

CONTRATTI A DISTANZA: INFORMAZIONI DA FORNIRE e DIRITTO DI RECESSO

I contratti di commercio elettronico secondo il D. LGS 70/2003 e i contratti a distanza secondo il Codice del Consumo Art. 50.

Informazioni da fornirsi nel caso di contratti a distanza e commercio elettronico secondo il D. LGS. 70/2003 e secondo il Codice del Consumo Art. 52.

Il diritto di recesso nei contratti a distanza secondo il Codice del Consumo Art. 64, 65, 67.

- 1 Contratti di commercio elettronico
- 2 Contratti a distanza
- 3 Informazioni da fornire
 - 3.1 secondo il D. LGS. 70/2003 sul commercio elettronico
 - 3.2 secondo il Codice del Consumo nei contratti a distanza
- 4 Il diritto di recesso

1. CONTRATTI DI COMMERCIO ELETTRONICO

La Direttiva europea 2000/31/CE nasce per lo scopo economico di aiutare il commercio elettronico frenato inizialmente dalla mancanza di fiducia nel mezzo che sia consumatori che professionisti nutrivano.

La scelta del legislatore per aumentare questa fiducia è stata definire delle norme che obbligassero i professionisti a dare informazioni su di essi e sui contratti che proponevano: in altre parole questa direttiva europea stabilisce, tra le altre cose, tutta una serie di informazioni che i fornitori sono tenuti a fornire sulla loro identità in primis, e sui dettagli del contratto poi.

Questa direttiva europea è stata recepita dall'Italia con il decreto legislativo 70/2003 in materia di commercio elettronico. Le norme che contiene si applicano sia ai contratti B2B che B2C, ma bisogna tenere a mente che ai contratti di commercio elettronico B2C si applicano anche le norme del Codice del Consumo relative ai contratti coi consumatori in generali, e ai contratti a distanza (categoria nella quale cadono ovviamente i contratti conclusi attraverso Internet).

2. CONTRATTI A DISTANZA

Breve riepilogo sulla tutela del consumatore

Il consumatore, in Italia, è tutelato in modo particolare per via del fatto che l'Italia fa parte della Comunità Europea. L'Italia è obbligata a recepire le direttive UE, nella forma che preferisce, sia essa legge, decreto legislativo, etc.

Chi è un consumatore?

Un consumatore è una persona fisica (dove una persona giuridica è invece una società, un ente, un'organizzazione) che agisce sul mercato per scopi estranei alla propria attività imprenditoriale o professionale. Un consumatore conclude contratti con un valore economico, per questo si dice che egli agisce sul mercato.

Ogni persona è una persona fisica, e agisce quindi da consumatore, nonostante possa anche essere una persona giuridica quando opera come professionista nel suo ambito lavorativo. Vi sono tutele particolari per i consumatori, e agevolazioni per i professionisti, ovviamente di caso in caso può non essere banale determinare se un soggetto ha agito come consumatore o meno.

[CCon] Art. 50. Definizioni

Ai fini della presente sezione si intende per:

- a) contratto a distanza: il contratto avente per oggetto beni o servizi stipulato tra un professionista e un consumatore nell'ambito di un sistema di vendita o di prestazione di servizi a distanza organizzato dal professionista che, per tale contratto, impiega esclusivamente una o più tecniche di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso;
- b) tecnica di comunicazione a distanza: qualunque mezzo che, senza la presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, possa impiegarsi per la conclusione del contratto tra le dette parti;
- c) operatore di tecnica di comunicazione: la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, la cui attività professionale consiste nel mettere a disposizione dei professionisti una o più tecniche di comunicazione a distanza.

Quando si parla di contratto a distanza? Quando i due contraenti non sono nello stesso posto quando esprimono la loro volontà contrattuale, non si trovano nello stesso luogo nello stesso momento, semplicemente.

La UE considera i contratti a distanza situazioni nelle quali il consumatore ha bisogno di specifica tutela, per due ragioni principali:

- la lontananza dei due contraenti del contratto
in una simile situazione il consumatore non può vedere la merce di persona e valutarla (nel caso l'oggetto del contratto sia un bene) o ponderare la sua scelta (ad esempio nel caso di un servizio).
- la particolare debolezza del soggetto del consumatore
ne abbiamo già parlato, in sintesi il consumatore non ha forza contrattuale per negoziare un contratto e rischia sempre di concluderne con condizioni a lui particolarmente sfavorevoli.

3. INFORMAZIONI DA FORNIRE

3.1 secondo il D. LGS. 70/2003 sul COMMERCIO ELETTRONICO

Il decreto legislativo 70/2003 specifica diverse informazioni da fornire alla controparte per chi commercia su Internet.

D. LGS. 70/2003 Art. 7 Informazioni generali obbligatorie

1. Il prestatore, in aggiunta agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi, deve rendere facilmente accessibili, in modo diretto e permanente, ai destinatari del servizio e alle Autorità competenti le seguenti informazioni:
 - a) il nome, la denominazione o la ragione sociale;
 - b) il domicilio o la sede legale;
 - c) gli estremi che permettono di contattare rapidamente il prestatore e di comunicare direttamente ed efficacemente con lo stesso, compreso l'indirizzo di posta elettronica;
 - d) il numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche, REA, o al registro delle imprese;
 - e) gli elementi di individuazione, nonché gli estremi della competente autorità di vigilanza qualora un'attività sia soggetta a concessione, licenza od autorizzazione;
 - f) per quanto riguarda le professioni regolamentate:
 - 1) l'ordine professionale o istituzione analoga, presso cui il prestatore sia iscritto e il numero di iscrizione;
 - 2) il titolo professionale e lo Stato membro in cui e' stato rilasciato;
 - 3) il riferimento alle norme professionali e agli eventuali codici di condotta vigenti nello Stato membro di stabilimento e le modalità di consultazione dei medesimi;
 - g) il numero della partita IVA o altro numero di identificazione considerato equivalente nello Stato membro, qualora il prestatore eserciti un'attività soggetta ad imposta;
 - h) l'indicazione in modo chiaro ed inequivocabile dei prezzi e delle tariffe dei diversi servizi della società dell'informazione forniti, evidenziando se comprendono le imposte, i costi di consegna ed altri elementi aggiuntivi da specificare;
 - i) l'indicazione delle attività consentite al consumatore e al destinatario del servizio e gli estremi del contratto qualora un'attività sia soggetta ad autorizzazione o l'oggetto della prestazione sia fornito sulla base di un contratto di licenza d'uso.
2. Il prestatore deve aggiornare le informazioni di cui al comma 1.
3. La registrazione della testata editoriale telematica e' obbligatoria esclusivamente per le attività per le quali i prestatori del servizio intendano avvalersi delle provvidenze previste dalla legge 7 marzo 2001, n. 62.

Per destinatari del servizio si intendono non solo i clienti effettivi che concludono un contratto ma tutti i possibili.

D. LGS. 70/2003 Art. 8 Obblighi di informazione per la comunicazione commerciale

In aggiunta agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi, le comunicazioni commerciali che costituiscono un servizio

della società dell'informazione o ne sono parte integrante, devono contenere, sin dal primo invio, in modo chiaro ed inequivocabile, una specifica informativa, diretta ad evidenziare:

- a) che si tratta di comunicazione commerciale;
- b) la persona fisica o giuridica per conto della quale è effettuata la comunicazione commerciale;
- c) che si tratta di un'offerta promozionale come sconti, premi, o omaggi e le relative condizioni di accesso;
- d) che si tratta di concorsi o giochi promozionali, se consentiti, e le relative condizioni di partecipazione.

Una comunicazione commerciale, ovvero una pubblicità, deve essere chiaramente riconoscibile come tale e dichiarare in modo chiaro per conto di chi è la pubblicità stessa. Inoltre deve descrivere chiaramente che tipo di “vendita” propone, se un'offerta promozionale di qualche tipo o piuttosto un concorso, ed evidenziare le condizioni.

D. LGS. 70/2003 Art. 9 Comunicazione commerciale non sollecitata

1. Fatti salvi gli obblighi previsti dal decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 185, e dal decreto legislativo 13 maggio 1998, n. 171, le comunicazioni commerciali non sollecitate trasmesse da un prestatore per posta elettronica devono, in modo chiaro e inequivocabile, essere identificate come tali fin dal momento in cui il destinatario le riceve e contenere l'indicazione che il destinatario del messaggio può opporsi al ricevimento in futuro di tali comunicazioni.
2. La prova del carattere sollecitato delle comunicazioni commerciali e' onere del prestatore.

La comunicazione commerciale non sollecitata è, in parole povere, lo spam. Deve essere chiaramente riconoscibile come tale e contenere le informazioni per notificare che non si desidera più ricevere pubblicità di quel tipo.

D. LGS. 70/2003 Art. 12 Informazioni dirette alla conclusione del contratto)

1. Oltre agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi, nonché a quelli stabiliti dall'articolo 3 del decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 185, il prestatore, salvo diverso accordo tra parti che non siano consumatori, deve fornire in modo chiaro, comprensibile ed inequivocabile, prima dell'inoltro dell'ordine da parte del destinatario del servizio, le seguenti informazioni:
 - a) le varie fasi tecniche da seguire per la conclusione del contratto;
 - b) il modo in cui il contratto concluso sarà archiviato e le relative modalità di accesso
 - c) i mezzi tecnici messi a disposizione del destinatario per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati prima di inoltrare l'ordine al prestatore;
 - d) gli eventuali codici di condotta cui aderisce e come accedervi per via telematica;
 - e) le lingue a disposizione per concludere il contratto oltre all'italiano;
 - f) l'indicazione degli strumenti di composizione delle controversie.

1. lingue possibili
2. modo di archiviazione del contratto
3. mezzi tecnici per fare modifiche
4. eventuali codici di condotta ai quali il professionista aderisce.

Un codice di condotta è un codice di autoregolamentazione: si dichiara di seguire certe norme ma non si incorre in sanzioni se non lo si fa, come avviene invece se non

ci si attiene a norme di un codice imperativo come ad esempio il Codice del Consumo o il Codice Civile. Un esempio di codice di condotta può essere un codice in cui si dichiara di non concludere contratti con minori e di seguire alcune procedure per evitarlo, o in cui si dichiara che i propri prodotti sono conformi a standard più restrittivi di quelli di legge.

5. indicazione degli strumenti per “comporre una controversia”

ovvero l'indicazione di cos'altro posso fare per risolvere un litigio prima di andare in tribunale. Una tipica composizione di controversia di fa attraverso l'arbitrato.

Arbitrato e foro competente: il foro competente nel caso controversia in un contratto con un consumatore è sempre, tassativamente, il foro della residenza o domicilio elettivo del consumatore.

Ci limitiamo ora a citare altri 3 articoli, che seguono. L'Art. 18 stabilisce che i codici di condotta sono incoraggiati, se adottati devono essere resi accessibili e nella loro redazione si deve garantire la protezione dei minori e la salvaguardia della dignità.

L'Art. 19 stabilisce che in caso di controversia è possibile rivolgersi anche a organi extragiudiziali (es. arbitrato) e che questi organi possono anche essere organi che operano attraverso Internet stesso. Infine, l'Art. 21 stabilisce che vi siano sanzioni amministrative pecuniaria per chi non si attenga alle norme dall'Art. 7 in poi relative alle informazioni da rendere accessibili e alle regole sulle comunicazioni commerciali.

Art. 18 Codici di condotta

1. Le associazioni o le organizzazioni imprenditoriali, professionali o di consumatori promuovono l'adozione di codici di condotta che trasmettono al Ministero delle attività produttive ed alla Commissione Europea, con ogni utile informazione sulla loro applicazione e sul loro impatto nelle pratiche e consuetudini relative al commercio elettronico.
2. Il codice di condotta, se adottato, e' reso accessibile per via telematica e deve essere redatto, oltre che in lingua italiana e inglese, almeno in un'altra lingua comunitaria.
3. Nella redazione di codici di condotta deve essere garantita la protezione dei minori e salvaguardata la dignità umana.

Art. 19 Composizione delle controversie

1. In caso di controversie, prestatore e destinatario del servizio della società dell'informazione possono adire, anche organi di composizione extragiudiziale che operano anche per via telematica. Tali organi, se operano in conformità ai principi previsti dall'ordinamento comunitario e da quello nazionale, sono notificati, su loro richiesta, alla Commissione dell'unione Europea per l'inserimento nella Rete europea di composizione extragiudiziale delle controversie.
2. Gli organi di composizione extragiudiziale delle controversie comunicano alla Commissione Europea, nonché al Ministero delle attività produttive, che provvede a darne comunicazione alle Amministrazioni competenti per materia, le decisioni significative che adottano sui servizi della società dell'informazione, nonché ogni altra informazione su pratiche, consuetudini od usi relativi al commercio elettronico.

Art. 21 Sanzioni

1. Salvo che il fatto costituisca reato, le violazioni di cui agli articoli 7, 8, 9, 10 e 12 sono punite con il pagamento di una sanzione amministrativa pecuniaria da 103 euro a 10.000 euro.
2. Nei casi di particolare gravità o di recidiva i limiti minimo e massimo della sanzione indicata al comma 1 sono raddoppiati.
3. Le sanzioni sono applicate ai sensi della legge 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 citata legge 24 novembre 1981, n. 689, all'accertamento delle violazioni provvedono, d'ufficio o su denuncia, gli organi di polizia amministrativa. Il rapporto di accertamento delle violazioni di cui al comma 1 e' presentato al Ministero delle attivita' produttive, fatta salva l'ipotesi di cui all'articolo 24 della legge 24 novembre 1981, n. 689.

3.2 secondo il CODICE DEL CONSUMO nei contratti a distanza

[CCon] Art. 52. Informazioni per il consumatore

1. In tempo utile, prima della conclusione di qualsiasi contratto a distanza, il consumatore deve ricevere le seguenti informazioni:
 - 1) identità del professionista e, in caso di contratti che prevedono il pagamento anticipato, l'indirizzo del professionista;
 - 2) caratteristiche essenziali del bene o del servizio;
 - 3) prezzo del bene o del servizio, comprese tutte le tasse e le imposte;
 - 4) spese di consegna;
 - 5) modalità del pagamento, della consegna del bene o della prestazione del servizio e di ogni altra forma di esecuzione del contratto;
 - 6) esistenza del diritto di recesso o di esclusione dello stesso, ai sensi dell'articolo 55, comma 2;
 - 7) modalità e tempi di restituzione o di ritiro del bene in caso di esercizio del diritto di recesso;
 - 8) costo dell'utilizzo della tecnica di comunicazione a distanza, quando e' calcolato su una base diversa dalla tariffa di base;
 - 9) durata della validità dell'offerta e del prezzo;
 - 10) durata minima del contratto in caso di contratti per la fornitura di prodotti o la prestazione di servizi ad esecuzione continuata o periodica.
2. Le informazioni di cui al comma 1, il cui scopo commerciale deve essere inequivocabile, devono essere fornite in modo chiaro e comprensibile, con ogni mezzo adeguato alla tecnica di comunicazione a distanza impiegata, osservando in particolare i principi di buona fede e di lealtà in materia di transazioni commerciali, valutati alla stregua delle esigenze di protezione delle categorie di consumatori particolarmente vulnerabili.
3. In caso di comunicazioni telefoniche, l'identità del professionista e lo scopo commerciale della telefonata devono essere dichiarati in modo inequivocabile all'inizio della conversazione con il consumatore, a pena di nullità del contratto. In caso di utilizzo della posta elettronica si applica la disciplina prevista dall'articolo 9 del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70.
4. 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. In tale caso, sono fornite nella stessa lingua anche la conferma e le ulteriori informazioni di cui all'articolo 53.
5. In caso di commercio elettronico gli obblighi informativi dovuti dal professionista vanno integrati con le informazioni previste dall'articolo 12 del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70.

Al consumatore, per consentirgli una decisione informata nonostante l'ostacolo della distanza, devono essere fornite una serie di informazioni quali (riassumendo):

1. identità del fornitore e indirizzo fisico della sua sede.
l'indirizzo deve essere quello della sede principale della sua azienda o della filiale colla quale il consumatore conclude il contratto. La conoscenza dell'indirizzo fisico è fondamentale per esercitare il diritto di recesso.
2. caratteristiche essenziali del bene o del servizio
3. prezzo del bene o del servizio con tutto compreso: tasse, imposte, costi di spedizione.
4. modalità del pagamento e consegna, e il pagamento con carta di credito con un metodo sicuro deve essere garantito.
5. esistenza del diritto di recesso e modi per esercitarlo: il consumatore deve essere anche informato che gode del diritto di recesso. In quanto soggetto debole, non solo egli deve

sapere come recedere, ma deve anche essere informato che possiede questo diritto.

6. modalità e tempi di restituzione o di ritiro del bene in caso di recesso
7. etc.

Queste informazioni devono essere fornite in tempo utile: almeno un attimo prima della conclusione del contratto (ad esempio nei contratti conclusi su Internet è classico il link “Hai letto le condizioni del contratto?” nell'ultima schermata prima della conferma definitiva). Naturalmente esse possono essere fornite anche molto prima della conclusione del contratto, ma prima della conclusione il consumatore deve assolutamente essere stato messo in grado di vedere le condizioni di contratto.

Le informazioni devono essere fornite al consumatore in modo chiaro e comprensibile, e sinora questa clausola è stata intesa in modo abbastanza rigoroso, in che significa che devono essere in carattere normale e non minuscolo, in lingua italiana e utilizzando un linguaggio comprensibile.

Come per molte altre situazioni del diritto, anche per la valutazione di chiarezza e comprensione si fa riferimento a un criterio medio. Una precisazione sulla descrizione delle caratteristiche essenziali del bene/servizio: se si tratta di un bene o servizio tecnico, naturalmente il consumatore non può richiedere che la descrizione sia chiara e comprensibile al punto di non utilizzare specifici termini tecnici o simili, anche perché semplificare troppo una descrizione tecnica può facilmente portare a lasciare fuori informazioni essenziali (esempio pratico: un consumatore non può pretendere che la descrizione di un computer che desidera acquistare lasci fuori termini come RAM o hard disk, o che essi siano spiegati).

4. DIRITTO DI RECESSO (PENTIMENTO)

Diritto di recesso: si tratta della facoltà di sciogliersi dal vincolo contrattuale. La facoltà di restituire il bene e riavere l'ammontare pagato indietro è un effetto del diritto di recesso sul caso dell'acquisto. Nel caso della fornitura di un servizio invece, il diritto di recesso si esercita chiedendo la cessazione della fornitura in questione.

[CCon] Art. 64. Esercizio del diritto di recesso

1. Per i contratti e per le proposte contrattuali a distanza ovvero negoziati fuori dai locali commerciali, il consumatore ha diritto di recedere senza alcuna penalità e senza specificarne il motivo, entro il termine di dieci giorni lavorativi, salvo quanto stabilito dall'articolo 65, commi 3, 4 e 5.
2. Il diritto di recesso si esercita con l'invio, entro i termini previsti dal comma 1, di una comunicazione scritta alla sede del professionista mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento. La comunicazione può essere inviata, entro lo stesso termine, anche mediante telegramma, telex, posta elettronica e fax, a condizione che sia confermata mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento entro le quarantotto ore successive; la raccomandata si intende spedita in tempo utile se consegnata all'ufficio postale accettante entro i termini previsti dal codice o dal contratto, ove diversi. L'avviso di ricevimento non è, comunque, condizione essenziale per provare l'esercizio del diritto di recesso.
3. Qualora espressamente previsto nell'offerta o nell'informazione concernente il diritto di recesso, in luogo di una specifica comunicazione è sufficiente la restituzione, entro il termine di cui al comma 1, della merce ricevuta.

Il consumatore gode del diritto di pentimento, o recesso ad nutum o acausale, ovvero egli può decidere di sciogliersi dagli obblighi contrattuali entro il termine senza specificare perché desidera recedere. Si tratta di un diritto liberamente esercitabile, diverso dal recesso per giusta causa richiesto in altre situazioni, nel qual caso chi recede deve dare una valida motivazione.

Il recesso per il consumatore deve anche essere senza penalità, ovvero non gli deve essere trattenuta una penale dal prezzo pagato.

Il recesso deve essere esercitato entro un certo termine: il termine è posto per evitare che il mercato si fermi, o si blocchi. Il termine è fissato in dieci giorni lavorativi come normalmente intesi, anche questo per tutelare maggiormente il consumatore.

[CCon] Art. 65. Decorrenze

1. Per i contratti o le proposte contrattuali negoziati fuori dei locali commerciali, il termine per l'esercizio del diritto di recesso di cui all'articolo 64 decorre:
 - a) dalla data di sottoscrizione della nota d'ordine contenente l'informazione di cui all'articolo 47 ovvero, nel caso in cui non sia predisposta una nota d'ordine, dalla data di ricezione dell'informazione stessa, per i contratti riguardanti la prestazione di servizi ovvero per i contratti riguardanti la fornitura di beni, qualora al consumatore sia stato preventivamente mostrato o illustrato dal professionista il prodotto oggetto del contratto;
 - b) dalla data di ricevimento della merce, se successiva, per i contratti riguardanti la fornitura di beni, qualora l'acquisto sia stato effettuato senza la presenza del professionista ovvero sia stato mostrato o illustrato un prodotto di tipo diverso da quello oggetto del contratto.
2. Per i contratti a distanza, il termine per l'esercizio del diritto di recesso di cui all'articolo 64 decorre:
 - a) per i beni, dal giorno del loro ricevimento da parte del consumatore ove siano stati soddisfatti gli obblighi di informazione di cui all'articolo 52 o dal giorno in cui questi ultimi siano stati soddisfatti, qualora ciò avvenga dopo la conclusione del contratto purché non oltre il termine di tre mesi dalla conclusione stessa;

- b) per i servizi, dal giorno della conclusione del contratto o dal giorno in cui siano stati soddisfatti gli obblighi di informazione di cui all'articolo 52, qualora ciò avvenga dopo la conclusione del contratto purché non oltre il termine di tre mesi dalla conclusione stessa.
3. Nel caso in cui il professionista non abbia soddisfatto, per i contratti o le proposte contrattuali negoziati fuori dei locali commerciali gli obblighi di informazione di cui all'articolo 47, ovvero, per i contratti a distanza, gli obblighi di informazione di cui agli articoli 52, comma 1, lettere f) e g), e 53, il termine per l'esercizio del diritto di recesso e', rispettivamente, di sessanta o di novanta giorni e decorre, per i beni, dal giorno del loro ricevimento da parte del consumatore, per i servizi, dal giorno della conclusione del contratto.
4. Le disposizioni di cui al comma 3 si applicano anche nel caso in cui il professionista fornisca una informazione incompleta o errata che non consenta il corretto esercizio del diritto di recesso.
5. Le parti possono convenire garanzie più ampie nei confronti dei consumatori rispetto a quanto previsto dal presente articolo.

I dieci giorni decorrono dalla consegna/ricevimento del bene o dall'inizio della fornitura, come stabilito dall'Art. 65, ovviamente perché è solo da quel momento che il consumatore può iniziare a valutare il bene o il servizio per poi decidere. Nel caso in cui il professionista non abbia fornito le informazioni specificate all'Articolo 52 prima della conclusione del contratto, o le abbia fornite incomplete (stiamo parlando di contratti a distanza, l'articolo 65 è più ampio), allora si ha una delazione dei termini, ovvero un loro allungamento. Il termine per il recesso passa a 3 mesi.

[CCon] Art. 67. Ulteriori obbligazioni delle parti

1. Qualora sia avvenuta la consegna del bene il consumatore e' tenuto a restituirlo o a metterlo a disposizione del professionista o della persona da questi designata, secondo le modalità ed i tempi previsti dal contratto. Il termine per la restituzione del bene non può comunque essere inferiore a dieci giorni lavorativi decorrenti dalla data del ricevimento del bene. Ai fini della scadenza del termine la merce si intende restituita nel momento in cui viene consegnata all'ufficio postale accettante o allo spedizioniere.
2. Per i contratti riguardanti la vendita di beni, qualora vi sia stata la consegna della merce, la sostanziale integrità del bene da restituire e' condizione essenziale per l'esercizio del diritto di recesso. E' comunque sufficiente che il bene sia restituito in normale stato di conservazione, in quanto sia stato custodito ed eventualmente adoperato con l'uso della normale diligenza.
3. Le sole spese dovute dal consumatore per l'esercizio del diritto di recesso a norma del presente articolo sono le spese dirette di restituzione del bene al mittente, ove espressamente previsto dal contratto.
4. Se il diritto di recesso e' esercitato dal consumatore conformemente alle disposizioni della presente sezione, il professionista e' tenuto al rimborso delle somme versate dal consumatore, ivi comprese le somme versate a titolo di caparra. Il rimborso deve avvenire gratuitamente, nel minor tempo possibile e in ogni caso entro trenta giorni dalla data in cui il professionista e' venuto a conoscenza dell'esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore. Le somme si intendono rimborsate nei termini qualora vengano effettivamente restituite, spedite o riaccreditate con valuta non posteriore alla scadenza del termine precedentemente indicato.
5. 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.

6. Qualora il prezzo di un bene o di un servizio, oggetto di un contratto di cui al presente titolo, sia interamente o parzialmente coperto da un credito concesso al consumatore, dal professionista ovvero da terzi in base ad un accordo tra questi e il professionista, il contratto di credito si intende risolto di diritto, senza alcuna penalità, nel caso in cui il consumatore eserciti il diritto di recesso conformemente alle disposizioni di cui al presente articolo. E' fatto obbligo al professionista di comunicare al terzo concedente il credito l'avvenuto esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore. Le somme eventualmente versate dal terzo che ha concesso il credito a pagamento del bene o del servizio fino al momento in cui ha conoscenza dell'avvenuto esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore sono rimborsate al terzo dal professionista, senza alcuna penalità, fatta salva la corresponsione degli interessi legali maturati.

Nel caso di recesso, il bene deve essere restituito nella sua interezza, in normale stato di conservazione. Il bene può anche essere stato utilizzato, ma deve essere integro.

Art. 55. Esclusioni

1. Il diritto di recesso previsto agli articoli 64 e seguenti, nonché gli articoli 52 e 53 ed il comma 1 dell'articolo 54 non si applicano:
 - a) ai contratti di fornitura di generi alimentari, di bevande o di altri beni per uso domestico di consumo corrente forniti al domicilio del consumatore, al suo luogo di residenza o al suo luogo di lavoro, da distributori che effettuano giri frequenti e regolari;
 - b) ai contratti di fornitura di servizi relativi all'alloggio, ai trasporti, alla ristorazione, al tempo libero, quando all'atto della conclusione del contratto il professionista si impegna a fornire tali prestazioni ad una data determinata o in un periodo prestabilito.
2. Salvo diverso accordo tra le parti, il consumatore non può esercitare il diritto di recesso previsto agli articoli 64 e seguenti nei casi:
 - a) di fornitura di servizi la cui esecuzione sia iniziata, con l'accordo del consumatore, prima della scadenza del termine previsto dall'articolo 64, comma 1;
 - b) di fornitura di beni o servizi il cui prezzo è legato a fluttuazioni dei tassi del mercato finanziario che il professionista non è in grado di controllare;
 - c) di fornitura di beni confezionati su misura o chiaramente personalizzati o che, per loro natura, non possono essere rispediti o rischiano di deteriorarsi o alterarsi rapidamente;
 - d) di fornitura di prodotti audiovisivi o di software informatici sigillati, aperti dal consumatore;
 - e) di fornitura di giornali, periodici e riviste;
 - f) di servizi di scommesse e lotterie.

Il software è escluso dal diritto di recesso, come anche i generi alimentari e gli altri prodotti citati nell'articolo. La motivazione è ovvia: un alimento sarà consumato, anche magari solo in parte, o si sarà degradato. Un software può essere facilmente copiato dopo essere stato aperto, e il consumatore può continuare a utilizzarlo anche se ne restituisce la copia fisica. Diverso il discorso

per un vestito ad esempio: se recedo dal contratto e lo restituisco, questo può essere rivenduto a un altro consumatore e io non sto più godendo di un bene di cui non dovrei più godere (visto che ho esercitato il mio diritto di recesso).

Attenzione: la clausola relativa al foro competente è nulla nel caso dei contratti a distanza coi consumatori. In quel caso il resto del contratto è valido, solo la clausola è nulla. Se il contratto NON è a distanza, la clausola è vessatoria ma non nulla.

Che legge si applica ai contratti a distanza coi consumatori? Qualunque legge anche extracomunitaria purché il consumatore non venga privato della tutela che il suo diritto gli assicura.

Le clausole possono presentarsi frammentate e essere disposte in parti diverse dello stesso sito. Non bisogna pensare al documento cartaceo ove le clausole si susseguono l'una dopo l'altra..

La prassi fino a qualche anno fa era avere due sezioni con due contratti, per professionisti e consumatori. Ora le cose sono cambiate e spesso il contratto è unico, con qualche precisazione o per escludere o per elevare diritti.

Disposizioni nulle, es. foro competente.

Inserimento di una clausola che comunque è nulla: effetto psicologico deterrente. Il consumatore che non sa che comunque può avere il processo nel suo foro di residenza può essere dissuaso dall'agire in giudizio. Non meravigliamoci se vediamo in contratti anche di grandi aziende clausole che sappiamo essere nulla. Spesso c'è una scelta precisa di non scrivere contratti del tutto conformi alla legge, per ottenere questo effetto deterrente. Si sfrutta l'ignoranza del consumatore. Stesso discorso accade per il diritto di recesso.