



Il 22 luglio scorso il Consiglio dei ministri ha approvato il Codice del Consumo, dopo un percorso durato quasi due anni ed accompagnato da qualche polemica e molte preoccupazioni. Si tratta di un decreto legislativo recante il riassetto della normativa posta a tutela del consumatore, che si compone di 146 articoli. Il Codice del Consumo, approvato dal Governo nella riunione del 22 luglio 2005, riunisce in un unico testo le disposizioni di 21 provvedimenti sintetizzando in 146 articoli il contenuto di 558 norme. Nell'ambito dell'armonizzazione con le direttive comunitarie in materia, il Codice ha provveduto, alla luce dell'esperienza dell'applicazione dei testi già in vigore (giurisprudenza, dottrina), a rivedere taluni aspetti problematici, apportando i necessari miglioramenti. Il Codice persegue questi obiettivi fondamentali: - favorire l'informazione del consumatore, - tutelare il consumatore nella fase di raccolta delle informazioni, - assicurare la correttezza dei processi negoziali e delle forme contrattuali da cui discendono le decisioni di acquisto. Vengono definiti inoltre in modo chiaro i diritti e gli interessi individuali e collettivi dei consumatori e degli utenti, promuovendone la tutela in sede nazionale e locale, anche in forma collettiva. Si migliora, altresì, la concorrenza, la trasparenza e l'informazione nel mercato, favorendo la qualità dei prodotti e dei servizi, nonché la crescita della fiducia dei cittadini e degli operatori economici. I settori disciplinati dal Codice sono molteplici: - etichettatura, - sicurezza generale dei prodotti, - pubblicità ingannevole e clausole abusive; - vendite a domicilio, - vendite a distanza, - contratti turistici e multiproprietà, - garanzie dei beni di consumo - azioni inibitorie. Il Codice non è, come sostenuto da alcuni, la semplice raccolta di provvedimenti normativi che lo assimilerebbe ad un "Testo unico". Al contrario, si tratta di un vero e proprio "codice", ricco di interventi di profonda armonizzazione della normativa esistente e, in qualche caso, anche di soluzioni innovative: il legislatore non ha mancato, infatti di riorganizzare alcune materie mettendo mano a modifiche, anche significative. I consumatori italiani potranno giovare, tra i primi in Europa, di un testo organico a difesa dei loro diritti, che consiste di sei sezioni, suddivise per categorie tematiche secondo la dinamica tipica dell'atto di acquisto, dalla pubblicità alla corretta informazione, al momento negoziale della stipula del contratto, alla sicurezza dei prodotti, fino all'accesso alla giustizia e

Di Marco Maglio

Sabato 17 Settembre 2005 13:00

---

alle associazioni dei consumatori. Per il mondo della comunicazione e della vendita diretta vanno segnalate diverse innovazioni delle quali daremo conto prossimamente. Per il momento segnalo solo il contenuto dell'articolo 58 che recita testualmente quanto segue: ART. 58 (Limiti all'impiego di talune tecniche di comunicazione a distanza) 1. L'impiego da parte di un professionista del telefono, della posta elettronica, di sistemi automatizzati di chiamata senza l'intervento di un operatore o di fax richiede il consenso preventivo del consumatore. 2. Tecniche di comunicazione a distanza diverse da quelle di cui al comma 1, qualora consentano una comunicazione individuale, possono essere impiegate dal professionista se il consumatore non si dichiara esplicitamente contrario. Sarà interessante capire come questo principio si intrecci rispetto ad una normativa come quella che disciplina il trattamento dei dati personali, che si basa sul consenso preventivo espresso. Quale normativa prevarrà? Quella generale o quella specifica dedicata alle vendite a distanza? Il tema è interessante e dall'esito del dibattito che si svilupperà dipende il futuro della comunicazione interattiva in Italia. Cosa cambierà adesso? Per il momento il cambiamento sarà eminentemente culturale: cambierà l'approccio delle imprese e dei cittadini al tema della tutela dei diritti dei consumatori. Il vero cambiamento (e sarà una vera rivoluzione di sistema) interverrà quando verrà definitivamente approvato il progetto sulle azioni collettive che da quasi un anno, dopo approvazione alla Camera, giace al Senato in attesa di essere discusso. Quando anche in Italia le "class action" di stampo statunitense saranno operative capiremo quanto costi davvero attribuire diritti ai consumatori e stabiliremo se questo modello sia economicamente sostenibile.