

IL NUOVO CODICE DEL TURISMO

Fondazione Forense Bolognese

Bologna, 7 ottobre 2011

LA MULTIPROPRIETA'

Il multiproprietario è definito ormai all'unanimità il soggetto titolare di un diritto reale su un immobile per un periodo di tempo determinato, il cd.diritto turnario di proprietà o di godimento. La proprietà limitata nel tempo è un concetto assolutamente in contrasto con il principio della tipicità dei diritti reali che in *re ipsa*, nega inevitabilmente l'accesso a modi di essere proprietari diversi dall'essere titolari di un diritto pieno ed esclusivo di disporre e di godere di un bene determinato.

Il principio della tipicità dei diritti reali, radicato nel nostro ordinamento, ha inizialmente addirittura negato l'ingresso al diritto di multiproprietà, che a non essere tipico, si poneva addirittura in contrasto con il principio di esclusività nello spazio e nel tempo che informa il diritto di proprietà nella sua accezione codicistica.

La condivisione del diritto di proprietà da parte di più soggetti è un fenomeno conosciuto e disciplinato dal nostro ordinamento che si occupa di tali fattispecie, denominandole a seconda della posizione giuridica attribuita ai soggetti titolari del diritto, comproprietà o comunione, ed individuando relativamente a tali fattispecie modalità diverse di esercizio del diritto da parte dei loro titolari.

Tuttavia, la multiproprietà non configura propriamente una condivisione da parte di più soggetti del diritto di proprietà, bensì la condivisione da parte di quegli stessi soggetti - tutti titolari di un diritto di proprietà pieno ed esclusivo, esattamente come nel condominio - di un bene immobile, pur attribuendo a ciascuno di essi **periodi di esercizio del diritto determinati**.

Una recentissima ordinanza del nostro foro¹, dedica un interessante passaggio all'individuazione della fattispecie giuridica in cui collocare la multiproprietà, definendola come "...contitolarità di concorrenti diritti di proprietà o di altri diritti reali e quindi come condominio non avente carattere assoluto, in quanto oggetto di **autolimitazione reciproca preventiva** da parte di altri multiproprietari, caratterizzato dalla indisponibilità dell'oggetto e dalla destinazione del bene..."; chiude il ragionamento l'affermazione secondo la quale la multiproprietà va inquadrata nella "...figura del condominio su cosa indivisibile...", tal che la normativa di riferimento sarebbe senza dubbio quella di cui agli artt.1117 e segg. c.c.

L'elaborazione giurisprudenziale sopra evidenziata presuppone un ragionamento giuridico condivisibile ed estremamente sottile che appare evidente prendendo in considerazione il contenuto stesso della norma che definisce la proprietà.

L'art.832 c.c. attribuisce al proprietario la facoltà di "...**godere delle cose in modo pieno ed esclusivo**..."; ne deriva che la legge non esclude che possano esistere sistemi di godimento collettivo e turnario del medesimo bene a favore di più soggetti, realizzabili attraverso la compressione della facoltà di godimento da parte degli stessi, pur con la seguente differenza:

- Laddove si tratti di comproprietà, i titolari del diritto potranno certamente stabilire delle

¹ Tribunale Bologna, ordinanza del 28 marzo 2011

IL NUOVO CODICE DEL TURISMO

Fondazione Forense Bolognese

Bologna, 7 ottobre 2011

regole per utilizzare il bene e quindi decidere diversi tempi di soggiorno, per esempio, nella casa al mare; tuttavia l'eventuale accordo produrrà solo e soltanto obbligazioni a carico dei comproprietari non opponibili ai terzi.

- Diversamente, la multiproprietà, ovvero, il diritto di proprietà ripartito è **certamente fonte di effetti reali**, attribuendo al multiproprietario il diritto di godere del bene in modo pieno ed esclusivo sebbene solo e soltanto durante il periodo di tempo assegnatogli.

Assolutamente condivisibile, quindi, la qualificazione giuridica della multiproprietà elaborata dal tribunale di Bologna quando parla di condominio con carattere non assoluto in quanto oggetto di autolimitazione reciproca preventiva da parte di altri multiproprietari.

Nei contratti di vendita della multiproprietà, ove l'oggetto della compravendita, viene generalmente definito "...quote di comproprietà in comunione sull'appartamento ..., millesimi...ecc...situato... per una/due settimane all'anno con primo anno di utilizzo..." riproduce in effetti la qualificazione sopra indicata, evidenziando la posizione del multiproprietario, come soggetto titolare di un diritto il cui esercizio è libero, pur nel periodo determinato nel contratto per effetto dell'*autolimitazione reciproca preventiva*, richiesta dal sistema di godimento collettivo cui tutti i concorrenti hanno aderito.

Come accennato, il nostro legislatore ha inizialmente ommesso di dare spazio alla multiproprietà, nonostante ciò contrastasse apertamente con il diritto vivente che ha visto negli ultimi 30 anni una larga diffusione della multiproprietà e la crescente necessità di offrire una disciplina a coloro che - ritenendo fosse commercialmente conveniente - avevano acquistato beni immobili in multiproprietà.

Il grande riscontro ottenuto dalla multiproprietà, in realtà, è dovuto da un lato all'interesse diffuso di acquistare la casa per le vacanze - seppure per un tempo limitato - ad un prezzo accessibile, senza che ciò porti con sé tutti gli oneri economici legati alla manutenzione della "seconda casa".

Si pensi al fatto che ormai il privilegio legato alla proprietà della "seconda casa", è divenuto sinonimo di gravosi oneri economici che assai spesso non vengono neppure adeguatamente ammortizzati.

Lo schema della multiproprietà ha consentito di evitare al titolare di incorrere in questi inconvenienti, contenendo i costi della casa per le vacanze al limitato periodo di tempo in cui viene solitamente utilizzata.

L'interesse verso la multiproprietà sia da parte dell'utilizzatore, sia da parte dell'operatore commerciale che fin da subito ha colto il dato dell'alta redditività dell'operazione immobiliare, è la causa della sua larga diffusione che, tuttavia, in assenza di una disciplina, si è tradotta da un lato in un iniziale proliferare di contratti che lasciavano sistematicamente la "via di uscita" a quest'ultimo, dall'altro ha assunto, a tratti, caratteristiche trascendenti la sfera di ciò che è lecito finendo per tradursi in una vera e propria truffa ai danni dell'acquirente.

Sono note, infatti, le vicende di cronaca, che hanno visto il dissesto anche doloso di imprese del settore trascinare con sé gli investimenti degli acquirenti.

IL NUOVO CODICE DEL TURISMO

Fondazione Forense Bolognese

Bologna, 7 ottobre 2011

La pratica utilizzata consisteva nell'attrarre il potenziale acquirente millantando offerte speciali ed omaggi, al fine di sottoporgli un modulo contrattuale predisposto, pieno di clausole incomprensibili e, in molti casi, ingannevoli.

Senza quasi accorgersene, anche il soggetto più avveduto si ritrovava vincolato ad un contratto che gli dava diritto a trascorrere una o due settimane ogni anno, sempre nella medesima località turistica, con oneri economici ingentissimi di cui non era stato affatto preventivamente informato.

Pur con qualche ritardo, gioco forza, anche l'ordinamento giuridico Italiano si è adeguato alle numerose direttive Europee che già da tempo avevano dato indicazioni in materia.

Nel 1998, infatti, è intervenuto il Decreto Legislativo n.427, che ha attualizzato il nostro ordinamento, consegnando alla multiproprietà l'auspicato diritto di cittadinanza.

Il Decreto in oggetto ha disciplinato i contratti di multiproprietà, apprestando quegli strumenti di tutela del consumatore fortemente voluti in ambito Europeo (direttiva 94/47/CE)

La disciplina, tuttavia, non ha introdotto un nuovo tipo contrattuale, bensì ha dettato una serie di norme applicabili a tutti i contratti i cui contenuti posseggano le caratteristiche di cui all'art.1 lett.a) D.lgs.427/98, riversato poi nel Codice del Consumo (D.Lgs.206/2005) all'art.69, e venga posto in essere dai e fra i soggetti ivi indicati.

Recentemente il D.lgs 79/2011, ha dato esecuzione alla delega prevista dall'art.14 della L.246/2005, nonché alla Direttiva 2008/122/CE, che nell'ottica di apprestare una disciplina organica e sistematica in materia di ordinamento e mercato del turismo, ha apportato significative modifiche alle norme che regolano i contratti di multiproprietà, ai contratti relativi ai prodotti per le vacanze di lungo termine e ai contratti di rivendita e di scambio, collocandoli nel Titolo IV, Capo I, del Nuovo Codice del Turismo.

L'ambito applicativo

L'art.69 è dedicato alle "definizioni", ma nella sostanza, delinea l'ambito applicativo della disciplina specifica, stabilendo quali siano i contratti assoggettabili agli artt. 69 e segg.

La previgente disciplina era certamente più generica riferendosi a tutti i "... *contratti della durata di almeno tre anni con i quali, verso il pagamento di un prezzo globale, si costituisce si trasferisce si promette di costituire o trasferire direttamente o indirettamente, un diritto reale o un altro diritto avente ad oggetto il godimento di uno o più beni immobili, per un periodo determinato o determinabile dell'anno non inferiore ad una settimana*".

Lo spirito della direttiva Europea, era quella di apprestare uno schema contrattuale ispirato alla trasparenza e al principio di buona fede delle parti, in cui il dato della durata minima del contratto veniva in considerazione in quanto criterio idoneo ad individuare un ambito di rapporti contrattuali durevoli (quantomeno per un apprezzabile lasso di tempo) ed in cui si rende necessaria l'applicazione della relativa disciplina allo scopo di evitare abusi e/o violazioni dei diritti del consumatore.

Sul piano della durata minima del contratto, la riforma ha certamente ampliato l'ambito applicativo, assoggettando al sistema di tutela del consumatore ogni contratto di multiproprietà di durata superiore ad un anno, e richiamando (art.69, co.1, lett.a) tutti i negozi preposti alla circolazione del diritto di proprietà e/o di godimento ripartito.

IL NUOVO CODICE DEL TURISMO

Fondazione Forense Bolognese

Bologna, 7 ottobre 2011

L'art.69, 1° co., lett a) quindi comprende la cessione o la promessa di trasferire sia "*un diritto reale*" sia "*un'altro diritto avente ad oggetto il godimento di uno o più beni immobili*" per "...*più di un periodo di occupazione...*", prescindendo dalla durata del periodo di godimento previsto contrattualmente.

La disciplina della riforma supera pertanto il dibattito dottrinale sulla distinzione fra multiproprietà immobiliare, denominata "multiproprietà in senso stretto" e altri tipi di multiproprietà aventi ad oggetto il diritto di godere del bene, quali la "multiproprietà azionaria"² assoggettando alla tutela riservata al consumatore un più ampio novero di contratti.

Alla medesima disciplina assoggetta anche tutti i contratti funzionali, nella pratica, ad indurre il consumatore a concludere il contratto avente ad oggetto la multiproprietà, che – il più delle volte – si affida sulla possibilità di "scambiare" la settimana (che gli operatori spesso chiamano "settimana di multi vacanza") o di ottenere sconti sul soggiorno od ancora di poter rivendere in ogni momento il prodotto acquistato.

L'art.69, co.2 è di importanza fondamentale in quanto è finalizzato ad evitare, puerili stratagemmi, quali per esempio, prevedere da parte dell'operatore una durata del contratto inferiore alla legge (9 mesi anziché un anno con la possibilità di proroga) all'esclusivo scopo di sfuggire all'applicazione della normativa suddetta.

Tali pratiche commerciali, tuttavia, che a dire il vero si sono verificati numerosi, sono stati oggetto di sanzione non solo da parte dei Tribunali ma anche e soprattutto da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, che continua ad essere molto attenta al comportamento tenuto dagli operatori del mercato al fine di rilevarne l' eventuale scorrettezza sotto il profilo degli eventuali messaggi ingannevoli o non dotati della chiarezza e/o della trasparenza richiesta.

L'obbligo informativo

Al diritto del consumatore di ricevere informazioni di cui all'art.71, Nuovo Codice del Turismo (già art.70 Codice Consumo), si contrappone l'obbligo del venditore di consegnare il cd.documento informativo ovvero una serie di informazioni che sono elencate nella norma, finalizzate sostanzialmente a precisare l'oggetto del contratto e le condizioni o modalità per il suo esercizio.

La previgente disciplina non precisava né modalità, né tempo, né luogo di adempimento; non veniva indicata, in altre parole, la tempistica intercorrente fra la consegna del documento informativo e la stipulazione del contratto, tal che la dottrina più autorevole era orientata a ritenere che il venditore avrebbe potuto consegnare il documento informativo immediatamente prima della stipulazione del contratto³, con conseguente svilimento del contenuto della norma nonché della *ratio legis* che secondo una logica indiscutibile è finalizzata ad imporre severi obblighi informativi connessi all'efficace esercizio del diritto di recesso riservato al consumatore.

² (Marasco, *Multiproprietà*, in CeI, 2000, pag.1058)

³ (De Cristofaro, *Contratto di Time Sharing: attuata la direttiva comunitaria*, in Slur, 1999, 607)

IL NUOVO CODICE DEL TURISMO

Fondazione Forense Bolognese

Bologna, 7 ottobre 2011

In realtà ciò che più interessa, al fine di apprestare l'invocata tutela del consumatore nonché per dare un senso logico alla norma di legge, è che il documento informativo venga certamente consegnato in un momento antecedente alla stipulazione del contratto, oltre che con un anticipo tale da consentire al consumatore di prendere visione e di eventualmente approfondire le informazioni ivi contenute al fine di poter esprimere un consenso consapevole.

La sacrosanta *ratio* della norma, infatti, è quella di garantire la correttezza del procedimento di formazione della volontà dell'acquirente.

La disciplina riformata ha superato anche questa problematica introducendo la regola di cui all'art.70, intitolato "Pubblicità", in cui precisa che "...E' fatto obbligo all'operatore di specificare in ogni pubblicità la possibilità di ottenere le informazioni di cui all'art.71, co.1 e di indicare le modalità sul come ottenerle...".

Il problema si pone sul piano pratico: i contratti preliminari vengono quasi sempre stipulati fuori dai locali commerciali; in altre parole è quasi sempre il venditore che cerca il contatto con il potenziale acquirente allo scopo di formulare la proposta di vendita: questa, del resto, è una pratica commerciale del tutto lecita.

La realtà ambientale in cui le parti contrattuali hanno il primo contatto è - per così dire - amena, nel senso che nella maggior parte dei casi, non avviene negli uffici della società bensì in luoghi diversi in cui il potenziale acquirente si trova occasionalmente.

Le pratiche commerciali in uso sono tali per cui il primo contatto con il cliente - consumatore può avvenire nelle strutture turistico alberghiere o nei residences dove quest'ultimo soggiorna (ove il professionista - ovverosia la società che si occupa delle vendite degli appartamenti in multiproprietà - abbia una propria collocazione) o nell'ambito di contesti creati ad hoc dal professionista in cui il cliente - consumatore viene ricevuto a scopo informativo/illustrativo.

In ognuno di questi casi, la prassi vuole che in occasione del primo contatto non si concluda neppure il contratto preliminare, bensì venga semplicemente sottoposto al cliente - consumatore una sorta di modulo di prenotazione attraverso il quale quest'ultimo prenota la visita a domicilio degli addetti alle vendite per la conclusione del contratto preliminare, che solitamente avviene qualche giorno dopo.

Sulla scorta di tale prassi consolidata l'art.70, D.lgs 79/2011 precisa che qualsiasi "abbocco" da parte dell'operatore deve rivelare chiaramente "...lo scopo commerciale e la natura dell'evento..." precisando inoltre che "le informazioni" devono "...essere a disposizione del consumatore in qualsiasi momento durante l'evento..."

L'apporto dell'art.70 si rivela fondamentale nell'ottica di garantire al consumatore l'esercizio del diritto a ricevere le informazioni, tal che l'esatta esecuzione dei passaggi di cui alla norma citata assicura che il consumatore sia già in possesso di ogni informazione relativa all'immobile al momento della conclusione del contratto.

La violazione dell'obbligo informativo e il diritto di recesso

E' da chiarire che la violazione dell'obbligo informativo da parte dell'operatore, di per sé, **non produce la nullità** del contratto, bensì **la dilazione del termine per l'esercizio del diritto di recesso** (art.73, D.lgs 79/2011)

Questo punto era vero nella vigenza della normativa riformata, ed è vero oggi.

IL NUOVO CODICE DEL TURISMO

Fondazione Forense Bolognese

Bologna, 7 ottobre 2011

Afferma infatti, la norma citata, estremamente più articolata rispetto a quella previgente, che qualora l'operatore abbia violato l'obbligo informativo di cui all'art.71, o più precisamente laddove egli abbia omesso la consegna dei formulari predisposti, il termine per l'esercizio del diritto di recesso senza alcuna penalità, non è quello ordinario di 14 gg. naturali e consecutivi (già 10 gg. lavorativi) bensì di tre mesi e 14 gg. dalla data del contratto o da quella di consegna del contratto in cartaceo o su supporto durevole (art.72 co.1; art.73, co.2, lett.b)

Le novità introdotte dalla riforma, del resto, impongono all'operatore una serie di obblighi finalizzati – come si diceva in precedenza – a rendere effettiva l'informazione finalizzandola ad un corretto esercizio del diritto di recesso del consumatore.

Nella previgente disciplina, l'operatore era tenuto a consegnare al consumatore il documento informativo di cui all'art.70 Codice Consumo, senza tuttavia sanzionare la mancata consegna ma solo la carenza di informazioni (art.73, co.2, D.lgs. 206/2005)

La normativa così come modificata è invece, molto più pregnante in quanto l'obbligo informativo è articolato in una serie di passaggi che non lasciano scampo all'operatore reticente:

1. Le informazioni devono essere fornite prima della conclusione del contratto (art.71, 1° co.)
2. Il contratto a pena di nullità è redatto per iscritto su carta o altro supporto durevole in italiano e nella lingua del consumatore se risiede o ha cittadinanza in un paese UE (art.72, 1° co.)
3. Copia del contratto deve essere consegnato al consumatore al momento della sua conclusione (art.72, 7° co.) diversamente il dies a quo del diritto di recesso si calcola dal momento della consegna (art.72, 2° co., lett.b)
4. Il contratto contiene le informazioni di cui all'art.71 (fornite attraverso appositi formulari predisposti) che ne fanno parte integrante e sostanziale (art.72, 4° co.)
5. Le clausole contrattuali concernenti il diritto di recesso e il divieto di ricevere acconti sono sottoposte separatamente al consumatore al quale viene consegnato un formulario separato di recesso a pena di un'ulteriore dilazione del termine per l'esercizio di recesso pari a un anno e 14 gg. (art.73, 3° co., lett.a)

Se l'operatore esegue esattamente gli obblighi informativi che formano il contenuto di questi passaggi, trascorsi 14 gg. dalla conclusione, il contratto è definitivo e vincolante fra le parti; diversamente lo spazio riservato al diritto di recesso è estremamente più ampio di quello previsto dalla previgente disciplina, che pur esprimendo dei principi sacrosanti sanzionandone la violazione, aveva omesso di predisporre i passaggi che rendono al contrario effettivo l'adempimento dell'obbligo informativo da parte dell'operatore.

Rimane fermo il principio secondo il quale nell'ipotesi di inerzia di entrambi i contraenti, il contratto si perfeziona dopo tre mesi e 14 gg. dalla data in cui il contratto è stato concluso o dal giorno in cui il consumatore l'ha ricevuto.

La mancanza di informazioni non è quindi **causa di invalidità/nullità del contratto**, incidendo invece **sulla sua efficacia** che risulta posticipata al momento in cui il diritto di ripensamento

IL NUOVO CODICE DEL TURISMO

Fondazione Forense Bolognese

Bologna, 7 ottobre 2011

"dilatato" sia decorso.

Esemplificativa in questo senso è la sentenza del Tribunale di Civitavecchia del 18.7.2009⁴, che dichiara "...risolto il contratto sottoscritto dalle parti in data...ed il contratto di finanziamento ad esso collegato..." ritenendo tempestivamente esercitato il diritto di recesso comunicato entro i tre mesi dalla sottoscrizione del preliminare in quanto il venditore aveva omesso di informare l'acquirente - consumatore su un solo elemento fra quelli richiesti dall'art.70 Codice Consumo, ovverosia "...gli estremi delle leggi regionali che regolano la destinazione dell'immobile con destinazione turistico - recettiva...".

Nella fattispecie il Giudice ha rilevato la completezza di tutte le altre informazioni, ritenendo, tuttavia, che quella sola omissione fosse necessaria e sufficiente a ritardare il termine per l'esercizio del diritto di ripensamento riconoscendo efficacia risolutiva alla comunicazione inviata dal consumatore entro i tre mesi di cui al 2° co. dell'art.73, D.lgs 206/2005.

Dunque la sanzione della violazione dell'obbligo informativo consiste nella dilazione del termine per l'esercizio del diritto di ripensamento di cui all'art.73 Cod.Turismo, che, se esercitato correttamente, anche attraverso il formulario che viene obbligatoriamente consegnato al consumatore "...pone fine all'obbligo delle parti di eseguire il contratto..." (art.74, 3° co.) senza alcuna spesa né penalità a carico del consumatore, che non è certamente debitore di alcunché nei confronti dell'operatore anche per i servizi resi in precedenza.

Gli artt. 69 e segg., quindi, non introducono ulteriori cause di nullità del contratto (ad eccezione di quella di cui all'art.72 che prescrive la forma scritta *ad substantiam*) bensì ulteriori cause di risoluzione del contratto.

Del resto, come già anticipato, l'impianto normativo in esame non ha introdotto un nuovo tipo contrattuale; il Codice del Consumo prima e quello del Turismo di recente introduzione, infatti, si sono limitati ad introdurre nel nostro sistema giuridico le regole e i principi indicati dalla direttiva comunitaria, attribuendogli carattere imperativo (art.78) solo ad integrazione di quelli già esistenti con riferimento al tipo di contratto volta per volta utilizzato nella sostanza dalle parti (che solo normalmente, ma non necessariamente, è il contratto di compravendita) nell'intento di fornire all'acquirente una precisa e rafforzata tutela.⁵

E' evidente che la sanzione di nullità o annullabilità del contratto deve necessariamente riportarsi alla normativa codicistica in materia, tal che l'impianto normativo a tutela del consumatore ne esce complessivamente rafforzato.

Questo principio è chiarito dall'art.81 *bis* che chiude la disciplina speciale rinviando "...per quanto ivi non previsto..." alle norme civilistiche in materia di contratti.

La giurisprudenza di merito, in particolare, aveva già applicato questo principio ed ha risolto le controversie sulla multiproprietà ricorrendo all'applicazione dei principi che presiedono la materia contrattualistica, e quindi al principio di correttezza e buona fede contrattuale (artt.1175 e 1375 cc) nonché a quelli che regolano l'incidenza della gravità dell'inadempimento sulla

⁴ Tribunale di Civitavecchia n.1047 del 18 luglio 2009

⁵ (De Cristofaro, *Contratto di Time Sharing: attuata la direttiva comunitaria*, in *Slur*, 1999, 604)

IL NUOVO CODICE DEL TURISMO

Fondazione Forense Bolognese

Bologna, 7 ottobre 2011

risoluzione del contratto.⁶

Significativa a tal proposito è l'allegata decisione del Giudice di Pace di Ascoli Piceno⁷ che ha accolto la domanda dell'attore opponente (acquirente/consumatore) di richiesta di revoca del decreto ingiuntivo ottenuto dal convenuto opposto (venditore/professionista) avente ad oggetto le spese sostenute per la conclusione del contratto dal quale l'acquirente recedeva esercitando tempestivamente il diritto di ripensamento al medesimo riservato dal contratto in ossequio alla legge.

Nella specie il convenuto opposto, in sede monitoria, aveva prodotto agli atti una fattura formata dal venditore successivamente al recesso, che riportava le spese sostenute per la generazione del contratto, e di cui il venditore medesimo chiedeva il pagamento invocando quella parte della norma (Codice Consumo, art.73, 1° co.) che prevedeva da parte dell'acquirente il diritto di recesso senza penalità, ma con "*...obbligo di rimborsare al venditore solo le spese sostenute e documentate per la conclusione del contratto di cui è fatta menzione nello stesso, purché si tratti di spese relative ad atti da espletare tassativamente prima dello scadere del periodo di recesso*".

Quest'ultima parte della norma si è rivelata, nella pratica, svuotata di ogni valenza e contenuto: il venditore infatti, nel generare il contratto sopporta una serie di spese che difficilmente è in grado di documentare specificatamente, in quanto si tratta di costi di natura per lo più amministrativa, pur riferibili esclusivamente a quel contratto, che tuttavia nell'ambito dell'azienda rientrano nella gestione complessiva dei costi, rendendo pressoché impossibile la quantificazione unitaria degli stessi.

Ne deriva, che, sotto l'aspetto meramente pratico, l'acquirente che recede tempestivamente non aveva già di fatto alcun obbligo di rimborso anche precedentemente all'avvento della riforma.

Il principio che l'art.74, Nuovo Codice Turismo ha sancito in via definitiva era già stato anticipato dai Giudici, orientati certamente ad arricchire ulteriormente la sfera delle facoltà attribuite all'acquirente/consumatore, allo scopo di tutelare la parte debole del contratto.

Anche la particolare attenzione a che le trattative precontrattuali, nonché l'esecuzione del contratto, si svolgano secondo modalità di assoluta chiarezza e trasparenza, era già presente nella previgente disciplina, che agli artt.20 e segg. Codice del Consumo, individuava le pratiche commerciali scorrette e ingannevoli, consegnano all'Autorità Garante della concorrenza e del Mercato, il potere di vigilare sull'attività degli operatori commerciali del settore. (art.27, Cod.Consumo)

L'attività di vigilanza della suddetta Autorità si svolge in modo sistematico ed estremamente rigoroso, essendo sufficiente anche una sola segnalazione per scatenare un'indagine senza confini.

La visita ispettiva da parte dell'Autorità, infatti, e quindi l'inizio dell'attività istruttoria si estende all'intera attività dell'operatore commerciale, ben potendo riguardare i messaggi

⁶ Tribunale Bologna, 21 giugno 2011; Tribunale Genova, 21 gennaio 2011; Tribunale Trieste, 21 giugno 2011

⁷ Giudice di Pace di Ascoli Piceno n. 1284 del 3.10.2008

IL NUOVO CODICE DEL TURISMO

Fondazione Forense Bolognese

Bologna, 7 ottobre 2011

pubblicitari o promozionali diffusi via internet o tramite altri canali, i moduli contrattuali utilizzati e gli allegati, e quindi, il documento informativo, il regolamento d'uso, depliant, moduli di ogni genere e tipo ecc...

Nel caso del procedimento, la cui comunicazione di avvio è allegata in copia⁸, l'intervento dell'Autorità Garante è stato sollecitato da un solo consumatore che lamentava la poca chiarezza dell'operatore commerciale riguardo ai costi aggiuntivi (art.71 Cod.Consumo) ma la visita ispettiva ha riguardato il sito internet dell'operatore commerciale segnalato, estendendosi successivamente ai moduli contrattuali utilizzati⁹.

Il confronto con l'Autorità Garante è estremamente impegnativo e ciò anche laddove i moduli contrattuali e i messaggi pubblicitari siano già sostanzialmente chiari, in quanto il limite che separa l'attività commerciale scorretta e la pratica pubblicitaria consistente in "...*dichiarazioni esagerate o che non sono destinate ad essere prese alla lettera...*" (art.20, 3° co., Codice Consumo) è estremamente sottile e facilmente opinabile, trattandosi di un *discrimen* rimesso non solo alla discrezionalità del Giudicante, ma, in primo luogo, al consumatore.

Il problema nasce dal fatto che, di fronte all'Autorità Garante, la capacità di comprensione non viene rapportata al concetto di media diligenza bensì al consumatore, tal che diviene praticamente impossibile fornire moduli contrattuali adeguati.

Anche il ricorso all'Autorità Garante, quindi, si traduce ingiustamente in una diabolica arma in possesso del consumatore al quale viene data la possibilità di sacrificare un'attività commerciale, pur svolta secondo criteri che si riferiscono alla capacità di comprensione del consumatore medio, in nome di una ricerca di tutela che francamente, quantomeno allo stato, si rivela decisamente eccessiva.

Avv.Carla Nassetti

⁸ Comunicazione avvio del procedimento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato n.prot.0030423 del 29.4.2009

⁹ Copia estratto del verbale di audizione del 2 settembre 2009