

Con sentenza n. 6596 del 1° ottobre 2021, la sesta del Consiglio di Stato è tornata sulla tematica delle pratiche commerciali scorrette disciplinate, sul piano europeo, dalla direttiva 2005/29/CE e, sul piano nazionale, dagli artt. 18-27-quater, D.L.vo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del Consumo), con cui è stata data attuazione alla suddetta direttiva.

In relazione all'ambito applicativo soggettivo, l'art. 19, comma 1, prevede che la disciplina in esame si applica alle pratiche commerciali scorrette poste in essere tra professionisti e consumatori. Il consumatore è identificato in qualsiasi persona fisica che «*agisce per fini che non rientrano nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale e professionale*» (art. 18, comma 1, lett. a).

La ragione giustificativa della normativa imperativa di protezione è rappresentata dall'esigenza di tenere conto della debolezza contrattuale – derivante dallo squilibrio informativo nei rapporti con il professionista – del soggetto che pone in essere atti negoziali per scopi oggettivi di consumo.

La normativa in esame fa rientrare nel proprio perimetro applicativo anche le cd. microimprese (art. 18, lett. d-bis, cod. cons.). In relazione all'ambito applicativo oggettivo, la nozione di “pratica” commerciale scorretta evoca il concetto di “attività”, e non di “atto” negoziale, che pone in essere l'imprenditore o il professionista. Si tratta, pertanto, di un comportamento che ha valenza generale che si inserisce, in quanto tale, nell'ambito di una strategia di impresa o professionale finalizzata a trarre illeciti vantaggi economici con pregiudizio delle parti contrattuali deboli. L'art. 20 ha previsto che una pratica è scorretta se ricorrono due condizioni: i) la sua contrarietà alla «diligenza professionale»; ii) la sua idoneità «a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori» (comma 1). Nell'ambito delle pratiche commerciali scorrette, il Codice del consumo distingue quelle ingannevoli e quelle aggressive.

L'art. 21 dispone che «*è 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 è idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o più dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o è idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso*». A tale definizione segue una elencazione esemplificativa di tipo casistico. L'art. 24 prevede che «*è 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 è idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto e, pertanto, lo induce o è idonea ad indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso*».

A tale definizione segue, anche in questo caso, una elencazione esemplificativa di tipo casistico. In particolare, l'art. 26, comma 1, lett. f), cod. cons., riprendendo quanto disposto dall'allegato I, punto 29, della Direttiva n. 29 del 2005, qualifica come aggressiva la pratica consistente nell'«*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*» (cd. fornitura non richiesta).

Da quanto riportato risulta come il legislatore abbia provveduto a declinare il concetto generale di correttezza professionale mediante una “tipizzazione” normativa delle regole di condotta che costituiscono attuazione del concetto stesso. Si tratta, però, della definizione di comportamenti che vengono descritti in modo non preciso. È, pertanto, necessario che la effettiva “tipizzazione” si svolga nella fase di accertamento amministrativo e giudiziale della pratica. L'art. 27, comma 9, Cod. cons. ha previsto che l'Autorità, con il provvedimento che vieta la pratica, applica «una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 euro a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione».

Riferimenti Normativi:

- art. 18, D.L.vo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del Consumo)
- art. 19, D.L.vo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del Consumo)
- art. 20, D.L.vo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del Consumo)
- art. 21, D.L.vo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del Consumo)
- art. 24, D.L.vo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del Consumo)
- art. 26, D.L.vo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del Consumo)
- art. 27, D.L.vo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del Consumo)