

CAMERA DEI DEPUTATI

N. 3169

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

GARAVAGLIA, GARZIA, OLCESE, FERRARI MARTE, CICIOMESSERE, BONINO, CUOJATI, GALLI MARIA LUISA, PATRIA, RIZZO, VENTRE, BELUSSI, CENI

Presentata il 16 febbraio 1982

Norme per la disciplina delle vendite per corrispondenza

ONOREVOLI COLLEGHI! — Numerosi sono i tipi di vendita (per corrispondenza, per campione, in forme rateali, e così via) dei quali l'impresa si avvale per introdurre nel circuito di distribuzione prodotti e servizi e per raggiungere, in modo capillare, il mercato dei consumatori. E in questa fase che si possono perpetrare quelle forme di sfruttamento che risultano gravemente lesive degli interessi economici degli acquirenti. Approfittando della inconsapevolezza delle scelte dei consumatori e della loro diffusa disinformazione, l'impresa è in grado infatti di proporre acquisti, in apparenza vantaggiosi per i clienti, che si rivelano invece, concluso l'accordo, sorprendentemente vantaggiosi per il venditore.

Così accade ad esempio, per le « vendite aggressive » con le quali l'impresa sollecita all'acquisto il consumatore propo-

nendogli una compravendita a domicilio o attraverso il servizio postale.

In questi casi, concludendo un contratto, fuori dei locali commerciali, il consumatore versa in una situazione più debole e delicata, non avendo di solito la possibilità di provare il prodotto, di conoscere in anticipo le qualità promesse, o di operare utili confronti con prodotti offerti da altre imprese; e comunque non può fare ricorso al periodo di ripensamento che spesso intercorre tra il momento della scelta e il momento dell'acquisto.

La presente proposta redatta con la consulenza del Comitato difesa consumatori, prevede una regolamentazione delle vendite per corrispondenza; in essa vengono affermati alcuni principi irrinunciabili per garantire un « minimo di tutela » del consumatore: evitargli un acquisto a sorpresa e poco meditato e garantirgli tut-

VIII LEGISLATURA — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI — DOCUMENTI

te le informazioni essenziali per concludere quella operazione economica e tutelarne la *privacy*.

Qui di seguito sintetizziamo gli aspetti più salienti della presente proposta.

1) Il contratto deve contenere alcune informazioni fondamentali: nome e indirizzo delle parti, descrizione del bene, termine di consegna, prezzo, modalità di pagamento, informazioni sul diritto di recesso e sul diritto del consumatore di essere depennato dalle liste del commerciante. Il contratto deve altresì essere sottoscritto di persona dall'acquirente.

2) Il termine per la consegna non potrà mai essere superiore a trenta giorni, superato quel termine il consumatore potrà rifiutare la consegna.

3) Il prezzo indicato deve essere onnicomprensivo (di tasse, imposte, spese di spedizione e accessorie, ecc.), nonché fisso ed immutabile. In caso di pagamento rateale dall'offerta dovranno chiaramente risultare: l'ammontare dell'acconto ed il numero, l'importo e la periodicità dei versamenti, il prezzo totale (comprensivo di ogni voce) ed il suo raffronto con il prezzo per contanti.

4) In nessun caso può essere richiesto il pagamento totale o parziale del prezzo anteriormente alla consegna.

5) Il compratore ha diritto di recedere dal contratto senza limitazione alcuna e senza nessun onere a suo carico, prima della consegna. Egli può altresì recedere dal contratto entro quindici giorni dalla consegna sostenendo esclusivamente le spese della doppia spedizione.

6) L'impresa unitamente all'offerta, deve mandare al compratore un apposito modulo prestampato contenente la richiesta del consumatore di essere depennato dagli elenchi. È obbligo della impresa depennare dal proprio elenco il nominativo non appena il consumatore le ritorni tale richiesta.

7) La garanzia offerta per il prodotto deve essere analiticamente indicata e de-

ve essere adeguata all'importanza, alla qualità e alla destinazione del bene.

8) In ogni comunicazione diretta al consumatore (offerte, depliant, cataloghi, pubblicità), l'impresa deve attenersi a principi di correttezza informativa proponendo al consumatore un messaggio esatto e razionale e non emotivo.

9) All'impresa è fatto divieto altresì: di vendere a premio (offrire un bene gratuito per l'acquisto di un altro bene); di spedire beni a domicilio del consumatore senza richiesta di questo, salvo gli omaggi assolutamente gratuiti; di fare offerte a mezzo del servizio telefonico o con l'uso di altri mezzi che ledano la riservatezza del consumatore; di offrire beni nocivi o dannosi.

La proposta di legge passa poi a regolamentare la ricerca e l'utilizzazione, da parte dell'impresa, di liste di nominativi con riferimento all'esigenza di tutelare il rispetto, la riservatezza e la dignità del consumatore:

a) le liste non possono contenere che il nome, il cognome e l'indirizzo del consumatore. Qualunque altra informazione deve essere previamente autorizzata da questi;

b) in ogni caso esse liste non possono contenere informazioni sull'educazione, la situazione economica, le condizioni fisiche, i precedenti penali, la carriera del consumatore. Si prevede altresì che, per il caso di scorretto uso, da parte dell'impresa, delle liste di nominativi, il consumatore abbia diritto a richiedere il risarcimento del danno, danno che in ogni caso non potrà essere inferiore a lire 1.000.000.

Si prevede, infine, che sulla esatta osservanza della legge, da parte delle imprese, tuteli e vigili apposito ufficio presso le Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, delle città capoluogo di regione. Le violazioni della legge sono punite con sanzioni pecuniarie da lire 1.000.000 a lire 5.000.000. In caso di recidiva, è disposta la sospensione della licenza da quindici giorni a tre mesi.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

La presente legge si applica ai contratti di compra-vendita di beni mobili e servizi stipulati tra un consumatore finale ed un commerciante a mezzo del servizio postale.

ART. 2.

Ai fini della presente legge, si intende per:

a) « consumatore finale » la persona fisica e giuridica che, nella contrattazione regolata dalla presente legge, non agisce nell'ambito di una attività commerciale e professionale;

b) « commerciante » ai sensi della legge 11 giugno 1971, n. 426, la persona fisica o giuridica che, nell'esercizio di una attività commerciale o professionale, stipula contratti di compravendita di beni mobili o servizi con i consumatori finali;

c) « contratto concluso a mezzo del servizio postale »:

1) il contratto in cui l'offerta sia effettuata a mezzo cataloghi inviati a mezzo del servizio postale dal commerciante al consumatore;

2) l'ordinazione del bene e del servizio da parte del consumatore avvenga a mezzo del servizio postale con l'uso di moduli predisposti dal commerciante;

3) la consegna del bene e il pagamento del prezzo sia effettuato a mezzo del servizio postale.

ART. 3.

Il contratto di vendita per corrispondenza deve essere stipulato per iscritto e deve contenere le seguenti indicazioni:

a) nome e indirizzo delle parti contraenti;

VIII LEGISLATURA — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI — DOCUMENTI

b) esatta descrizione del bene e del servizio oggetto di compravendita;

c) termine di consegna, così come precisato all'articolo 5, della cosa o della fornitura del servizio;

d) prezzo;

e) modalità di pagamento;

f) informazioni, chiaramente distinto dal rimanente testo del contratto, sul diritto di recesso del consumatore, nonché nome e indirizzo della persona o dell'Ente nei cui riguardi può essere esercitato il diritto di recesso;

g) informazione sul diritto del consumatore di essere depennato dagli elenchi del commerciante con riferimento all'indice prestampato di cui all'articolo 9;

h) specifica menzione che ogni rapporto contrattuale è regolato dalla presente legge trascritta integralmente in apposito modulo da inviare al consumatore unitamente all'offerta.

ART. 4.

La descrizione del bene o del servizio di cui alla lettera b) dell'articolo 3 deve essere analitica e dettagliata; in particolare dovranno essere specificatamente indicati:

a) il marchio del prodotto;

b) l'azienda produttrice del bene o fornitrice del servizio;

c) le caratteristiche qualitative del bene o del servizio;

d) la garanzia che accompagna il prodotto;

e) tutti quegli elementi che siano necessari per una sicura identificazione del bene o del servizio e delle sue caratteristiche.

ART. 5.

Il termine in particolare per la consegna del bene o la fornitura del servi-

zio di cui alla lettera *c*) dell'articolo 3 non può mai essere superiore ad un mese dalla stipula del contratto, con la sola eccezione delle vendite di quei beni o la fornitura di quei servizi che per loro natura non possano essere consegnati o forniti che in un periodo successivo. Il termine è essenziale nell'interesse del consumatore il quale, in caso di mancato rispetto da parte del commerciante, può rifiutare la consegna della cosa o la prestazione del servizio.

ART. 6.

Il prezzo indicato deve essere onnicomprensivo (di tasse, imposte, spese di spedizione e accessorie). Esso deve essere fisso ed immutabile; è nulla qualsiasi clausola che consenta una sua maggiorazione o un suo adeguamento per qualsiasi ragione o causa.

In caso di pagamento rateale del prezzo, dall'offerta e dal modulo contrattuale dovranno risultare con chiarezza:

a) l'ammontare dell'acconto nonché il numero, l'importo e la periodicità dei versamenti;

b) il prezzo totale, comprensivo di ogni voce, del bene o servizio e il suo raffronto col prezzo per contanti allorché tale alternativa venga offerta.

ART. 7.

Il pagamento, totale o parziale, del prezzo di acquisto può essere previsto per data anteriore alla consegna del prodotto o alla fornitura del servizio, tranne nel caso che l'acquirente possa liberamente scegliere fra pagamento in un'unica soluzione o con rateizzazione. In quest'ultimo caso egli entra in possesso del bene a pagamento ultimato, ma in qualsiasi momento può decidere di rinunciare all'acquisto con diritto al pieno rimborso delle somme anticipate, senza interessi.

ART. 8.

Il consumatore può sempre recedere, per iscritto, dal contratto prima della consegna del bene o della fornitura del servizio senza nulla dovere al commerciante. Il bene si intende consegnato allorché pervenga al domicilio del consumatore.

Il consumatore può altresì recedere senza limite alcuno dal contratto entro 15 giorni dalla consegna restituendo il bene; in tal caso saranno a suo carico esclusivamente le spese della doppia spedizione, salvo che il recesso sia dovuto a fatto o colpa del commerciante.

Il bene si intende restituito nel momento in cui viene consegnato all'ufficio postale o allo spedizioniere.

Il commerciante deve, nei quindici giorni successivi, restituire ogni eventuale importo ricevuto dal consumatore.

ART. 9.

Congiuntamente all'offerta del bene o del servizio, il commerciante deve inviare al consumatore un apposito modulo prestampato, completo dell'indirizzo del venditore, e con relativa busta con tassa a carico del destinatario contenente la richiesta del consumatore di essere depennato dagli elenchi del commerciante.

È obbligo del venditore depennare il nominativo del consumatore dagli elenchi in suo possesso immediatamente al momento del ricevimento del modulo di cui sopra firmato dal consumatore.

Entro 6 mesi dall'entrata in vigore della presente il Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato è autorizzato a regolare con proprio decreto i requisiti del modulo di cui ai commi precedenti.

ART. 10.

Il consumatore deve firmare di proprio pugno il contratto per corrispondenza; una copia del contratto deve restare a disposizione del consumatore.

ART. 11.

Le norme di cui ai precedenti articoli 3, 4, 5, 6, 7, 8 e 9 della presente legge si applicano altresì ai cataloghi e ai *dépliants* illustrativi inviati dal commerciante al consumatore. Essi cataloghi o *dépliants* devono descrivere il prodotto o il servizio offerto con sincerità, chiarezza e precisione in modo da corrispondere fedelmente alla realtà ed evitare ogni possibilità di errore, confusione o equivoco. Tutte le descrizioni e promesse dovranno altresì essere corrispondenti alle condizioni, situazioni e circostanze esistenti al momento dell'offerta.

ART. 12.

I termini e le condizioni della garanzia di cui all'articolo 4, lettera *d*), devono essere specificati analiticamente e devono essere adeguati all'importanza, alla qualità e alla destinazione del bene o del servizio.

ART. 13.

La violazione di anche una sola delle disposizioni degli articoli precedenti comporta la nullità dell'intero contratto o della singola clausola difforme, nullità eccipibile esclusivamente dal consumatore.

Il contratto di vendita per corrispondenza non può altresì, a pena di nullità, contenere alcuna delle clausole di cui all'articolo 1341 del codice civile, secondo comma, né clausole che richiedano specifica approvazione per iscritto.

ART. 14.

Nella pubblicità, nei cataloghi, nelle offerte e comunque in ogni comunicazione diretta al consumatore il commerciante:

a) deve evitare di usare elementi che possano sfruttare la superstizione e la

VIII LEGISLATURA — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI — DOCUMENTI

credulità del consumatore o ingenerino in lui paura;

b) non deve usare espressioni volgari o immorali né promuovere la vendita di materiale pornografico;

c) non deve proporre artefatte o esagerate comparazioni di prezzo né impiegare prezzi fittizi per offrire apparenti sconti o risparmi;

d) non deve usare dati di esami di laboratorio inattendibili per la loro provenienza o per la metodologia adoperata né usare dati pur attendibili distorcendone o offuscandone i risultati;

e) non deve usare dati statistici o testimoni falsi o inoccurati. Le testimonianze eventualmente usate devono corrispondere all'esatta opinione dell'autore;

f) non deve usare mezzi che suggeriscano modelli di consumo non responsabile;

g) deve, in ogni caso, proporre al consumatore un messaggio razionale e non emotivo.

ART. 15.

Al commerciante è fatto altresì assoluto divieto:

a) di offrire beni o servizi gratuiti subordinando l'offerta alla ordinazione o all'acquisto di altri beni o servizi;

b) di spedire beni senza specifica richiesta del consumatore, fatta eccezione per omaggi assolutamente gratuiti ed incondizionati. In ogni caso le spese relative alla restituzione del prodotto saranno sempre a carico del commerciante e i termini di riconsegna non potranno mai essere inferiori a giorni trenta dalla ricezione;

c) di offrire beni o servizi a mezzo del servizio telefonico o con l'uso di mez-

zi che ledano la riservatezza del consumatore;

d) di offrire beni nocivi o comunque dannosi alla salute nel loro uso corrente.

ART. 16.

La ricerca e l'utilizzazione di liste di nominativi da parte del commerciante non deve danneggiare il consumatore o lederne il rispetto, la riservatezza e la dignità.

Le liste non potranno contenere altro che il nome e cognome e l'indirizzo del consumatore nonché quelle informazioni che il consumatore volontariamente richieda di inserire.

In particolare le liste non potranno contenere informazioni che riguardino la educazione, la situazione economica, le condizioni fisiche passate o presenti, i precedenti penali e la successione dei lavori del consumatore.

Qualora invece il commerciante usi di dette informazioni, oltre a quanto previsto nel successivo articolo 18, il consumatore potrà richiedere il risarcimento del danno, risarcimento che in ogni caso non potrà essere inferiore a lire 1.000.00.

ART. 17.

Presso le Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura delle città capoluogo di regione è costituito un apposito ufficio per le vendite per corrispondenza.

Entro 180 giorni dall'entrata in vigore della presente legge i commercianti dovranno depositare presso l'ufficio di cui sopra copia dei cataloghi, dei buoni di ordinazione, dei contratti tipo nonché di ogni altra comunicazione inviata ai consumatori.

Presso lo stesso ufficio andrà poi depositata copia dei nuovi cataloghi, buoni, contratti e comunicazioni.

I cataloghi, i buoni, i contratti e le comunicazioni depositati presso l'ufficio saranno a disposizione di chiunque ne faccia richiesta.

ART. 18.

Le violazioni della presente legge sono punite con la multa da lire 1.000.000 a lire 5.000.000. In caso di recidiva, è disposta la sospensione della licenza da 15 giorni a 90 giorni.

Nelle controversie insorgenti in tema di vendita per corrispondenza il foro competente è quello del domicilio del consumatore.