferirgli il diritto esclusivo d'interpretare una clausola qualsiasi del contratto; q) limitare la responsabilità del professionista rispetto alle obbligazioni derivanti dai contratti stipulati in suo nome dai mandatari o subordinare l'adempimento delle suddette obbligazioni al rispetto di particolari formalità; r) limitare o escludere l'opponibilità dell'eccezione d'inadempimento da parte del consumatore; s) consentire al professionista di sostituire a sè un terzo nei rapporti derivanti dal contratto, anche nel caso di preventivo consenso del consumatore, qualora risulti diminuita la tutela dei diritti di quest'ultimo; t) sancire a carico del consumatore decadenze, limitazioni della facoltà di opporre eccezioni, deroghe alla competenza dell'autorità giudiziaria, limitazioni all'adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell'onere della prova, restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti con i terzi; u) stabilire come sede del foro competente sulle controversie località diversa da quella di residenza o domicilio elettivo del consumatore; v) prevedere l'alienazione di un diritto o l'assunzione di un obbligo come subordinati ad una condizione sospensiva dipendente dalla mera volontà del professionista a fronte di un'obbligazione immediatamente efficace del consumatore. È fatto salvo il disposto dell'articolo 1355 del codice civile. v-bis) imporre al consumatore che voglia accedere ad una procedura di risoluzione extragiudiziale delle controversie prevista dal titolo II-bis della parte V, di rivolgersi esclusivamente ad un'unica tipologia di organismi ADR o ad un unico organismo ADR (2); v-ter) rendere eccessivamente difficile per il consumatore l'esperimento della procedura di risoluzione extragiudiziale delle controversie prevista dal titolo II-bis della parte V (3). 3. Se il contratto ha ad oggetto la prestazione di servizi finanziari a tempo indeterminato, il professionista può, in deroga alle lettere h) e m) del comma 2: a) recedere, qualora

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2020 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

vi sia un giustificato motivo, senza preavviso, dandone immediata comunicazione al consumatore; b) modificare, qualora sussista un giustificato motivo, le condizioni del contratto, preavvisando entro un congruo termine il consumatore, che ha diritto di recedere dal contratto. 4. Se il contratto ha ad oggetto la prestazione di servizi finanziari il professionista può modificare, senza preavviso, sempreché vi sia un giustificato motivo in deroga alle lettere n) e o) del comma 2, il tasso di interesse o l'importo di qualunque altro onere relativo alla prestazione finanziaria originariamente convenuti, dandone immediata comunicazione al consumatore che ha diritto di recedere dal contratto. 5. Le lettere h), m), n) e o) del comma 2 non si applicano ai contratti aventi ad oggetto valori mobiliari, strumenti finanziari ed altri prodotti o servizi il cui prezzo è collegato alle fluttuazioni di un corso e di un indice di borsa o di un tasso di mercato finanziario non controllato dal professionista, nonché la compravendita di valuta estera, di assegni di viaggio o di vaglia postali internazionali emessi in valuta estera. 6. Le lettere n) e o) del comma 2 non si applicano alle clausole di indicizzazione dei prezzi, ove consentite dalla legge, a condizione che le modalità di variazione siano espressamente descritte. *(1) Lettera modificata dall'articolo 5 del D.Lgs. 23 ottobre 2007, n.221. (2) Lettera inserita dall'articolo 1, comma 9, del D.Lgs. 6 agosto 2015, n. 130. A norma dell’articolo 2, comma 1, del D.L.gs. 130/2015, le presenti disposizioni si applicano a decorrere dal 9 gennaio 2016. (3) Lettera inserita dall'articolo 1, comma 9, del D.Lgs. 6 agosto 2015, n. 130. A norma dell’articolo 2, comma 1, del D.L.gs. 130/2015, le presenti disposizioni si applicano a decorrere dal 9 gennaio 2016.*

Articolo 34

Accertamento della vessatorietà delle clausole

Art. 34. 1. La vessatorietà di una clausola è valutata tenendo conto della natura del bene o del servizio oggetto del contratto e facendo riferimento alle circostanze esistenti al momento della sua conclusione ed alle altre clausole del contratto medesimo o di un altro collegato o da cui dipende. 2. La valutazione del carattere vessatorio della clausola non attiene alla determinazione dell'oggetto del contratto, nè all'adeguatezza del corrispettivo dei beni e dei servizi, purché tali elementi siano individuati in modo chiaro e comprensibile. 3. Non sono vessatorie le clausole che riproducono disposizioni di legge ovvero che siano riproduttive di disposizioni o attuative di principi contenuti in convenzioni internazionali delle quali siano parti contraenti tutti gli Stati membri dell'Unione europea o l'Unione europea. 4. Non sono vessatorie le clausole o gli elementi di clausola che siano stati oggetto di trattativa individuale. 5. Nel contratto concluso mediante sottoscrizione di moduli o formulari predisposti per disciplinare in maniera uniforme determinati rapporti contrattuali, incombe sul professionista l'onere di provare che le clausole, o gli elementi di clausola, malgrado siano dal medesimo unilateralmente predisposti, siano stati oggetto di specifica trattativa con il consumatore.

Articolo 35

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

Forma e interpretazione

Art. 35. 1. Nel caso di contratti di cui tutte le clausole o talune clausole siano proposte al consumatore per iscritto, tali clausole devono sempre essere redatte in modo chiaro e comprensibile. 2. In caso di dubbio sul senso di una clausola, prevale l'interpretazione più favorevole al consumatore. 3. La disposizione di cui al comma 2 non si applica nei casi di cui all'articolo 37.

Articolo 36

Nullità di protezione

Art. 36. 1. Le clausole considerate vessatorie ai sensi degli articoli 33 e 34 sono nulle mentre il contratto rimane valido per il resto. 2. Sono nulle le clausole che, quantunque oggetto di trattativa, abbiano per oggetto o per effetto di: a) escludere o limitare la responsabilità del professionista in caso di morte o danno alla persona del consumatore, risultante da un fatto o da un'omissione del professionista; b) escludere o limitare le azioni del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista; c) prevedere l'adesione del consumatore come estesa a clausole che non ha avuto, di fatto, la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto. 3. La nullità opera soltanto a vantaggio del consumatore e può essere rilevata d'ufficio dal giudice. 4. Il venditore ha diritto di regresso nei confronti del fornitore per i danni che ha subito in conseguenza della declaratoria di nullità delle clausole dichiarate abusive. 5. È nulla ogni clausola contrattuale che, prevedendo l'applicabilità al contratto di una legislazione di un Paese extracomunitario, abbia l'effetto di privare il consumatore della protezione assicurata dal presente titolo , laddove il contratto presenti un collegamento più stretto con il territorio di uno Stato membro dell'Unione europea (1). *(1) Così rettificato in Gazz. Uff. 3 gennaio, n. 2.*

Articolo 37

Azione inibitoria

Art. 37. 1. Le associazioni rappresentative dei consumatori, di cui all'articolo 137, le associazioni rappresentative dei professionisti [e le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura], possono convenire in giudizio il professionista o l'associazione di professionisti che utilizzano, o che raccomandano l'utilizzo di condizioni generali di contratto e richiedere al giudice competente che inibisca l'uso delle condizioni di cui sia accertata l'abusività ai sensi del presente titolo (1) (2). 2. L'inibitoria può essere concessa, quando ricorrono giusti motivi di urgenza, ai sensi degli articoli 669-bis e seguenti del codice di procedura civile. 3. Il giudice può ordinare che il provvedimento sia pubblicato in uno o più giornali, di cui uno almeno a diffusione nazionale. 4. Per quanto non previsto dal presente articolo, alle azioni inibitorie esercitate dalle associazioni dei consumatori di cui al comma 1, si applicano le disposizioni dell'articolo 140 *(1) Così rettificato in Gazz. Uff. 3 gennaio, n. 2.*

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

(2) Comma modificato dall'articolo 5, comma 4, lettera a), del D.Lgs. 25 novembre 2016, n. 219.

Articolo 37 bis 2

(Tutela amministrativa contro le clausole vessatorie) (1).

Art. 37-bis 1. L'Autorita' garante della concorrenza e del mercato, sentite le associazioni di categoria rappresentative a livello nazionale [e le camere di commercio interessate o loro unioni], d'ufficio o su denuncia, ai soli fini di cui ai commi successivi, dichiara la vessatorieta' delle clausole inserite nei contratti tra professionisti e consumatori che si concludono mediante adesione a condizioni generali di contratto o con la sottoscrizione di moduli, modelli o formulari. Si applicano le disposizioni previste dall'articolo 14, commi 2, 3 e 4, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, secondo le modalita' previste dal regolamento di cui al comma 5. In caso di inottemperanza, a quanto disposto dall'Autorita' ai sensi dell'articolo 14, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, l'Autorita' applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 2.000 euro a 20.000 euro. Qualora le informazioni o la documentazione fornite non siano veritiere, l'Autorita' applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 4.000 euro a 40.000 euro (2). 2. Il provvedimento che accerta la vessatorieta' della clausola e' diffuso anche per estratto mediante pubblicazione su apposita sezione del sito internet istituzionale dell'Autorita', sul sito dell'operatore che adotta la clausola ritenuta vessatoria e mediante ogni altro mezzo ritenuto opportuno in relazione all'esigenza di informare compiutamente i consumatori a cura e spese dell'operatore. In caso di inottemperanza alle disposizioni di cui al presente comma, l'Autorita' applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 euro a 50.000 euro. 3. Le imprese interessate hanno facolta' di interpellare preventivamente l'Autorita' in merito alla vessatorieta' delle clausole che intendono utilizzare nei rapporti commerciali con i consumatori secondo le modalita' previste dal regolamento di cui al comma 5. L'Autorita' si pronuncia sull'interpello entro il termine di centoventi giorni dalla richiesta, salvo che le informazioni fornite risultino gravemente inesatte, incomplete o non veritiere. Le clausole non ritenute vessatorie a seguito di interpello non possono essere successivamente valutate dall'Autorita' per gli effetti di cui al comma 2. Resta in ogni caso ferma la responsabilita' dei professionisti nei confronti dei consumatori. 4. In. materia di tutela giurisdizionale, contro gli atti dell'Autorita', adottati in applicazione del presente articolo, e' competente il giudice amministrativo. E' fatta salva la giurisdizione del giudice ordinario sulla validita' delle clausole vessatorie e sul risarcimento del danno. 5. L'Autorita', con proprio regolamento, disciplina la procedura istruttoria in modo da garantire il contraddittorio e l'accesso agli atti, nel rispetto dei legittimi motivi di riservatezza. Con lo stesso regolamento l'Autorita' disciplina le modalita' di consultazione con le associazioni di categoria rappresentative a livello nazionale [e con le camere di commercio interessate o loro unioni] attraverso l'apposita sezione del sito internet di cui al comma 2 nonche' la procedura di interpello. Nell'esercizio delle competenze di cui al presente articolo, l'Autorita' puo' sentire le autorita' di regolazione o vigilanza dei settori in cui i professionisti

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

interessati operano, [nonche' le camere di commercio interessate o le loro unioni] (3). 6. Le attivita' di cui al presente articolo sono svolte con le risorse umane, strumentali e finanziarie gia' disponibili a legislazione vigente. *(1) Articolo aggiunto dall'articolo 5, comma 1, del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla Legge 24 marzo 2012, n. 27 . (2) Comma modificato dall'articolo 5, comma 1, lettera b), del D.Lgs. 25 novembre 2016, n. 219. (3) Comma modificato dall'articolo 5, comma 1, lettera c) d), del D.Lgs. 25 novembre 2016, n. 219.*

Articolo 38

Rinvio

Art. 38. 1. Per quanto non previsto dal presente codice, ai contratti conclusi tra il consumatore ed il professionista si applicano le disposizioni del codice civile. *(1) Comma modificato dall'articolo 6 del D.Lgs. 23 ottobre 2007 n.221.*

TITOLO II

ESERCIZIO DELL'ATTIVITA' COMMERCIALE

Capo I

Disposizioni generali

Articolo 39

Regole nelle attività commerciali

Art. 39. 1. Le attività commerciali sono improntate al rispetto dei principi di buona fede, di correttezza e di lealtà, valutati anche alla stregua delle esigenze di protezione delle categorie di consumatori.

Capo II

Promozione delle vendite

Sezione I

Credito al consumo

Articolo 40

Credito al consumo

Art. 40 . [1. Il Comitato interministeriale per il credito e il risparmio (CICR) provvede ad adeguare la normativa nazionale alla direttiva 98/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 febbraio

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

1998, che modifica la direttiva 87/102/CEE, relativa al ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di credito al consumo, con particolare riguardo alla previsione di indicare il Tasso annuo effettivo globale (TAEG) mediante un esempio tipico](1). *(1) Articolo abrogato dall'articolo 3, comma 1, del D.Lgs. 13 agosto 2010, n. 141.*

Articolo 41

Tasso annuo effettivo globale e pubblicità

Art. 41. [1. Ai fini di cui all'articolo 40, il CICR, apporta, ai sensi degli articoli 122, comma 2, e 123, comma 2, deltesto unico della legge in materia bancaria e creditizia, di cui al decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, e successive modificazioni, le necessarie modifiche alla disciplina recata dal decreto del Ministro del tesoro in data 8 luglio 1992, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 169 del 20 luglio 1992](1). *(1) Articolo abrogato dall'articolo 3, comma 1, del D.Lgs. 13 agosto 2010, n. 141.*

Articolo 42

Inadempimento del fornitore

Art. 42. [1. Nei casi di inadempimento del fornitore di beni e servizi, il consumatore che abbia effettuato inutilmente la costituzione in mora ha diritto di agire contro il finanziatore nei limiti del credito concesso, a condizione che vi sia un accordo che attribuisce al finanziatore l'esclusiva per la concessione di credito ai clienti del fornitore. La responsabilità si estende anche al terzo, al quale il finanziatore abbia ceduto i diritti derivanti dal contratto di concessione del credito](1). *(1) Articolo abrogato dall'articolo 3, comma 1, del D.Lgs. 13 agosto 2010, n. 141.*

Articolo 43

Rinvio al testo unico bancario

Art. 43. Per la [restante] disciplina del credito al consumo si fa rinvio ai capi II e III del titolo VI del citato decreto legislativo n. 385 del 1993, e successive modificazioni, nonché agli articoli 144 e 145 del medesimo testo unico per l'applicazione delle relative sanzioni. *(1) Comma modificato dall'articolo 3, comma 1, del D.Lgs. 13 agosto 2010, n. 141.*

TITOLO III

MODALITA CONTRATTUALI

Articolo 44

Contratti negoziati nei locali commerciali. Rinvio

Art. 44. 1. Ove non diversamente disciplinato dal presente codice, per la disciplina del settore del

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia | Tutti i diritti riservati

commercio si fa rinvio al decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59.

Capo I

Dei diritti dei consumatori nei contratti (1)

Articolo 45

Definizioni (1)

Art. 45. 1. Ai fini delle Sezioni da I a IV del presente capo, si intende per: a) "consumatore": la persona fisica, di cui all'articolo 3, comma 1, lettera a); b) "professionista": il soggetto, di cui all'articolo 3, comma 1, lettera c); c) "bene": qualsiasi bene mobile materiale ad esclusione dei beni oggetto di vendita forzata o comunque venduti secondo altre modalita' dalle autorita' giudiziarie; rientrano fra i beni oggetto della presente direttiva l'acqua, il gas e l'elettricita', quando sono messi in vendita in un volume delimitato o in quantita' determinata; d) "beni prodotti secondo le indicazioni del consumatore": qualsiasi bene non prefabbricato prodotto in base a una scelta o decisione individuale del consumatore; e) "contratto di vendita": qualsiasi contratto in base al quale il professionista trasferisce o si impegna a trasferire la proprieta' di beni al consumatore e il consumatore ne paga o si impegna a pagarne il prezzo, inclusi i contratti che hanno come oggetto sia beni che servizi; f) "contratto di servizi": qualsiasi contratto diverso da un contratto di vendita in base al quale il professionista fornisce o si impegna a fornire un servizio al consumatore e il consumatore paga o si impegna a pagarne il prezzo; g) "contratto a distanza": 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 piu' mezzi di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso; h) "contratto negoziato fuori dei locali commerciali": qualsiasi contratto tra il professionista e il consumatore: 1) concluso alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, in un luogo diverso dai locali del professionista; 2) per cui e' stata fatta un'offerta da parte del consumatore, nelle stesse circostanze di cui al numero 1; 3) concluso nei locali del professionista o mediante qualsiasi mezzo di comunicazione a distanza immediatamente dopo che il consumatore e' stato avvicinato personalmente e singolarmente in un luogo diverso dai locali del professionista, alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore; oppure; 4) concluso durante un viaggio promozionale organizzato dal professionista e avente lo scopo o l'effetto di promuovere e vendere beni o servizi al consumatore; i) "locali commerciali": 1) qualsiasi locale immobile adibito alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la sua attivita' su base permanente; oppure; 2) qualsiasi

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

locale mobile adibito alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la propria attivita' a carattere abituale; l) "supporto durevole": ogni strumento che permetta al consumatore o al professionista di conservare le informazioni che gli sono personalmente indirizzate in modo da potervi accedere in futuro per un periodo di tempo adeguato alle finalita' cui esse sono destinate e che permetta la riproduzione identica delle informazioni memorizzate; m) "contenuto digitale": i dati prodotti e forniti in formato digitale; n) "servizio finanziario": qualsiasi servizio di natura bancaria, creditizia, assicurativa, servizi pensionistici individuali, di investimento o di pagamento; o) "asta pubblica": metodo di vendita in cui beni o servizi sono offerti dal professionista ai consumatori che partecipano o cui e' data la possibilita' di partecipare all'asta di persona, mediante una trasparente procedura competitiva di offerte gestita da una casa d'aste e in cui l'aggiudicatario e' vincolato all'acquisto dei beni o servizi; p) "garanzia": qualsiasi impegno di un professionista o di un produttore (il "garante"), assunto nei confronti del consumatore, in aggiunta agli obblighi di legge in merito alla garanzia di conformita', di rimborsare il prezzo pagato, sostituire, riparare, o intervenire altrimenti sul bene, qualora esso non corrisponda alle caratteristiche, o a qualsiasi altro requisito non relativo alla conformita', enunciati nella dichiarazione di garanzia o nella relativa pubblicita' disponibile al momento o prima della conclusione del contratto; q) "contratto accessorio": un contratto mediante il quale il consumatore acquista beni o servizi connessi a un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali e in cui tali beni o servizi sono forniti dal professionista o da un terzo in base ad un accordo tra il terzo e il professionista. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. n. 21/2014.*

Articolo 46

Ambito di applicazione (1)

Art. 46. 1. Le disposizioni delle Sezioni da I a IV del presente Capo si applicano, a qualsiasi contratto concluso tra un professionista e un consumatore, inclusi i contratti per la fornitura di acqua, gas, elettricita' o teleriscaldamento, anche da parte di prestatori pubblici, nella misura in cui detti prodotti di base sono forniti su base contrattuale. 2. In caso di conflitto tra le disposizioni delle Sezioni da I a IV del presente Capo e una disposizione di un atto dell'Unione europea che disciplina settori specifici, quest'ultima e le relative norme nazionali di recepimento prevalgono e si applicano a tali settori specifici. 3. Le disposizioni delle Sezioni da I a IV del presente Capo non impediscono ai professionisti di offrire ai consumatori condizioni contrattuali piu' favorevoli rispetto alla tutela prevista da tali disposizioni. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. n. 21/2014.*

Articolo 47

Esclusioni (1)

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

Art. 47. 1. Le disposizioni delle Sezioni da I a IV del presente Capo non si applicano ai contratti: a) per i servizi sociali, compresi gli alloggi popolari, l'assistenza all'infanzia e il sostegno alle famiglie e alle persone temporaneamente o permanentemente in stato di bisogno, ivi compresa l'assistenza a lungo termine; b) di assistenza sanitaria, per i servizi prestati da professionisti sanitari a pazienti, al fine di valutare, mantenere o ristabilire il loro stato di salute, ivi compresa la prescrizione, la somministrazione e la fornitura di medicinali e dispositivi medici, sia essa fornita o meno attraverso le strutture di assistenza sanitaria; c) di attivita' di azzardo che implicano una posta di valore pecuniario in giochi di fortuna, comprese le lotterie, i giochi d'azzardo nei casino' e le scommesse; d) di servizi finanziari; e) aventi ad oggetto la creazione di beni immobili o la costituzione o il trasferimento di diritti su beni immobili; f) per la costruzione di nuovi edifici, la trasformazione sostanziale di edifici esistenti e per la locazione di alloggi a scopo residenziale; g) che rientrano nell'ambito di applicazione della disciplina concernente i contratti del turismo organizzato, di cui al Capo I del Titolo VI dell'Allegato 1 al decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79(2); h) che rientrano nell'ambito di applicazione della disciplina concernente la tutela dei consumatori per quanto riguarda taluni aspetti dei contratti di multiproprieta', dei contratti relativi ai prodotti per le vacanze di lungo termine e dei contratti di rivendita e di scambio, di cui agli articoli da 69 a 81-bis del presente Codice; i) stipulati con l'intervento di un pubblico ufficiale, tenuto per legge all'indipendenza e all'imparzialita', il quale deve garantire, fornendo un'informazione giuridica completa, che il consumatore concluda il contratto soltanto sulla base di una decisione giuridica ponderata e con conoscenza della sua rilevanza giuridica; l) di fornitura di alimenti, bevande o altri beni destinati al consumo corrente nella famiglia e fisicamente forniti da un professionista in giri frequenti e regolari al domicilio, alla residenza o al posto di lavoro del consumatore; m) di servizi di trasporto passeggeri, fatti salvi l'articolo 51, comma 2, e gli articoli 62 e 65; n) conclusi tramite distributori automatici o locali commerciali automatizzati; o) conclusi con operatori delle telecomunicazioni impiegando telefoni pubblici a pagamento per il loro utilizzo o conclusi per l'utilizzo di un solo collegamento tramite telefono, Internet o fax, stabilito dal consumatore. 2. Le disposizioni delle Sezioni da I a IV del presente Capo non si applicano ai contratti negoziati fuori dei locali commerciali in base ai quali il corrispettivo che il consumatore deve pagare non e' superiore a 50 euro. Tuttavia, si applicano le disposizioni del presente Capo nel caso di piu' contratti stipulati contestualmente tra le medesime parti, qualora l'entita' del corrispettivo globale che il consumatore deve pagare, indipendentemente dall'importo dei singoli contratti, superi l'importo di 50 euro. *[1] Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. n. 21/2014. [2] Lettera sostituita dall'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. 21 maggio 2018, n. 62.*

Sezione I

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

Informazioni precontrattuali per i consumatori nei contratti diversi dai contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali (1)

Articolo 48

Obblighi d'informazione nei contratti diversi dai contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali oo negoziati fuori dei locali commerciali (1) Art. 48. 1. Prima che il consumatore sia vincolato da un contratto diverso da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali o da una corrispondente offerta, il professionista fornisce al consumatore le seguenti informazioni in modo chiaro e comprensibile, qualora esse non siano gia' apparenti dal contesto: a) le caratteristiche principali dei beni o servizi, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi; b) l'identita' del professionista, l'indirizzo geografico in cui e' stabilito e il numero di telefono e, ove questa informazione sia pertinente, l'indirizzo geografico e l'identita' del professionista per conto del quale egli agisce; c) il prezzo totale dei beni o servizi comprensivo delle imposte o, se la natura dei beni o dei servizi comporta l'impossibilita' di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalita' di calcolo del prezzo e, se applicabili, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore; d) se applicabili, le modalita' di pagamento, consegna ed esecuzione, la data entro la quale il professionista si impegna a consegnare i beni o a prestare il servizio e il trattamento dei reclami da parte del professionista; e) oltre a un richiamo dell'esistenza della garanzia legale di conformita' per i beni, l'esistenza e le condizioni del servizio postvendita e delle garanzie commerciali, se applicabili; f) la durata del contratto, se applicabile, o, se il contratto e' a tempo indeterminato o e' un contratto a rinnovo automatico, le condizioni di risoluzione del contratto; g) se applicabile, la funzionalita' del contenuto digitale, comprese le misure applicabili di protezione tecnica; h) qualsiasi interoperabilita' pertinente del contenuto digitale con l'hardware e il software, di cui il professionista sia a conoscenza o di cui ci si puo' ragionevolmente attendere che sia venuto a conoscenza, se applicabili. 2. Gli obblighi di informazione precontrattuali, di cui al comma 1, si applicano anche ai contratti per la fornitura di acqua, gas o elettricita', quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantita' determinata, di teleriscaldamento o di contenuto digitale non fornito su un supporto materiale. 3. Gli obblighi di informazione precontrattuali, di cui al comma 1, non si applicano ai contratti che implicano transazioni quotidiane e che sono eseguiti immediatamente al momento della loro conclusione. 4. E' fatta salva la possibilita' di prevedere o mantenere obblighi aggiuntivi di informazione precontrattuale per i contratti ai quali si applica il presente articolo. 5. Sono fatte salve le disposizioni di cui agli articoli da 6 a 12 del presente Codice. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. n. 21/2014.*

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

Sezione II

Informazioni precontrattuali per il consumatore e diritto di recesso nei contratti a distanza e nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali 1

[1] Rubrica sostituita dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. n. 21/2014.

Articolo 49

Norme applicabili (1)

Art. 49. 1. Prima che il consumatore sia vincolato da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali o da una corrispondente offerta, il professionista fornisce al consumatore le informazioni seguenti, in maniera chiara e comprensibile: a) le caratteristiche principali dei beni o servizi, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi; b) l'identita' del professionista; c) l'indirizzo geografico dove il professionista e' stabilito e il suo numero di telefono, di fax e l'indirizzo elettronico, ove disponibili, per consentire al consumatore di contattare rapidamente il professionista e comunicare efficacemente con lui e, se applicabili, l'indirizzo geografico e l'identita' del professionista per conto del quale agisce; d) se diverso dall'indirizzo fornito in conformita' della lettera c), l'indirizzo geografico della sede del professionista a cui il consumatore puo' indirizzare eventuali reclami e, se applicabile, quello del professionista per conto del quale agisce; e) il prezzo totale dei beni o dei servizi comprensivo delle imposte o, se la natura dei beni o servizi comporta l'impossibilita' di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalita' 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; quando tali contratti prevedono l'addebitamento di una tariffa fissa, il prezzo totale equivale anche ai costi mensili totali; se i costi totali non possono essere ragionevolmente calcolati in anticipo, devono essere fornite le modalita' di calcolo del prezzo; f) il costo dell'utilizzo del mezzo di comunicazione a distanza per la conclusione del contratto quando tale costo e' calcolato su una base diversa dalla tariffa di base; g) le modalita' di pagamento, consegna ed esecuzione, la data entro la quale il professionista si impegna a consegnare i beni o a prestare i servizi e, se del caso, il trattamento dei reclami da parte del professionista; h) in caso di sussistenza di un diritto di recesso, le condizioni, i termini e le procedure per esercitare tale diritto conformemente all'articolo 54, comma 1, nonche' il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B; i) se applicabile, l'informazione che il consumatore dovra' sostenere il costo della restituzione dei beni in caso di recesso e in caso di contratti a distanza qualora i beni per loro natura non possano essere normalmente restituiti a mezzo

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

posta; l) che, se il consumatore esercita il diritto di recesso dopo aver presentato una richiesta ai sensi dell'articolo 50, comma 3, o dell'articolo 51, comma 8, egli e' responsabile del pagamento al professionista di costi ragionevoli, ai sensi dell'articolo 57, comma 3; m) se non e' previsto un diritto di recesso ai sensi dell'articolo 59, l'informazione che il consumatore non beneficera' di un diritto di recesso o, se del caso, le circostanze in cui il consumatore perde il diritto di recesso; n) un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformita' per i beni; o) se applicabili, l'esistenza e le condizioni dell'assistenza postvendita al consumatore, dei servizi postvendita e delle garanzie commerciali; p) l'esistenza di codici di condotta pertinenti, come definiti all'articolo 18, comma 1, lettera f), del presente Codice, e come possa esserne ottenuta copia, se del caso; q) la durata del contratto, se applicabile, o, se il contratto e' a tempo indeterminato o e' un contratto a rinnovo automatico, le condizioni per recedere dal contratto; r) se applicabile, la durata minima degli obblighi del consumatore a norma del contratto; s) se applicabili, l'esistenza e le condizioni di depositi o altre garanzie finanziarie che il consumatore e' tenuto a pagare o fornire su richiesta del professionista; t) se applicabile, la funzionalita' del contenuto digitale, comprese le misure applicabili di protezione tecnica; u) qualsiasi interoperabilita' pertinente del contenuto digitale con l'hardware e il software, di cui il professionista sia a conoscenza o di cui ci si puo' ragionevolmente attendere che sia venuto a conoscenza, se applicabile; v) se applicabile, la possibilita' di servirsi di un meccanismo extra-giudiziale di reclamo e ricorso cui il professionista e' soggetto e le condizioni per avervi accesso. 2. Gli obblighi di informazione precontrattuali, di cui al comma 1, si applicano anche ai contratti per la fornitura di acqua, gas o elettricita', quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantita' determinata, di teleriscaldamento o di contenuto digitale non fornito su un supporto materiale. 3. Nel caso di un'asta pubblica, le informazioni di cui al comma 1, lettere b), c) e d), possono essere sostituite dai corrispondenti dati della casa d'aste. 4. Le informazioni di cui al comma 1, lettere h), i) e l), possono essere fornite mediante le istruzioni tipo sul recesso di cui all'allegato I, parte A. Il professionista ha adempiuto agli obblighi di informazione di cui al comma 1, lettere h), i) e l), se ha presentato dette istruzioni al consumatore, debitamente compilate. 5. Le informazioni di cui al comma 1 formano parte integrante del contratto a distanza o del contratto negoziato fuori dei locali commerciali e non possono essere modificate se non con accordo espresso delle parti. 6. Se il professionista non adempie agli obblighi di informazione sulle spese aggiuntive o gli altri costi di cui al comma 1, lettera e), o sui costi della restituzione dei beni di cui al comma 1, lettera i), il consumatore non deve sostenere tali spese o costi aggiuntivi. 7. Nel caso di utilizzazione di tecniche che consentono una comunicazione individuale, le informazioni di cui al comma 1 sono fornite, ove il consumatore lo richieda, in lingua italiana. 8. Gli obblighi di informazione stabiliti nella presente sezione si aggiungono agli obblighi di informazione contenuti nel , e successive modificazioni, e nel decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, e successive modificazioni, e non ostano ad obblighi di informazione aggiuntivi previsti in conformita' a tali disposizioni. 9. Fatto salvo quanto previsto dal

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

comma 8, in caso di conflitto tra una disposizione del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59, e successive modificazioni, e del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, e successive modificazioni, sul contenuto e le modalita' di rilascio delle informazioni e una disposizione della presente sezione, prevale quest'ultima. 10. L'onere della prova relativo all'adempimento degli obblighi di informazione di cui alla presente sezione incombe sul professionista. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. n. 21/2014.*

Articolo 50

Requisiti formali per i contratti negoziati fuori dei locali commerciali (1)

1. Per quanto riguarda i contratti negoziati fuori dei locali commerciali il professionista fornisce al consumatore le informazioni di cui all'articolo 49, comma 1, su supporto cartaceo o, se il consumatore e' d'accordo, su un altro mezzo durevole. Dette informazioni devono essere leggibili e presentate in un linguaggio semplice e comprensibile. 2. Il professionista fornisce al consumatore una copia del contratto firmato o la conferma del contratto su supporto cartaceo o, se il consumatore e' d'accordo, su un altro mezzo durevole, compresa, se del caso, la conferma del previo consenso espresso e dell'accettazione del consumatore in conformita' all'articolo 59, comma 1, lettera o). 3. Se un consumatore vuole che la prestazione dei servizi ovvero la fornitura di acqua, gas o elettricita', quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantita' determinata, o di teleriscaldamento inizi durante il periodo di recesso previsto all'articolo 52, comma 2, il professionista esige che il consumatore ne faccia esplicita richiesta su un supporto durevole. 4. Per i contratti negoziati fuori dei locali commerciali in cui il consumatore ha chiesto espressamente i servizi del professionista ai fini dell'effettuazione di lavori di riparazione o manutenzione e in virtu' dei quali il professionista e il consumatore adempiono immediatamente ai propri obblighi contrattuali e l'importo a carico del consumatore non supera i 200 euro: a) il professionista fornisce al consumatore, prima che questi sia vincolato dal contratto, le informazioni di cui all'articolo 49, comma 1, lettere b) e c), e le informazioni concernenti il prezzo o le modalita' di calcolo del prezzo, accompagnate da una stima del prezzo totale, su supporto cartaceo o, se il consumatore e' d'accordo, su un altro mezzo durevole. Il professionista fornisce le informazioni di cui all'articolo 49, comma 1, lettere a), h) ed m), ma puo' scegliere di non fornirle su formato cartaceo o su un altro mezzo durevole se il consumatore ha espressamente acconsentito; b) la conferma del contratto fornita conformemente al comma 2 del presente articolo contiene tutte le informazioni di cui all'articolo 49, comma 1. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. n. 21/2014.*

Articolo 51

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

Art. 51. 1. Per quanto riguarda i contratti a distanza il professionista fornisce o mette a disposizione del consumatore le informazioni di cui all'articolo 49, comma 1, in modo appropriato al mezzo di comunicazione a distanza impiegato in un linguaggio semplice e comprensibile. Nella misura in cui dette informazioni sono presentate su un supporto durevole, esse devono essere leggibili. 2. Se un contratto a distanza che deve essere concluso con mezzi elettronici impone al consumatore l'obbligo di pagare, il professionista gli comunica in modo chiaro ed evidente le informazioni di cui all'articolo 49, comma 1, lettere a), e), q) ed r), direttamente prima che il consumatore inoltri l'ordine. Il professionista garantisce che, al momento di inoltrare l'ordine, il consumatore riconosca espressamente che l'ordine implica l'obbligo di pagare. Se l'inoltro dell'ordine implica di azionare un pulsante o una funzione analoga, il pulsante o la funzione analoga riportano in modo facilmente leggibile soltanto le parole "ordine con obbligo di pagare" o una formulazione corrispondente inequivocabile indicante che l'inoltro dell'ordine implica l'obbligo di pagare il professionista. Se il professionista non osserva il presente comma, il consumatore non e' vincolato dal contratto o dall'ordine. 3. I siti di commercio elettronico indicano in modo chiaro e leggibile, al piu' tardi all'inizio del processo di ordinazione, se si applicano restrizioni relative alla consegna e quali mezzi di pagamento sono accettati. 4. Se il contratto e' concluso mediante un mezzo di comunicazione a distanza che consente uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni, il professionista fornisce, su quel mezzo in particolare e prima della conclusione del contratto, almeno le informazioni precontrattuali riguardanti le caratteristiche principali dei beni o servizi, l'identita' del professionista, il prezzo totale, il diritto di recesso, la durata del contratto e, nel caso di contratti a tempo indeterminato, le condizioni di risoluzione del contratto, conformemente all'articolo 49, comma 1, lettere a), b), e), h) e q). Le altre informazioni di cui all'articolo 49, comma 1, sono fornite dal professionista in un modo appropriato conformemente al comma 1 del presente articolo. 5. Fatto salvo il comma 4, se il professionista telefona al consumatore al fine di concludere un contratto a distanza, all'inizio della conversazione con il consumatore egli deve rivelare la sua identita' e, ove applicabile, l'identita' della persona per conto della quale effettua la telefonata, nonche' lo scopo commerciale della chiamata e l'informativa di cui all'articolo 10 del decreto del Presidente della Repubblica 7 settembre 2010, n. 178. 6. Quando un contratto a distanza deve essere concluso per telefono, il professionista deve confermare l'offerta al consumatore, il quale e' vincolato solo dopo aver firmato l'offerta o dopo averla accettata per iscritto; in tali casi il documento informatico puo' essere sottoscritto con firma elettronica ai sensi dell'articolo 21 del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, e successive modificazioni. Dette conferme possono essere effettuate, se il consumatore acconsente, anche su un supporto durevole. 7. Il professionista fornisce al consumatore la conferma del contratto concluso su un mezzo durevole, entro un termine ragionevole dopo la conclusione del

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

contratto a distanza e al piu' tardi al momento della consegna dei beni oppure prima che l'esecuzione del servizio abbia inizio. Tale conferma comprende: a) tutte le informazioni di cui all'articolo 49, comma 1, a meno che il professionista non abbia gia' fornito l'informazione al consumatore su un mezzo durevole prima della conclusione del contratto a distanza; e b) se del caso, la conferma del previo consenso espresso e dell'accettazione del consumatore conformemente all'articolo 59, lettera o). 8. Se un consumatore vuole che la prestazione di servizi ovvero la fornitura di acqua, gas o elettricita', quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantita' determinata, o di teleriscaldamento inizi durante il periodo di recesso previsto all'articolo 52, comma 2, il professionista esige che il consumatore ne faccia richiesta esplicita. 9. Il presente articolo lascia impregiudicate le disposizioni relative alla conclusione di contratti elettronici e all'inoltro di ordini per via elettronica conformemente agli articoli 12, commi 2 e 3, e 13 del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, e successive modificazioni. *(1) Articolo modificato dall'articolo 7, comma 1, del D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221 e, successivamente sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21 con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. 21/2014.*

Articolo 52

Diritto di recesso (1)

Art. 52. 1. Fatte salve le eccezioni di cui all'articolo 59, il consumatore dispone di un periodo di quattordici giorni per recedere da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali senza dover fornire alcuna motivazione e senza dover sostenere costi diversi da quelli previsti all'articolo 56, comma 2, e all'articolo 57. 2. Fatto salvo l'articolo 53, il periodo di recesso di cui al comma 1 termina dopo quattordici giorni a partire: a) nel caso dei contratti di servizi, dal giorno della conclusione del contratto; b) nel caso di contratti di vendita, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico dei beni o: 1) nel caso di beni multipli ordinati dal consumatore mediante un solo ordine e consegnati separatamente, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico dell'ultimo bene; 2) nel caso di consegna di un bene costituito da lotti o pezzi multipli, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico dell'ultimo lotto o pezzo; 3) nel caso di contratti per la consegna periodica di beni durante un determinato periodo di tempo, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico del primo bene; c) nel caso di contratti per la fornitura di acqua, gas o elettricita', quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantita' determinata, di teleriscaldamento o di contenuto digitale non fornito su un supporto materiale, dal giorno della conclusione del contratto. 3. Le parti del contratto possono adempiere ai loro obblighi contrattuali durante il periodo di recesso. Tuttavia, nel caso di contratti negoziati fuori dei locali commerciali, il professionista non puo' accettare, a titolo di

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

corrispettivo, effetti cambiari che abbiano una scadenza inferiore a quindici giorni dalla conclusione del contratto per i contratti di servizi o dall'acquisizione del possesso fisico dei beni per i contratti di vendita e non puo' presentarli allo sconto prima di tale termine. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. n. 21/2014.*

Articolo 53

Non adempimento dell'obbligo d'informazione sul diritto di recesso (1)

Art. 53. 1. Se in violazione dell'articolo 49, comma 1, lettera h), il professionista non fornisce al consumatore le informazioni sul diritto di recesso, il periodo di recesso termina dodici mesi dopo la fine del periodo di recesso iniziale, come determinato a norma dell'articolo 52, comma 2. 2. Se il professionista fornisce al consumatore le informazioni di cui al comma 1 entro dodici mesi dalla data di cui all'articolo 52, comma 2, il periodo di recesso termina quattordici giorni dopo il giorno in cui il consumatore riceve le informazioni. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. n. 21/2014.*

Articolo 54

Esercizio del diritto di recesso (1)

Art. 54. 1. Prima della scadenza del periodo di recesso, il consumatore informa il professionista della sua decisione di esercitare il diritto di recesso dal contratto. A tal fine il consumatore puo': a) utilizzare il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B; oppure b) presentare una qualsiasi altra dichiarazione esplicita della sua decisione di recedere dal contratto. 2. Il consumatore ha esercitato il proprio diritto di recesso entro il periodo di recesso di cui all'articolo 52, comma 2, e all'articolo 53 se la comunicazione relativa all'esercizio del diritto di recesso e' inviata dal consumatore prima della scadenza del periodo di recesso. 3. Il professionista, oltre alle possibilita' di cui al comma 1, puo' offrire al consumatore l'opzione di compilare e inviare elettronicamente il modulo di recesso tipo riportato all'allegato I, parte B, o una qualsiasi altra dichiarazione esplicita sul sito web del professionista. In tali casi il professionista comunica senza indugio al consumatore una conferma di ricevimento, su un supporto durevole, del recesso esercitato. 4. L'onere della prova relativa all'esercizio del diritto di recesso conformemente al presente articolo incombe sul consumatore. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. n. 21/2014.*

Articolo 55

Effetti del recesso (1)

Art. 55. 1. L'esercizio del diritto di recesso pone termine agli obblighi delle parti: a) di eseguire il

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali; oppure b) di concludere un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali nei casi in cui un'offerta sia stata fatta dal consumatore. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. n. 21/2014.*

Articolo 56

Obblighi del professionista nel caso di recesso (1)

Art. 56. 1. Il professionista rimborsa tutti i pagamenti ricevuti dal consumatore, eventualmente comprensivi delle spese di consegna, senza indebito ritardo e comunque entro quattordici giorni dal giorno in cui e' informato della decisione del consumatore di recedere dal contratto ai sensi dell'articolo 54. Il professionista esegue il rimborso di cui al primo periodo utilizzando lo stesso mezzo di pagamento usato dal consumatore per la transazione iniziale, salvo che il consumatore abbia espressamente convenuto altrimenti e a condizione che questi non debba sostenere alcun costo quale conseguenza del rimborso. Nell'ipotesi in cui il pagamento sia stato effettuato per mezzo di effetti cambiari, qualora questi non siano stati ancora presentati all'incasso, deve procedersi alla loro restituzione. E' nulla qualsiasi clausola che preveda limitazioni al rimborso nei confronti del consumatore delle somme versate in conseguenza dell'esercizio del diritto di recesso. 2. Fatto salvo il comma 1, il professionista non e' tenuto a rimborsare i costi supplementari, qualora il consumatore abbia scelto espressamente un tipo di consegna diversa dal tipo meno costoso di consegna offerto dal professionista. 3. Salvo che il professionista abbia offerto di ritirare egli stesso i beni, con riguardo ai contratti di vendita, il professionista puo' trattenere il rimborso finche' non abbia ricevuto i beni oppure finche' il consumatore non abbia dimostrato di aver rispedito i beni, a seconda di quale situazione si verifichi per prima. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. n. 21/2014.*

Articolo 57

Obblighi del consumatore nel caso di recesso (1)

Art. 57. 1. A meno che il professionista abbia offerto di ritirare egli stesso i beni, il consumatore restituisce i beni o li consegna al professionista o a un terzo autorizzato dal professionista a ricevere i beni, senza indebito ritardo e in ogni caso entro quattordici giorni dalla data in cui ha comunicato al professionista la sua decisione di recedere dal contratto ai sensi dell'articolo 54. Il termine e' rispettato se il consumatore rispedisce i beni prima della scadenza del periodo di quattordici giorni. Il consumatore sostiene solo il costo diretto della restituzione dei beni, purche' il professionista non abbia concordato di sostenerlo o abbia omesso di informare il consumatore che tale costo e' a carico del consumatore. Nel caso di contratti negoziati fuori dei locali commerciali in cui i beni sono stati consegnati al domicilio del consumatore al momento della conclusione del contratto, il professionista

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

ritira i beni a sue spese qualora i beni, per loro natura, non possano essere normalmente restituiti a mezzo posta. 2. Il consumatore e' responsabile unicamente della diminuzione del valore dei beni risultante da una manipolazione dei beni diversa da quella necessaria per stabilire la natura, le caratteristiche e il funzionamento dei beni. Il consumatore non e' in alcun caso responsabile per la diminuzione del valore dei beni se il professionista ha omesso di informare il consumatore del suo diritto di recesso a norma dell'articolo 49, comma 1, lettera h). 3. Qualora un consumatore eserciti il diritto di recesso dopo aver presentato una richiesta in conformita' dell'articolo 50, comma 3, o dell'articolo 51, comma 8, il consumatore versa al professionista un importo proporzionale a quanto e' stato fornito fino al momento in cui il consumatore ha informato il professionista dell'esercizio del diritto di recesso, rispetto a tutte le prestazioni previste dal contratto. L'importo proporzionale che il consumatore deve pagare al professionista e' calcolato sulla base del prezzo totale concordato nel contratto. Se detto prezzo totale e' eccessivo, l'importo proporzionale e' calcolato sulla base del valore di mercato di quanto e' stato fornito. 4. Il consumatore non sostiene alcun costo per: a) la prestazione di servizi o la fornitura di acqua, gas o elettricita', quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantita' determinata, o di teleriscaldamento, in tutto o in parte, durante il periodo di recesso quando: 1) il professionista ha omesso di fornire informazioni in conformita' all'articolo 49, comma 1, lettere h) ed l); oppure 2) il consumatore non ha espressamente chiesto che la prestazione iniziasse durante il periodo di recesso in conformita' all'articolo 50, comma 3, e dell'articolo 51, comma 8; oppure b) la fornitura, in tutto o in parte, del contenuto digitale che non e' fornito su un supporto materiale quando: 1) il consumatore non ha dato il suo previo consenso espresso circa l'inizio della prestazione prima della fine del periodo di quattordici giorni di cui all'articolo 52; 2) il consumatore non ha riconosciuto di perdere il diritto di recesso quando ha espresso il suo consenso; oppure 3) il professionista ha omesso di fornire la conferma conformemente all'articolo 50, comma 2, o all'articolo 51, comma 7. 5. Fatto salvo quanto previsto nell'articolo 56, comma 2, e nel presente articolo, l'esercizio del diritto di recesso non comporta alcuna responsabilita' per il consumatore. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146 , successivamente modificato dall'articolo 8, comma 1, del D.Lgs. 23 ottobre 2007, n. 221 e, da ultimo, sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. 21/2014.*

Articolo 58

Effetti dell'esercizio del diritto di recesso sui contratti accessori (1)

Art. 58. 1. Fatto salvo quanto previsto dal decreto legislativo 13 agosto 2010, n. 141, e successive modificazioni, in materia di contratti di credito ai consumatori, se il consumatore esercita il suo diritto di recesso da un contratto a distanza o concluso fuori dei locali commerciali a norma degli articoli da 52 a 57, eventuali contratti accessori sono risolti di diritto, senza costi per il consumatore, ad

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

eccezione di quelli previsti dall'articolo 56, comma 2, e dall'articolo 57. *(1) Articolo modificato dall'articolo 19-bis, comma 1, del D.L. 30 dicembre 2005, n. 273 , convertito, con modificazione, dalla Legge 23 febbraio 2006, n. 51; dall'articolo 20 bis, comma 4, del D.L. 25 settembre 2009, n. 135 , convertito, con modificazioni , dalla Legge 20 novembre 2009, n. 166 e, da ultimo, sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21 con la decorrenza di cui all' articolo 2, comma 1, del D.Lgs. 21/2014.*

Articolo 59

Eccezioni al diritto di recesso (1)

1. Il diritto di recesso di cui agli articoli da 52 a 58 per i contratti a distanza e i contratti negoziati fuori dei locali commerciali e' escluso relativamente a: a) i contratti di servizi dopo la completa prestazione del servizio se l'esecuzione e' 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 del professionista; b) la fornitura di beni o servizi il cui prezzo e' legato a fluttuazioni nel mercato finanziario che il professionista non e' in grado di controllare e che possono verificarsi durante il periodo di recesso; c) la fornitura di beni confezionati su misura o chiaramente personalizzati; d) la fornitura di beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente; e) la fornitura di beni sigillati che non si prestano ad essere restituiti per motivi igienici o connessi alla protezione della salute e sono stati aperti dopo la consegna; f) la fornitura di beni che, dopo la consegna, risultano, per loro natura, inscindibilmente mescolati con altri beni; g) la 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; h) i contratti in cui il consumatore ha specificamente richiesto una visita da parte del professionista ai fini dell'effettuazione di lavori urgenti di riparazione o manutenzione. Se, in occasione di tale visita, il professionista fornisce servizi oltre a quelli specificamente richiesti dal consumatore o beni diversi dai pezzi di ricambio necessari per effettuare la manutenzione o le riparazioni, il diritto di recesso si applica a tali servizi o beni supplementari; i) la fornitura di registrazioni audio o video sigillate o di software informatici sigillati che sono stati aperti dopo la consegna; l) la fornitura di giornali, periodici e riviste ad eccezione dei contratti di abbonamento per la fornitura di tali pubblicazioni; m) i contratti conclusi in occasione di un'asta pubblica; n) la 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 attivita' del tempo libero qualora il contratto preveda una data o un periodo di esecuzione specifici; o) la fornitura di contenuto digitale mediante un supporto non materiale se l'esecuzione e' iniziata con l'accordo espresso del consumatore e con la sua accettazione del fatto che in tal caso avrebbe perso il diritto di recesso. *(1) Articolo sostituito dall' articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all' articolo 2,*

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

comma 1, del D.Lgs. 21/2014 .

Sezione III

Altri diritti del consumatore (1)

Articolo 60

Ambito di applicazione (1)

Art. 60. 1. Gli articoli 61 e 63 si applicano ai contratti di vendita. Detti articoli non si applicano ai contratti per la fornitura di acqua, gas o elettricita', quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantita' determinata, di teleriscaldamento o di contenuto digitale non fornito su un supporto materiale. 2. Gli articoli 62, 64 e 65 si applicano ai contratti di vendita, ai contratti di servizio e ai contratti di fornitura di acqua, gas, elettricita', teleriscaldamento o contenuto digitale. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all' articolo 2, comma 1, del D.Lgs. 21/2014.*

Articolo 61

Consegna (1)

Art. 61. 1. Salva diversa pattuizione delle parti del contratto di vendita, il professionista e' obbligato a consegnare i beni al consumatore senza ritardo ingiustificato e al piu' tardi entro trenta giorni dalla data di conclusione del contratto. 2. L'obbligazione di consegna e' adempiuta mediante il trasferimento della disponibilita' materiale o comunque del controllo dei beni al consumatore. 3. Se il professionista non adempie all'obbligo di consegna dei beni entro il termine pattuito ovvero entro il termine di cui al comma 1, il consumatore lo invita ad effettuare la consegna entro un termine supplementare appropriato alle circostanze. Se il termine supplementare cosi' concesso scade senza che i beni gli siano stati consegnati, il consumatore e' legittimato a risolvere il contratto, salvo il diritto al risarcimento dei danni. 4. Il consumatore non e' gravato dall'onere di concedere al professionista il termine supplementare di cui al comma 3 se: a) il professionista si e' espressamente rifiutato di consegnare i beni, ovvero; b) se il rispetto del termine pattuito dalle parti per la consegna del bene deve considerarsi essenziale, tenuto conto di tutte le circostanze che hanno accompagnato la conclusione del contratto, ovvero; c) se il consumatore ha informato il professionista, prima della conclusione del contratto, che la consegna entro o ad una data determinata e' essenziale. 5. Nei casi previsti dal comma 4, se non riceve in consegna il bene entro il termine pattuito con il professionista ovvero entro il termine di cui al comma 1, il consumatore e' legittimato a risolvere immediatamente il contratto, salvo il diritto al risarcimento dei danni. 6. Nel caso di risoluzione posta in essere dal consumatore a norma dei commi 3 e 5, il professionista e' tenuto a rimborsargli senza indebito ritardo

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

tutte le somme versate in esecuzione del contratto. 7. E' fatta salva la possibilita' per il consumatore di far valere i diritti di cui al Capo XIV del Titolo II del Libro IV del codice civile. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all' articolo 2, comma 1, del D.Lgs. 21/2014.*

Articolo 62

Tariffe per l'utilizzo di mezzi di pagamento (1)

Art. 62. 1. Ai sensi dell' articolo 3, comma 4, del decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 11 , i professionisti non possono imporre ai consumatori, in relazione all'uso di determinati strumenti di pagamento, spese per l'uso di detti strumenti, ovvero nei casi espressamente stabiliti, tariffe che superino quelle sostenute dal professionista. 2. L'istituto di emissione della carta di pagamento riaccredita al consumatore i pagamenti in caso di addebitamento eccedente rispetto al prezzo pattuito ovvero in caso di uso fraudolento della propria carta di pagamento da parte del professionista o di un terzo. L'istituto di emissione della carta di pagamento ha diritto di addebitare al professionista le somme riaccreditate al consumatore. *(1) Articolo modificato dall'articolo 44, comma 10, del D.L. 30 dicembre 2008, n. 207 , convertito, con modificazioni, dalla Legge 27 febbraio 2009, n. 14 e, successivamente, dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all' articolo 2, comma 1, del D.Lgs. 21/2014 .*

Articolo 63

Passaggio del rischio (1)

Art. 63. 1. Nei contratti che pongono a carico del professionista l'obbligo di provvedere alla spedizione dei beni il rischio della perdita o del danneggiamento dei beni, per causa non imputabile al venditore, si trasferisce al consumatore soltanto nel momento in cui quest'ultimo, o un terzo da lui designato e diverso dal vettore, entra materialmente in possesso dei beni. 2. Tuttavia, il rischio si trasferisce al consumatore gia' nel momento della consegna del bene al vettore qualora quest'ultimo sia stato scelto dal consumatore e tale scelta non sia stata proposta dal professionista, fatti salvi i diritti del consumatore nei confronti del vettore. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all' articolo 2, comma 1, del D.Lgs. 21/2014.*

Articolo 64

Comunicazione telefonica (1)

Art. 64. 1. Qualora il professionista utilizza una linea telefonica allo scopo di essere contattato dal consumatore per telefono in merito al contratto concluso, il consumatore non e' tenuto a pagare piu' della tariffa di base quando contatta il professionista, fermo restando il diritto dei fornitori dei servizi di comunicazione elettronica di applicare una tariffa per dette telefonate. *(1) Articolo sostituito*

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati

dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all' articolo 2, comma 1, del D.Lgs. 21/2014.

Articolo 65

Pagamenti supplementari (1)

Art. 65. 1. Prima che il consumatore sia vincolato dal contratto o dall'offerta, il professionista chiede il consenso espresso del consumatore per qualsiasi pagamento supplementare oltre alla remunerazione concordata per l'obbligo contrattuale principale del professionista. Se il professionista non ottiene il consenso espresso del consumatore ma l'ha dedotto utilizzando opzioni prestabilite che il consumatore deve rifiutare per evitare il pagamento supplementare, il consumatore ha diritto al rimborso di tale pagamento. *(1) Articolo sostituito dall'articolo 1, comma 1, del D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, con la decorrenza di cui all' articolo 2, comma 1, del D.Lgs. 21/2014.* [OMISSIS].

Documento generato da www.giurispedia.com | © 2026 Giurispedia - Tutti i diritti riservati