



**CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI MASSA - CARRARA**

COMMISSIONE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO

FORMULARI TIPO E VESSATORIETA'

LINEE GUIDA
PER IL SETTORE DELLA MEDIAZIONE IMMOBILIARE

Presentazione

La Camera di Commercio ha il piacere di divulgare il presente opuscolo informativo sul tema delle clausole vessatorie nel settore della mediazione immobiliare realizzato con l'apporto tecnico della Commissione per la Regolazione del Mercato, istituita ed operante presso la Camera fin dal 2002.

La legge 580/1993 che ha riformato gli Enti camerali, riconosce loro il ruolo di tutela degli operatori che animano il mercato, siano essi imprese o consumatori, ed attribuisce alle stesse compiti specifici di regolamentazione tra i quali la possibilità di promuovere forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti standardizzati.

Tali competenze sono state poi rafforzate da varie e successive disposizioni normative che hanno sempre più sottolineato l'esigenza di regolamentare il rapporto impresa-consumatore con una particolare tutela degli interessi della parte più debole.

In tal senso il presente lavoro assume particolare significato anche in relazione alla recente entrata in vigore del Codice del Consumo (D. Lgs. 6 settembre 2005, n. 206), che ha raccolto, in una disciplina organica ed unitaria, il complesso delle norme concernenti i processi di acquisto e consumo con la finalità di assicurare un elevato livello di tutela dei consumatori e degli utenti.

L'elaborato fornisce preliminarmente il quadro sintetico sulla normativa di riferimento, sul progetto realizzato, su alcuni peculiari profili dei contratti di mediazione immobiliare e sulle conseguenze derivanti dalla vessatorietà delle clausole eventualmente inserite.

Vengono quindi suggerite delle linee guida che potranno essere utilizzate dalle imprese e dai consumatori quale strumento chiaro e sintetico nel segno della trasparenza dei loro rapporti.

Un vivo ringraziamento a tutti i componenti della Commissione ed al personale camerale per l'impegno e la professionalità profusi e soprattutto un auspicio che la Guida si riveli davvero utile.

IL PRESIDENTE
Rag. Norberto Ricci



COMMISSIONE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO

Dott. Alberto Ravecca Presidente
Segretario Generale
CCIAA Massa-Carrara
con la collaborazione, in qualità di
sostituto, della Dott.ssa Simonetta Menconi

Prof. Avv. Sergio Menchini Professore ordinario di diritto
processuale civile
Facoltà di Giurisprudenza
Università degli Studi di Pisa

Notaio Carlo Cardì Cigoli in rappresentanza del Consiglio Notarile
dei Distretti Riuniti di La Spezia e Massa

Dott. Giovanni Cittadini in rappresentanza
dell'Ordine dei Dottori Commercialisti
della Circostrizione
del Tribunale di Massa-Carrara

sostituto

Dott. Gianluca Musetti

Avv. Luca Pietrini in rappresentanza dell'Ordine
degli Avvocati di Massa-Carrara

Segreteria

Dott.ssa Simonetta Menconi con la collaborazione della Dott.ssa Lina Moisè

INDICE

Parte I

Caratteri generali

Quadro normativo di riferimento

Il progetto

Clausole inique nella mediazione immobiliare: verifica della Camera di Commercio

Il contratto di mediazione

I formulari devono essere chiari e comprensibili

Le condizioni generali di contratto e le clausole vessatorie

Il nuovo codice del consumo garantisce la tutela dei consumatori

Parte II

Profili di vessatorietà nei formulari di conferimento
di incarico di mediazione per la vendita

Osservazioni generali

Alcuni suggerimenti nel segno della garanzia e trasparenza

Uno sguardo alle clausole più ricorrenti a rischio di vessatorietà

Appendice

Parte I

CARATTERI GENERALI



QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

Legge 29 dicembre 1993, n. 580 Riordinamento delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura	articolo 2 comma 4, lettera c) - prevede la possibilità, da parte delle singole Camere od in forma associata, di “promuovere forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti”
Legge 6 febbraio 1996, n. 52 Disposizioni per l’adempimento di obblighi derivanti dall’appartenenza dell’Italia alle Comunità Europee - legge comunitaria 1994	articolo 25 – attua la tutela dei consumatori per possibili abusi derivanti dalla presenza di clausole vessatorie inserite nelle condizioni generali di contratti standardizzati ed introduce nel Codice civile il capo XIV-bis “Dei contratti del consumatore” composto dagli articoli dal 1469-bis al 1469-sexies
Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 Codice del consumo, a norma dell’articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229	artt. 33-38 e 139 e seguenti - codifica le normative relative alla tutela dei consumatori ed in particolare sostituisce gli artt. dal 1469-bis al 1469-sexies del Codice Civile
Legge 3 febbraio 1989, n. 39 Modifiche ed integrazioni alla L. 21 marzo 1958, n. 253, concernente la disciplina della professione di mediatore	articolo 5 comma 4 - obbliga il mediatore al deposito dei formulari utilizzati nell’esercizio dell’attività, nei quali siano indicate le condizioni del contratto, presso la Commissione istituita presso ciascuna Camera di Commercio
D.M. 21 dicembre 1990, n. 452 Regolamento recante norme di attuazione alla legge 3 febbraio 1989, n. 39, sulla disciplina degli agenti di affari in mediazione	art. 17 - stabilisce i requisiti che devono essere soddisfatti dai formulari utilizzati dal mediatore

IL PROGETTO

CLAUSOLE INIQUE NELLA MEDIAZIONE IMMOBILIARE: VERIFICA DELLA CAMERA DI COMMERCIO

In base alle competenze riconosciute alle Camere di Commercio dall'articolo 2, comma 4, lettera c della Legge n. 580/1993, la Commissione per la Regolazione del Mercato, istituita con regolamento approvato dal Consiglio Camerale con deliberazione n. 4 del 14 marzo 2002, ha approvato, nella riunione del 23 giugno 2005, un progetto per il controllo d'ufficio sulla presenza di clausole inique nei formulari tipo utilizzati dalle agenzie di mediazione immobiliare e depositati presso l'Ufficio Albi e Ruoli camerale.

La Commissione ha ritenuto opportuno attivarsi in tale campo sia per riprendere i lavori avviati in precedenza dall'Ufficio sia per rispondere ad un input di sistema fornito da Unioncamere Nazionale e Toscana.

La scelta del settore della mediazione immobiliare ha tenuto altresì conto del fatto che in questo settore è molto frequente l'uso di formulari tipo predisposti dai professionisti nonché del fatto che il loro reperimento risulta facilitato dalla disponibilità presso l'Ufficio Albi e Ruoli camerale.

In particolare il progetto si è articolato come segue: la Commissione per la Regolazione del Mercato ha avviato i lavori prendendo in esame i formulari di incarico di mediazione per la vendita pari a n. 50, circa il 15% sul totale delle tipologie di formulari depositati. L'avvio del procedimento è stato comunicato alle Agenzie immobiliari interessate (in numero di 42), invitandole a produrre, qualora ritenuto necessario, eventuale documentazione. Dopo l'esame da parte della Commissione dei formulari oggetto di verifica è stato elaborato il presente documento generale di sintesi sottoposto in data 13 dicembre 2005 all'esame delle Associazioni di categoria interessate e dei consumatori; l'elaborato finale è stato condiviso da A.N.A.M.A., F.I.A.I.P. e F.I.M.A.A., ACU, ADOC, FEDERCONSUMATORI e LEGA CONSUMATORI A.C.L.I..

La Commissione ha elaborato altresì per ciascun formulario esaminato una scheda di valutazione che riporta osservazioni generali sul modello; le clausole affette da vessatorietà con le relative motivazioni; le proposte di modifica richieste dalla Commissione.

Gli esiti della verifica effettuata sono comunicati alle Agenzie interessate con l'invito, qualora sia emersa la vessatorietà di una o più clausole, ad uniformarsi alle proposte della Commissione entro un congruo termine. In caso di mancato adempimento la Commissione potrà proporre alla Giunta Camerale di esperire l'azione inibitoria ai sensi dell'articolo 37 del Codice del consumo (D.Lgs. n. 206/2005) già articolo 1469-sexies c.c..

IL CONTRATTO DI MEDIAZIONE

I FORMULARI DEVONO ESSERE CHIARI E COMPRENSIBILI

La materia è regolata dagli articoli 1754 e seguenti del Codice civile ("Della mediazione") e dalla Legge n. 39/1989 che ha modificando la precedente Legge n. 253/1958.

Gli articoli del Codice regolano il rapporto di mediazione, occasionale e professionale.

Si rileva in particolare che la disciplina dettata dal Codice civile definisce il soggetto (mediatore) ma non gli elementi della causa tipica del contratto, per cui la definizione di mediazione si ricava dalla descrizione della attività in cui si concreta la mediazione (art. 1754 c.c.: "È mediatore colui che mette in relazione due o più parti per la conclusione di un affare, senza essere legato ad alcuna di esse da rapporti di collaborazione, di dipendenza o di rappresentanza").

Il successivo articolo del codice (1755) stabilisce poi la correlazione diretta che deve sussistere tra il fatto obiettivo della conclusione dell'affare per opera del mediatore ed il sorgere del diritto alla provvigione a suo favore (cfr. Minasi Marcello, voce "Mediazione", in Enc. Dir. XXVI, 1976).

Diversamente rispetto a quanto accade nel contratto di mandato in cui colui che accetta l'incarico volto alla conclusione di un affare è tenuto a curarne l'esecuzione e cioè a svolgere una determinata attività giuridica con diritto al compenso da parte del mandante indipendentemente dal risultato conseguito (quindi anche se l'affare non è andato a buon fine), il mediatore, che si interpone in maniera neutrale ed imparziale tra i due contraenti, ha solo l'obbligo di metterli in relazione e di farli pervenire alla conclusione dell'affare a cui è subordinato il diritto al compenso (cfr. ex multis Cassazione Civile, sez III, 7 aprile 2005, n. 7251).

L'indipendenza del mediatore non viene meno, né può essere messa in discussione, in ragione dell'unilateralità del conferimento dell'incarico o del fatto che il compenso sia posto a carico di una sola parte o in maniera diseguale tra le parti.

Nel settore dei rapporti di mediazione immobiliare, i mediatori sono soliti sottoporre all'attenzione della persona che intende promuovere la vendita, moduli già predisposti aventi per oggetto un "incarico di vendita". A seguito della sottoscrizione della lettera di incarico da parte del mediatore o, comunque, per effetto dell'accettazione dello stesso si perfeziona il contratto di mediazione immobiliare.

La legge n. 39/1989, poi, regola la figura del mediatore professionale, un soggetto che esercita questa attività in modo stabile e continuativo.

In base a quanto disposto dall'articolo 5 comma 4 della citata legge, il mediatore, che nella sua attività si avvalga di formulari già predisposti, ha l'obbligo di depositarli presso la competente Commissione per l'iscrizione e la tenuta del Ruolo degli Agenti di Affari in Mediazione istituita presso ogni Camera di Commercio.

In base inoltre, all'articolo 17 del regolamento attuativo della sopra citata Legge, D.M. n. 425/1990, è necessario che i moduli o formulari eventualmente utilizzati siano "chiari, facilmente comprensibili e ispirati al principio della buona fede contrattuale".

Con l'introduzione nel Codice civile del Capo XIV-bis "Dei contratti del consumatore" e con la legittimazione fornita dalla Legge n. 580/1993 alle Camere di Commercio si è sentita quindi la necessità di esaminare i formulari depositati per verificare la loro conformità alla normativa di riferimento.

LE CONDIZIONI GENERALI DI CONTRATTO E LE CLAUSOLE VESSATORIE

IL NUOVO CODICE DEL CONSUMO GARANTISCE LA TUTELA DEI CONSUMATORI

La disciplina delle clausole vessatorie trova la sua regolamentazione iniziale nella direttiva del Consiglio dell'Unione Europea n. 93/13/1993 concernente le clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori.

La norma è stata introdotta con la finalità di fornire agli Stati membri delle linee uniformi in materia di tutela dei consumatori per possibili abusi derivanti dalla presenza di clausole vessatorie inserite nelle condizioni generali di contratti standardizzati.

L'ordinamento italiano ha dato attuazione alla normativa comunitaria con la Legge 6 febbraio 1996 n. 52 che con l'articolo 25 ha inserito nel corpo del vigente Codice civile, nel libro IV, al titolo II, il capo XIV-bis intitolato "Dei contratti del consumatore" composto dagli articoli dal 1469-bis al 1469-sexies.

Con il recente decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 detto Codice del consumo, entrato in vigore il 23 ottobre 2005, il legislatore ha raccolto in una disciplina unitaria il complesso delle norme destinate a regolamentare i rapporti tra le parti; gli articoli 1469-bis, 1469-ter, 1469-quater, 1469-quinquies e 1469-sexies del codice civile recanti la disciplina delle clausole vessatorie, sono stati sostituiti dall'articolo 1469-bis che, nella nuova formulazione, prevede che "le disposizioni contenute nel presente titolo si applicano ai contratti del consumatore, ove non derogate dal codice del consumo o da altre disposizioni più favorevoli per il consumatore".

Poiché non è possibile in questa sede esaminare il contenuto del Codice del consumo, né valutarne i principali profili di innovatività, si ritiene utile segnalare che esso non ha variato la disciplina già vigente in materia di clausole vessatorie inserite nei contratti stipulati tra professionista e consumatore.

Si ricorda che, nell'ambito di questa trattazione, ai sensi dell'articolo 3 comma 1, lettere a) e c) del Codice del consumo, si intende per:

- **consumatore** o utente: la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta;
- **professionista**: la persona fisica o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale o professionale, ovvero un suo intermediario.

Gli articoli 33, 34, 35, 36 e 37 del Codice del consumo riproducono infatti fedelmente quanto già in precedenza disposto dagli artt. 1469-bis, 1469-ter, 1469-quater, 1469-quinquies e 1469-sexies in materia di clausole vessatorie.

L'unica variazione che merita di essere segnalata è quella in virtù della quale negli articoli che disciplinano le clausole vessatorie, al termine "inefficacia" è stata sostituita la parola "nullità", così consentendo il superamento di ogni dubbio interpretativo in precedenza sorto con riferimento all'articolo 1469-quinquies c.c..

Allo stato, pertanto, nel contratto che ha per oggetto la cessione di beni o la prestazione di servizi, "si considerano vessatorie le clausole che, malgrado la buona fede, determinano, a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto" (articolo 33, comma 1 Codice del consumo).

La vessatorietà della clausola non attiene all'eventuale sproporzione economica delle prestazioni, ma allo squilibrio giuridico delle posizioni contrattuali delle parti contrapposte. Nelle valutazioni di vessatorietà non rileva la colpa dell'agente o la consapevolezza di ledere l'altrui diritto, essa è tale nonostante la buona fede del disponente.

Il legislatore prevede specifiche ipotesi in cui:

- le clausole si presumono vessatorie e dunque nulle (o inefficaci in base alla precedente disciplina) salvo dimostrazione del fatto che sono state oggetto di specifica trattativa; in ogni caso l'onere della prova è a carico del professionista. Si tratta delle clausole inse-

rite nella c.d. lista grigia e contenute nell'articolo 33, comma 2 del Codice del consumo (già art. 1469-bis, comma 3 del Codice civile): ad esempio clausola di esclusiva, penale, irrevocabilità;

- le clausole che, ancorché oggetto di specifica trattativa tra professionista e consumatore, sono comunque nulle (prima inefficaci), perché tese a limitare od escludere la responsabilità del professionista. Si tratta delle clausole inserite nella c.d. lista nera indicate nell'articolo 36, comma 2 del Codice del consumo (già articolo 1469-quinquies, comma 2 del Codice civile): ad esempio la clausola che prevede "l'adesione del consumatore a clausole che non ha avuto la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto".

La sanzione prevista è quella della nullità della clausola (art. 36 Codice del consumo) mentre il contratto rimane valido per il resto.

La nullità opera soltanto a vantaggio del consumatore e può essere rilevata d'ufficio dal Giudice.

Nell'ambito di un giudizio individuale tra consumatore e professionista, la disciplina normativa affida dunque al Giudice ordinario il compito di esercitare il controllo sostanziale sulla vessatorietà delle clausole.

Si rileva tuttavia che la normativa in oggetto prevede altresì la possibilità di un "giudizio collettivo" che può essere promosso dalle Associazioni rappresentative dei consumatori o dei professionisti e dalle Camere di Commercio al fine di ottenere, dal Giudice, l'inibizione all'uso da parte dei professionisti e delle loro associazioni delle condizioni generali di contratto di cui sia accertata l'abusività (art. 37 Codice consumo già art. 1469-sexies c.c.).

Alle clausole vessatorie inserite nel contratto di mediazione, deve ritenersi applicabile la disciplina sulla vessatorietà delle clausole inserite nel contratto tra professionista e consumatore, ciò salvo il caso in cui la persona che si rivolge al mediatore operi anch'egli come professionista.

E' evidente che la predetta disciplina si applica anche al contratto di mediazione che si sia perfezionato per mezzo dell'accettazione, da parte del mediatore, di una proposta di conferimento di incarico, sottoscritta da colui che intende promuovere la vendita e contenuta in un modulo già predisposto dal mediatore: in tal caso per verificare la vessatorietà delle clausole si deve esaminare il testo della proposta di contratto, che per effetto ed a seguito dell'accettazione, è destinato a disciplinare i rapporti contrattuali tra le parti.

Si forniscono infine due accorgimenti generali:

- la disciplina dettata per i contratti del consumatore è da ritenersi integrativa e non sostitutiva di quella prevista dal Codice civile agli articoli 1341, 1342 e 1370, relativa alle condizioni generali di contratto, che sono quindi sempre da tenere presenti;
- in attesa di maggiori chiarificazioni sulla disciplina dettata dal "Codice del consumo" si ritiene opportuno inserire nei formulari un richiamo generale alla normativa dallo stesso dettata: "Per quanto possa occorrere, le parti fanno riferimento al D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206 Codice del consumo".

Parte II

PROFILI DI VESSATORIETA' NEI FORMULARI DI CONFERIMENTO DI INCARICO DI MEDIAZIONE PER LA VENDITA



LE OSSERVAZIONI GENERALI

ALCUNI SUGGERIMENTI NEL SEGNO DELLA GARANZIA E TRASPARENZA

In questa sede preme sottolineare che la tipologia di moduli esaminata ha riguardato il conferimento di incarico di mediazione per la vendita.

Dall'esame della modulistica depositata presso l'Ufficio Albi e Ruoli camerale è risultata la seguente casistica alla data del 30 giugno 2005:

formulari depositati: tot. n. 333

tipologie presenti: proposta di acquisto n. 53 (16%), mediazione per la vendita n. 50 (15%), locazione di immobile ad uso vacanza o di tipo transitorio n. 49 (15%), contratto di compravendita, compromesso di vendita od equivalenti n. 35 (10%), altri formulari n. 146 (44%).

Per quanto riguarda la modulistica relativa al conferimento di incarico di mediazione per la vendita risultano depositati:

n. 35 formulari da parte di ditte individuali

n. 15 formulari da parte di società.

Risulta altresì che il 30% dei formulari è di emanazione di associazioni di categoria o gruppi mentre il restante 70% risulta redatto direttamente dall'agenzia immobiliare.

La modulistica risulta talvolta concepita come contratto in forma di scrittura privata che viene sottoscritto dal venditore e dal mediatore (nel 18% dei formulari visionati) e talaltra come conferimento di incarico di vendita, sebbene su moduli già predisposti dal mediatore (82% dei formulari).

In tale ultimo caso il rischio di vessatorietà è insito nel tentativo di inversione dei ruoli tra il mediatore ed il venditore trasformando quest'ultimo in soggetto proponente laddove invece questi accetta sempli-

cemente le condizioni previste nel formulario predisposto dall'agente.

Questo è peraltro dimostrato dal fatto che in tali casi è solitamente prevista la doppia sottoscrizione del formulario ai sensi degli artt. 1341 e 1342 del codice civile.

Il far apparire il venditore come soggetto proponente potrebbe inoltre rappresentare un tentativo di escludere in capo al professionista l'onere di provare, ex art. 1469-ter, comma 5, adesso articolo 34 del Codice del consumo, che le clausole siano state oggetto di specifica trattativa con il consumatore al fine di escluderne la vessatorietà.

Altra considerazione di rilievo generale che si ritiene opportuno richiamare in quanto valida per qualsiasi modello contrattuale è il disposto dell'articolo 35 del Codice del consumo (ex articolo 1469-quater c.c.), 1° comma, che prevede che le clausole siano "redatte in modo chiaro e comprensibile". Tale previsione vuole indubbiamente rappresentare una ulteriore forma di garanzia del consumatore finalizzata a rendere immediatamente comprensibile anche ai non addetti ai lavori il significato reale del contratto.

Con riferimento specifico alla mediazione si ricorda inoltre che tale esigenza è sottolineata anche dal Regolamento sulla disciplina degli agenti di affari in mediazione (D.M. n. 452/1990) che prevede espressamente, all'articolo 17, che i formulari "devono essere chiari, facilmente comprensibili e ispirati ai principi della buona fede contrattuale".

Si ritiene che il riferimento alla chiarezza e comprensibilità delle clausole non solo debba attenersi il linguaggio, il carattere grafico, la coerenza contenutistica, la formulazione e successione degli articoli ma anche riguardi la generale impostazione del modulo contrattuale.

Proprio per tale ultimo motivo sembra preferibile l'utilizzo di un formulario per il conferimento dell'incarico di vendita in forma di scrittura privata tra venditore e mediatore, con la sottoscrizione di entrambe le parti.

Si forniscono infine alcuni accorgimenti di carattere generale a tutela del consumatore:

- accertarsi che l'agente con il quale si tratta sia iscritto al ruolo e che sui formulari utilizzati siano indicate le generalità dell'agente e l'iscrizione al Ruolo degli Agenti Immobiliari tenuto presso la Camera di Commercio;
- definire sempre con chiarezza le competenze provvisionali spettanti all'agenzia, solitamente espresse in percentuale sul prezzo di vendita, specificando se la provvigione è comprensiva o meno delle spese ed evidenziando gli eventuali servizi esclusi da pagare a parte;
- stabilire il prezzo di vendita, le condizioni di pagamento, in particolare il saldo ed il periodo di durata dell'incarico; prevedere che alla scadenza il contratto si sciogla automaticamente oppure, in alternativa, si proroghi una sola volta e per lo stesso periodo;
- prestare particolare attenzione all'indicazione esatta del luogo della sottoscrizione del formulario: infatti nell'ipotesi, non infrequente, dell'eventuale sottoscrizione dell'incarico al di fuori dei locali commerciali è prevista l'applicabilità della disciplina di cui agli articoli da 45 a 49 e da 62 a 67 del D.Lgs. n. 206/2005 Codice del consumo che riconosce e garantisce al "consumatore" il diritto di recesso. In particolare si sottolinea che nel Codice è stata unificata la disciplina del diritto di recesso ora collocata nell'autonoma sezione IV (artt. 64 – 68) adottando un unico termine per l'esercizio del diritto di recesso che è ora di 10 giorni lavorativi generalizzando così la previsione più vantaggiosa per il consumatore, precedentemente limitata ai contratti a distanza (contro i

sette giorni dei contratti conclusi fuori dai locali commerciali). Nel caso in cui tuttavia il professionista non abbia soddisfatto gli obblighi di informazione al consumatore di cui all'art. 47 del Codice, il termine per l'esercizio del diritto di recesso è di 60 giorni dalla data di sottoscrizione del contratto o della lettera di incarico;

- valutare attentamente tutte le condizioni previste dal contratto anche chiedendo all'Agenzia qualche giorno di tempo prima della sottoscrizione.

Nel contratto di mediazione serve l'informativa in materia di protezione dei dati personali

Sempre nell'ambito delle osservazioni di carattere generale relative ai formulari esaminati, la Commissione rileva la necessità che nei moduli di contratto sia inserita l'informativa ex art.13 del D.lgs. n.196/2003 (Codice in materia di protezione dei dati personali).

L'impresa, la società, lo studio professionale o la persona fisica che pongano in essere qualsiasi operazione di raccolta e/o di archiviazione di informazioni direttamente ricollegabili ad una persona come il nome, il codice fiscale, l'indirizzo, la data di nascita (...), devono infatti effettuare il trattamento dei dati nel rispetto del suddetto decreto, detto anche Codice della Privacy.

Un modello di informativa è riportato in appendice.

UNO SGUARDO ALLE CLAUSOLE PIU' RICORRENTI A RISCHIO VESSATORIETA'

CLAUSOLA DI ESCLUSIVA

Con questa clausola si vincola il consumatore, per il periodo stabilito nel formulario, a non stipulare analoghi accordi con altri mediatori od a concludere in proprio la vendita.

Si presume vessatoria, ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera t) del Codice del consumo, la clausola che comporta a carico del consumatore una restrizione della propria libertà contrattuale. Questo salvo che ai sensi dell'articolo 34, comma 4 Codice del consumo, la stessa sia stata oggetto di libera contrattazione, da provare da parte del professionista, ai sensi del comma 5 dello stesso articolo.

La clausola di esclusiva risulta presente in un rilevante numero di formulari esaminati dalla Commissione.

A volte l'inserimento nel contratto della clausola di esclusiva avviene mediante la previsione di una doppia opzione (esclusiva – non-esclusiva) da barrare a cura del consumatore.

Tale formula, configurandosi semplicemente quale adesione a clausole comunque già predisposte dal professionista, non può ritenersi equiparabile alla "trattativa individuale" espressamente richiesta dal legislatore all'articolo 34, comma 4 del Codice del consumo, quale condizione per escludere la vessatorietà della clausola o di elementi di clausola.

In realtà l'esclusiva potrebbe essere mantenuta soltanto a fronte di una trattativa individuale vera e propria adeguatamente comprovata, ad esempio, attraverso la redazione di un documento a sé stante scritto dal consumatore.

La trattativa consentirebbe altresì di escludere la presunzione di

iniquità prevedendo un sostanziale riequilibrio dei diritti ed obblighi delle parti; attraverso la trattativa infatti potrebbero essere stabiliti a carico del professionista, come contropartita dell'esclusività, ulteriori obblighi o servizi a favore del consumatore, quali ad esempio un maggiore impegno pubblicitario o l'esclusione dal pagamento delle spese accessorie.

Chiaramente tale maggior sforzo da parte del professionista non deve comportare per il consumatore alcun costo: l'agente dovrebbe infatti impegnarsi a rinunciare al rimborso delle spese sostenute anche in caso di mancata conclusione dell'affare.

Rimane comunque difficile individuare quali potrebbero essere i correttivi giuridicamente idonei al riequilibrio delle posizioni tra le parti ed anche la dottrina sul tema non è concorde nel ritenere che gli ulteriori obblighi assunti dal professionista siano sufficienti a bilanciare le posizioni ed escludere pertanto la vessatorietà.

Ulteriore considerazione a proposito della "clausola di esclusiva" può essere fatta in merito alla previsione, solitamente riscontrata nei formulari oggetto di esame, **del pagamento di una penale in capo al consumatore in caso di violazione della clausola stessa**. Il pagamento di detta penale infatti non si configura di per sé vessatorio, ma potrebbe risultare tale laddove il compenso da corrispondere all'agenzia sia manifestamente eccessivo (art. 33, comma 2, lettera f) del Codice del consumo).

Ad esempio una clausola penale che comporti per il consumatore il pagamento di una somma pari alla provvigione che sarebbe dovuta all'agenzia alla conclusione dell'affare sembra manifestamente eccessiva e pertanto è da considerarsi nulla ai sensi dell'articolo 36, comma 1 del Codice del consumo.

IRREVOCABILITA' DEL MANDATO

Nella maggior parte dei moduli esaminati si riscontra la clausola di irrevocabilità del mandato.

Tale clausola risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera g) Codice del consumo (già art. 1469-bis, comma 3, n. 7), qualora riconosca al solo professionista e non anche al consumatore la facoltà di recedere dal contratto.

Si concretizza infatti in tal modo in capo al consumatore una limitazione della propria libertà contrattuale non potendo lo stesso recedere dal contratto prima della scadenza.

Fermo restando che la soluzione preferibile resta quella di evitare una clausola di tale specie riconoscendo quindi ad entrambe le parti la possibilità di recedere liberamente dal contratto, la presunzione di vessatorietà potrebbe cadere laddove l'irrevocabilità fosse prevista per un periodo di tempo estremamente limitato.

Occorre sottolineare che si tratta di una di quelle clausole considerate appartenenti alla c.d. "lista grigia" per le quali pertanto il carattere vessatorio può essere eliminato se risulta in maniera inequivocabile che ci sia stata una libera trattativa e che in ogni caso risulti, tra le parti, un sostanziale equilibrio tra i diritti e gli obblighi derivanti dal contratto.

A tale proposito si rinvia a quanto riportato per la clausola di esclusiva.

Appare poi opportuno sottolineare che, anche qualora il diritto di recesso fosse conferito ad entrambe le parti, potrebbe concretizzarsi un'ipotesi di sfavore per il consumatore qualora si prevedano per lo stesso delle modalità diverse o particolarmente gravose per esercitarlo (ad esempio termini eccessivamente brevi).

Questo a conferma del fatto che la vessatorietà non attiene tanto al conferimento del diritto di recesso di per sé quanto piuttosto all'unilateralità del potere ed al conseguente sbilanciamento delle posizioni delle parti.

Il rispetto della normativa si concretizzerebbe quindi a pieno, con la previsione della facoltà di recedere per entrambe le parti, utilizzando gli stessi mezzi, previo pagamento di una somma a titolo di multa penitenziale (art. 1373, comma 3 c.c.). Tale somma, da determinarsi a carico delle parti, non dovrebbe essere comunque eccessivamente gravosa così da poter rappresentare per il consumatore un deterrente per il recesso.

Da un punto di vista operativo si ravvisa l'opportunità, in merito a tale determinazione, di prevedere nei formulari uno spazio in bianco da riempire in accordo con il consumatore.

- Altra considerazione attiene infine alla durata dell'incarico:
- risulta sicuramente vessatoria, ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera i) del Codice del consumo, la previsione del tacito rinnovo se non sopravvenga disdetta da parte del venditore in tempi particolarmente anticipati rispetto al termine finale di scadenza (ad esempio 30 giorni prima);
 - è opportuno definire espressamente nel contratto la durata prevedendo altresì che alla scadenza questo si sciogla automaticamente senza necessità di ulteriori adempimenti oppure, in alternativa, qualora le parti lo ritengano preferibile, si proroghi per una sola volta e per lo stesso periodo di tempo.

CLAUSOLA COMPROMISSORIA

Nei formulari è talvolta inserita una clausola che prevede la devoluzione di tutte le controversie relative all'esecuzione dell'incarico a forme di "giustizia alternativa" quali arbitrato e conciliazione.

A tale proposito sono opportune alcune riflessioni.

La presunzione di vessatorietà delle clausole compromissorie discende dall'articolo 33, comma 2, lettera t) del Codice del consumo (ex art. 1469-bis, comma 3, n. 18 c.c.) laddove sancisce a carico del consumatore "deroghe alla competenza dell'autorità giudiziaria".

Innanzitutto si ritiene che il richiamo al tentativo preventivo di conciliazione non ravvisi gli estremi di vessatorietà di cui alla citata normativa in quanto non si configura quale strumento giurisdizionale ma piuttosto quale opportunità extra-giudiziale per risolvere in maniera rapida ed economica la controversia, ferma restando, comunque, la facoltà del consumatore di ricorrere al giudice in caso di esito negativo della procedura. Questo ha trovato conferma esplicita, per la conciliazione delle Camere di Commercio, nell'articolo 141 del Codice del consumo che con riferimento alla composizione stragiudiziale delle controversie prevede:

- la costituzione di una rete comunitaria di organi nazionali per la soluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo e l'esplicito riconoscimento in tal senso degli organi istituiti dalle Camere di Commercio;
- la non vessatorietà delle clausole inserite nei contratti dei consumatori aventi ad oggetto il ricorso a suddetti organi.

Si evidenzia quindi uno specifico requisito di forma sancito dagli articoli 1341 e 1342 del Codice civile, in merito ai contratti conclusi mediante moduli o formulari, consistente nella sottoscrizione qualificata della clausola compromissoria o di deroga all'autorità giudiziaria. Ci si riferisce, in particolare, alla necessità, ai fini della efficacia di tali clausole, che qualora queste siano inserite in condizioni generali di contratto, predisposte da uno dei contraenti, vengano specificamente approvate per iscritto con apposita sottoscrizione.

La disciplina dettata dal Codice civile prima e dal Codice del

consumo ora in materia di contratti del consumatore ha quindi previsto, andando anche in controtendenza rispetto alla volontà in generale manifestata dal legislatore di incentivazione delle procedure alternative, quale ulteriore requisito di validità, pena, come già sopra ricordato, ai sensi dell'art. 33, comma 2, lettera t) del Codice del consumo, la vessatorietà e quindi la nullità della clausola, quello di essere stata oggetto di trattativa individuale; trattativa che, non si deve dimenticare, deve essere provata dal professionista ai sensi dell'articolo 34, comma 5 del Codice del consumo (ex art. 1469-ter, comma 5 c.c.).

Si indicano quindi di seguito due possibili soluzioni operative per superare i vincoli legislativi all'inserimento di clausola arbitrale:

- negoziare la clausola compromissoria con atto separato contestuale rispetto al contratto principale, per far cadere il sospetto di coazione attraverso la trattativa necessariamente indotta dal documento diverso e staccato;
- far inserire dal consumatore, direttamente di suo pugno, la clausola che dovrà essere firmata da entrambe le parti.

Ferma restando la necessità di utilizzare particolari cautele, come sopra specificato, per quel che concerne il richiamo ad un giudizio arbitrale, si esprime un giudizio positivo sull'inserimento nei formulari di clausole conciliative ed arbitrali in particolare qualora rinvino a procedure amministrative dalla Camera di Commercio.

Si forniscono pertanto in appendice fac-simili di possibili clausole.

FORO COMPETENTE

La clausola che prevede un foro competente in località diversa da quella di residenza o di domicilio del consumatore è considerata vessatoria, fino a prova contraria, ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera t) del Codice del consumo (già art. 1469-bis, comma. 3, n. 19 c.c.).

La giurisprudenza al momento stabilisce inequivocabilmente che il foro di competenza è il foro di residenza del consumatore; si vuole garantire al “contraente debole” una tutela più forte della semplice individuazione del giudice naturale.

Si precisa che aver specificato la competenza di un Tribunale per la risoluzione delle controversie non ha il potere di vincolare le parti ad un foro esclusivo in caso di vertenza, ma solo ad un foro “alternativo” a quello previsto dalla legge; è vero infatti, che, secondo un ormai consolidato indirizzo giurisprudenziale, “la designazione convenzionale di un foro, in deroga a quello territoriale stabilito dalla legge, attribuisce al foro designato dalle parti la competenza esclusiva soltanto se risulta, ai sensi dell’art. 29, comma 2, codice di rito, un’enunciazione espressa (...) che non deve lasciare adito ad alcun dubbio sulla comune intenzione delle parti di escludere la competenza dei fori ordinari. A tal fine è sufficiente che esse stabiliscano “esclusivamente” la competenza di un determinato foro (cfr. ex multis Cass. Civ. Sez. III, 4.3.2005, n. 4757).

CLAUSOLA PENALE

La previsione di possibile vessatorietà si rinviene nell’articolo 33, comma 2, lettera f) del Codice del consumo (già articolo 1469-bis, comma 2, n. 6 c.c.) in quanto impone “al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell’adempimento, il pagamento di una somma di denaro a titolo di risarcimento, clausola penale o altro titolo equivalente d’importo manifestamente eccessivo”.

Si rileva comunque che il carattere vessatorio della clausola penale deriva da una valutazione complessiva del contratto che regola gli interessi delle parti: una clausola penale a carico del consumatore deve essere bilanciata da obblighi negoziali in capo al mediatore che consentano una valutazione economica dell’intera prestazione.

ALTRE CLAUSOLE

In taluni dei formulari visionati si è riscontrata la clausola che prevede il pagamento della provvigione, da parte del consumatore a favore dell'agenzia, anche quando la vendita si dovesse concludere, dopo la scadenza dell'incarico, con persone contattate o presentate nel periodo di validità del contratto.

Tale clausola deve ritenersi vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera t) del Codice del consumo (articolo 1469-bis, comma 3, n. 18 c.c.) in quanto prevede che alla scadenza dell'incarico, per un tempo illimitato, il venditore non possa disporre liberamente del diritto di proprietà. La clausola potrebbe essere ritenuta valida e non vessatoria ove l'obbligo del venditore di corrispondere la provvigione per affari conclusi con persone contattate durante la vigenza dell'incarico, dovesse essere prevista per un periodo limitato nel tempo, in ogni caso non superiore all'anno, termine in cui si prescrive il diritto del mediatore alla provvigione, ai sensi dell'articolo 2950 c.c.

Si precisa comunque che la vessatorietà della clausola viene meno là dove sia stata oggetto di trattativa individuale (ex art. 34, comma 4, Codice del Consumo) tra le parti, il cui onere di prova è tuttavia a carico del professionista.







Si suggerisce infine, a garanzia di entrambe le parti, di prevedere nel formulario la consegna, a conclusione del mandato, da parte dell'Agenzia al cliente di un elenco nominativo e condiviso dei contatti procurati.

Fra le clausole previste nella così detta "lista nera", ovvero quelle clausole che ai sensi dell'articolo 36, comma 2, del Codice del consumo sono nulle anche qualora oggetto di trattativa individuale, si rileva quella che direttamente o indirettamente prevede l'adesione del consumatore a clausole che non ha avuto la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto, articolo 33, comma 2, lettera l) del

Codice del consumo (art. 1469-bis, comma 3, n. 10 c.c.), cosiddette "clausole a sorpresa", ad esempio condizioni che fanno rinvio a norme o regolamenti non conosciuti o non conoscibili dall'acquirente.

La legge, in sostanza, richiede che il contraente conosca preventivamente l'intero contenuto del contratto, derogando in parte anche all'ordinario onere gravante sulla parte di "autoinformarsi", e addossando al professionista un onere opposto, quello di informare e rendere effettivamente conoscibili tutte le clausole.

APPENDICE

-  *Regolamento della Commissione per la Regolazione del Mercato*
-  *Legge 580/93*
-  *Decreto Legislativo n. 206/2005*
-  *Informativa in materia di tutela di dati personali - Fac Simile*
-  *Conciliazione e arbitrato in Camera di Commercio*
-  *Clausola conciliativa ed arbitrale - Fac Simili*



REGOLAMENTO DELLA COMMISSIONE PER LA REGOLAZIONE DEL MERCATO

Titolo I

Principi generali

Art. 1

Definizioni

Nel presente regolamento s'intende per:

Consumatore, la persona fisica che acquista o utilizza beni e servizi per scopi non riferibili all'attività professionale eventualmente svolta.

Professionista, la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, che nel quadro della sua attività imprenditoriale o professionale conclude con i consumatori contratti che hanno per oggetto la cessione di beni o la prestazione di servizi.

Associazioni consumeristiche, le formazioni sociali che abbiano per scopo statutario esclusivo la tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori.

Clausole vessatorie (o abusive), quelle clausole inserite nei contratti che regolano rapporti tra professionisti e consumatori concernenti la cessione di beni e servizi, che danno luogo ad un significativo squilibrio, a sfavore dei consumatori, nei diritti e negli obblighi derivanti dai contratti stessi.

Commissione, la Commissione per la regolazione del mercato istituita presso la Camera di Commercio di Massa Carrara.

Camera di Commercio, la Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Massa Carrara.

Art. 2

Finalità e oggetto del regolamento.

Al fine di dare compiuta attuazione alle disposizioni contenute nell'art. 2, n. 4, della legge n. 580/93, concernenti le attività camerali di regolazione del mercato finalizzate al suo più efficiente funzionamento, nonché all'art. 3, punto 5 dello Statuto camerale, è istituita presso la

Camera di Commercio una Commissione, avente il compito di esprimere pareri tecnici e di formulare proposte, in una posizione di terzietà rispetto agli attori del mercato.

Titolo II

La Commissione

Art. 3

Composizione e funzionamento

La Commissione è composta da cinque membri dotati di particolari competenze tecniche, giuridiche ed economiche, nominati con delibera della Giunta camerale: un Presidente, in rappresentanza della Camera di Commercio, nella persona del Responsabile del Servizio Regolazione del Mercato – Tutela del Consumatore e della fede pubblica, un esperto in diritto civile e/o commerciale prescelto tra docenti universitari della materia od avvocati di riconosciuta esperienza, un avvocato, un commercialista ed un notaio, designati dai rispettivi Ordini Professionali.

E' istituita la Segreteria della Commissione, retta da un Segretario, nominato con delibera della Giunta camerale e scelto fra i dipendenti di categoria C e D del Servizio Tutela del Consumatore della Camera di Commercio.

I Membri della Commissione hanno diritto a percepire un gettone di presenza per ogni seduta.

Per la validità delle riunioni della Commissione è richiesta la presenza della maggioranza dei componenti.

Le deliberazioni sono adottate a maggioranza assoluta dei presenti. A parità di voti prevale il voto del Presidente.

La Commissione dura in carica tre anni.

Art. 4

Funzioni

Le funzioni della Commissione sono le seguenti:

esprime parere in via preliminare in materia di vessatorietà delle clau-

sole inserite in contratti che regolano rapporti fra professionisti e consumatori concernenti cessione di beni e servizi, e propone alla Giunta camerale l'esercizio dell'azione inibitoria ex art. 1469sexies cod. civ.; costituisce Comitati tecnici per la redazione di contratti tipo, li approva e li propone, per l'adozione definitiva, alla Camera di Commercio; propone alla Giunta camerale la costituzione di parte civile della Camera di Commercio nei processi per i delitti contro l'economia pubblica, nonché l'attivazione dei procedimenti ex art. 2601 cod. civ. per la repressione della concorrenza sleale; promuove, in collaborazione con le associazioni di categoria interessate, enti pubblici e associazioni consumeristiche, altre iniziative di regolazione del mercato finalizzate al suo più trasparente ed efficiente funzionamento.

Titolo III

Il procedimento di verifica sulla vessatorietà delle clausole inserite nelle condizioni generali di contratto

Art. 5

Esame preliminare della Segreteria

La Segreteria esamina le eventuali segnalazioni circostanziate, relative all'inserimento di presunte clausole vessatorie nei contratti fra consumatori e professionisti che hanno per oggetto la cessione di beni o la prestazione di servizi, provenienti da consumatori, associazioni di consumatori, professionisti, associazioni di professionisti, ed enti pubblici.

La Segreteria, in collaborazione con il Servizio Regolazione del Mercato – Tutela del Consumatore e della fede pubblica, procede all'acquisizione di tutti gli elementi che ritiene utili per l'istruzione del procedimento. Il Segretario, previa sommaria valutazione, trasmette gli atti al Presidente, il quale li sottopone all'esame della Commissione.

Art. 6

Esame della Commissione e attivazione del procedimento

La Commissione, valutata la rilevanza degli elementi raccolti, delibera

l'eventuale avvio della procedura. In questo caso il Segretario invia alle parti interessate, mediante raccomandata con avviso di ricevimento, la comunicazione di avvio del procedimento, invitandole a presentare memorie, documenti ed eventuali richieste di audizioni dinanzi alla Commissione.

Nel corso del procedimento la Commissione acquisisce gli ulteriori elementi che ritiene utili per l'istruzione del procedimento.

Art. 7

Istruttoria

La Commissione, effettuata una approfondita istruttoria anche con l'ausilio di consulenti tecnici esterni, esperite eventuali audizioni delle parti interessate, e sentite le associazioni consumeristiche e le associazioni di categoria interessate, nel termine di 90 gg. dal ricevimento della comunicazione di cui all'art. 6 comma 1, emette un parere motivato circa la vessatorietà o meno delle clausole contrattuali prese in esame.

In caso di audizione delle parti interessate, queste sono convocate mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento.

Le parti possono presentarsi personalmente, essere rappresentate o assistite da avvocati o da altra persona di fiducia. E' redatto e sottoscritto verbale di ogni dichiarazione resa e di ogni audizione.

Art. 8

Modifica delle clausole vessatorie

Se la Commissione riconosce la vessatorietà delle clausole esaminate, inserisce nel parere motivato proposte di modifica e di riformulazione delle clausole stesse.

Il parere, mediante raccomandata con avviso di ricevimento, è comunicato tempestivamente dal Segretario agli interessati, i quali sono invitati ad uniformarsi entro un congruo termine. Qualora questi ultimi si uniformino al parere, se ne ricorrono gli altri presupposti, possono richiedere alla Camera di Commercio un attestato di garanzia.

Art. 9

Azione inibitoria

Qualora, entro il termine indicato nella comunicazione di cui all'articolo precedente, le parti interessate non si uniformino al parere, la Commissione propone tempestivamente alla Giunta camerale l'esperimento dell'azione inibitoria ai sensi dell'art 1469sexies cod. civ..

Titolo IV

La predisposizione di modelli contrattuali

Art. 10

Le funzioni della Camera di Commercio

La Camera di Commercio, ai sensi dell'art. 2, n. 4, lettera b), della legge n. 580/93, predispone e promuove contratti tipo (modelli contrattuali) tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori. Tale attività ha lo scopo di migliorare la produzione contrattuale e di riequilibrare le posizioni giuridiche delle parti, contribuendo ad una maggiore trasparenza ed equità negli scambi commerciali, e in definitiva ad una più elevata efficienza del sistema economico locale.

Art. 11

Fasi preliminari

La Commissione procede all'individuazione dei settori nei quali è prioritario intervenire, basandosi su segnalazioni e istanze provenienti dalle associazioni di categoria e dalle associazioni consumeristiche.

Qualora decida di procedere alla formulazione di modelli contrattuali, la Commissione nomina all'uopo un Comitato tecnico, supportato eventualmente da consulenti tecnici esterni, comprensivo di almeno un rappresentante delle associazioni dei professionisti interessate e di un rappresentante delle associazioni dei consumatori.

I membri del comitato tecnico hanno diritto ad un congruo compenso per il lavoro svolto che viene liquidato con determinazione del Dirigente competente per materia.

Art. 12

Concertazione e adozione dei modelli contrattuali

I modelli contrattuali, una volta predisposti dal Comitato tecnico, sono sottoposti alle associazioni di categoria interessate e alle associazioni consumeristiche, le quali possono proporre modifiche o integrazioni adeguatamente motivate, per giungere ad una redazione concertata con tutte le parti in causa.

Ultimata la fase della concertazione di cui al comma precedente, i modelli contrattuali sono approvati dalla Commissione e successivamente proposti alla Giunta della Camera di Commercio per l'assunzione del provvedimento finale di adozione.

I modelli contrattuali adottati dalla Camera di Commercio vengono, a sua cura, riprodotti in appositi moduli, muniti di un attestato di garanzia, nonché promossi e diffusi nei rispettivi mercati, anche tramite la stipula di apposite convenzioni con le associazioni consumeristiche e con quelle delle categorie interessate.

I professionisti che propongono moduli riproducenti nella loro interezza i modelli contrattuali come sopra adottati dalla Camera di Commercio, hanno diritto di contrassegnarli mediante copia dell'attestato di garanzia risultante dagli originali.

Titolo V

La repressione della concorrenza sleale e la costituzione di parte civile nei giudizi relativi ai delitti contro l'economia pubblica, l'industria e il commercio

Art. 13

L'azione di repressione della concorrenza sleale

La Camera di Commercio svolge, ai sensi dell'art. 2, n. 5, della legge n. 580/93, un ruolo di garante del corretto funzionamento del mercato e di disincentivazione dei comportamenti qualificabili come atti di concorrenza sleale, potenzialmente produttivi di danno per lo sviluppo dell'economia locale o di suoi settori rilevanti.

A tal fine, la Camera di Commercio, su proposta della Commissione,

previa deliberazione della Giunta camerale, attiva l'azione di repressione della concorrenza sleale ai sensi dell'art. 2601 cod. civ..

Qualunque soggetto portatore di interessi pubblici o privati, nonché i portatori di interessi diffusi costituiti in associazioni e comitati, possono segnalare alla Camera di Commercio atti, fatti e comportamenti di concorrenza sleale che rechino pregiudizio al sistema locale delle imprese e del mercato.

Art. 14

Costituzione di parte civile nei giudizi contro l'economia pubblica

Ai sensi dell'art. 2, n. 5, della legge n. 580/93, e per perseguire un più efficiente funzionamento dei mercati locali, la Camera di Commercio, su proposta della Commissione, può costituirsi parte civile nei giudizi relativi ai delitti contro l'economia pubblica, l'industria e il commercio, a tutela dell'iniziativa d'impresa, della libertà di concorrenza e dei consumatori.

LEGGE 29-12-1993 N. 580
RIORDINAMENTO DELLE CAMERE DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA.

Art. 2. Attribuzioni.

... omississ ...

4. Le camere di commercio, singolarmente o in forma associata, possono tra l'altro:

a) promuovere la costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori ed utenti;

b) predisporre e promuovere contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti;

c) promuovere forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti.

5. Le camere di commercio possono costituirsi parte civile nei giudizi relativi ai delitti contro l'economia pubblica, l'industria e il commercio. Possono altresì promuovere l'azione per la repressione della concorrenza sleale ai sensi dell'articolo 2601 del codice civile.

6. Le camere di commercio possono formulare pareri e proposte alle amministrazioni dello Stato, alle regioni e agli enti locali sulle questioni che comunque interessano le imprese della circoscrizione territoriale di competenza.

**DECRETO LEGISLATIVO 6 SETTEMBRE 2005, N. 206
CODICE DEL CONSUMO, A NORMA DELL'ARTICOLO 7
DELLA LEGGE 29 LUGLIO 2003, N. 229.**

... omississ ...

Parte III

Il rapporto di consumo.

TITOLO I

Dei contratti del consumatore in generale.

Art. 33. Clausole vessatorie nel contratto tra professionista e consumatore.

1. Nel contratto concluso tra il consumatore ed il professionista si considerano vessatorie le clausole che, malgrado la buona fede, determinano a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

2. Si presumono vessatorie fino a prova contraria le clausole che hanno per oggetto, o per effetto, di:

- a) escludere o limitare la responsabilità del professionista in caso di morte o dando alla persona del consumatore, risultante da un fatto o da un'omissione del professionista;
- b) escludere o limitare le azioni o i diritti del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista;
- c) escludere o limitare l'opportunità da parte del consumatore della compensazione di un debito nei confronti del professionista con un credito vantato nei confronti di quest'ultimo;
- d) prevedere un impegno definitivo del consumatore mentre l'esecuzione della prestazione del professionista è subordinata ad una condizione il cui adempimento dipende unicamente dalla sua volontà;
- e) consentire al professionista di trattenere una somma di denaro versata dal consumatore se quest'ultimo non conclude il contratto o recede da esso, senza prevedere il diritto del consumatore di esigere dal professionista il doppio della somma corrisposta se è quest'ultimo a non

- concludere il contratto oppure a recedere;
- f) imporre al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell'adempimento, il pagamento di una somma di denaro a titolo di risarcimento, clausola penale o altro titolo equivalente d'importo manifestamente eccessivo;
 - g) riconoscere al solo professionista e non anche al consumatore la facoltà di recedere dal contratto, nonché consentire al professionista di trattenere anche solo in parte la somma versata dal consumatore a titolo di corrispettivo per prestazioni non ancora adempiute, quando sia il professionista a recedere dal contratto;
 - h) consentire al professionista di recedere da contratti a tempo indeterminato senza un ragionevole preavviso, tranne nel caso di giusta causa;
 - i) stabilire un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare la tacita proroga o rinnovazione;
 - l) prevedere l'estensione dell'adesione del consumatore a clausole che non ha avuto la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto;
 - m) consentire al professionista di modificare unilateralmente le clausole del contratto, ovvero le caratteristiche del prodotto o del servizio da fornire, senza un giustificato motivo indicato nel contratto stesso;
 - n) stabilire che il prezzo dei beni o dei servizi sia determinato al momento della consegna o della prestazione;
 - o) consentire al professionista di aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto;
 - p) riservare al professionista il potere di accertare la conformità del bene venduto o del servizio prestato a quello previsto nel contratto o conferirgli il diritto esclusivo d'interpretare una clausola qualsiasi del contratto;
 - q) limitare la responsabilità del professionista rispetto alle obbligazioni derivanti dai contratti stipulati in suo nome dai mandatari o subordinare l'adempimento delle suddette obbligazioni al rispetto di particolari

formalità;

r) limitare o escludere l'opponibilità dell'eccezione d'inadempimento da parte del consumatore;

s) consentire al professionista di sostituire a sé un terzo nei rapporti derivanti dal contratto, anche nel caso di preventivo consenso del consumatore, qualora risulti diminuita la tutela dei diritti di quest'ultimo;

t) sancire a carico del consumatore decadenze, limitazioni della facoltà di opporre eccezioni, deroghe alla competenza dell'autorità giudiziaria, limitazioni all'adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell'onere della prova, restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti con i terzi;

u) stabilire come sede del foro competente sulle controversie località diversa da quella di residenza o domicilio elettivo del consumatore;

v) prevedere l'alienazione di un diritto o l'assunzione di un obbligo come subordinati ad una condizione sospensiva dipendente dalla mera volontà del professionista a fronte di un'obbligazione immediatamente efficace del consumatore. È fatto salvo il disposto dell' articolo 1355 del codice civile.

3. Se il contratto ha ad oggetto la prestazione di servizi finanziari a tempo indeterminato il professionista può, in deroga alle lettere h) e m) del comma 2:

a) recedere, qualora vi sia un giustificato motivo, senza preavviso, dandone immediata comunicazione al consumatore;

b) modificare, qualora sussista un giustificato motivo, le condizioni del contratto, preavvisando entro un congruo termine il consumatore, che ha diritto di recedere dal contratto.

4. Se il contratto ha ad oggetto la prestazione di servizi finanziari il professionista può modificare, senza preavviso, sempreché vi sia un giustificato motivo in deroga alle lettere n) e o) del comma 2, il tasso di interesse o l'importo di qualunque altro onere relativo alla prestazione finanziaria originariamente convenuti, dandone immediata comunicazione al consumatore che ha diritto di recedere dal contratto.

5. Le lettere h), m), n) e o) del comma 2 non si applicano ai contratti aventi ad oggetto valori mobiliari, strumenti finanziari ed altri prodotti o

servizi il cui prezzo è collegato alle fluttuazioni di un corso e di un indice di borsa o di un tasso di mercato finanziario non controllato dal professionista, nonché la compravendita di valuta estera, di assegni di viaggio o di vaglia postali internazionali emessi in valuta estera.

6. Le lettere n) e o) del comma 2 non si applicano alle clausole di indicizzazione dei prezzi, ove consentite dalla legge, a condizione che le modalità di variazione siano espressamente descritte.

Art. 34. Accertamento della vessatorietà delle clausole.

La vessatorietà di una clausola è valutata tenendo conto della natura del bene o del servizio oggetto del contratto e facendo riferimento alle circostanze esistenti al momento della sua conclusione ed alle altre clausole del contratto medesimo o di un altro collegato o da cui dipende.

2. La valutazione del carattere vessatorio della clausola non attiene alla determinazione dell'oggetto del contratto, né all'adeguatezza del corrispettivo dei beni e dei servizi, purché tali elementi siano individuati in modo chiaro e comprensibile.

3. Non sono vessatorie le clausole che riproducono disposizioni di legge ovvero che siano riproduttive di disposizioni o attuative di principi contenuti in convenzioni internazionali delle quali siano parti contraenti tutti gli Stati membri dell'Unione europea o l'Unione europea.

4. Non sono vessatorie le clausole o gli elementi di clausola che siano stati oggetto di trattativa individuale.

5. Nel contratto concluso mediante sottoscrizione di moduli o formulari predisposti per disciplinare in maniera uniforme determinati rapporti contrattuali, incombe sul professionista l'onere di provare che le clausole, o gli elementi di clausola, malgrado siano dal medesimo unilateralmente predisposti, siano stati oggetto di specifica trattativa con il consumatore.

Art. 35. Forma e interpretazione.

1. Nel caso di contratti di cui tutte le clausole o talune clausole siano proposte al consumatore per iscritto, tali clausole devono sempre essere redatte in modo chiaro e comprensibile.

2. In caso di dubbio sul senso di una clausola, prevale l'interpretazione più favorevole al consumatore.
3. La disposizione di cui al comma 2 non si applica nei casi di cui all'articolo 37.

Art. 36. Nullità di protezione.

1. Le clausole considerate vessatorie ai sensi degli articoli 33 e 34 sono nulle mentre il contratto rimane valido per il resto.
2. Sono nulle le clausole che, quantunque oggetto di trattativa, abbiano per oggetto o per effetto di:
 - a) escludere o limitare la responsabilità del professionista in caso di morte o danno alla persona del consumatore, risultante da un fatto o da un'omissione del professionista;
 - b) escludere o limitare le azioni del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista;
 - c) prevedere l'adesione del consumatore come estesa a clausole che non ha avuto, di fatto, la possibilità di conoscere prima della conclusione del contratto.
3. La nullità opera soltanto a vantaggio del consumatore e può essere rilevata d'ufficio dal giudice.
4. Il venditore ha diritto di regresso nei confronti del fornitore per i danni che ha subito in conseguenza della declaratoria di nullità delle clausole dichiarate abusive.
5. È nulla ogni clausola contrattuale che, prevedendo l'applicabilità al contratto di una legislazione di un Paese extracomunitario, abbia l'effetto di privare il consumatore della protezione assicurata dal presente titolo, laddove il contratto presenti un collegamento più stretto con il territorio di uno Stato membro dell'Unione europea.

Art. 37. Azione inibitoria.

1. Le associazioni rappresentative dei consumatori, di cui all'articolo 137, le associazioni rappresentative dei professionisti e le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, possono convenire in

giudizio il professionista o l'associazione di professionisti che utilizzano, o che raccomandano l'utilizzo di condizioni generali di contratto e richiedere al giudice competente che inibisca l'uso delle condizioni di cui sia accertata l'abusività ai sensi del presente titolo.

2. L'inibitoria può essere concessa, quando ricorrono giusti motivi di urgenza, ai sensi degli articoli 669 bis e seguenti del codice di procedura civile.

3. Il giudice può ordinare che il provvedimento sia pubblicato in uno o più giornali, di cui uno almeno a diffusione nazionale.

4. Per quanto non previsto dal presente articolo, alle azioni inibitorie esercitate dalle associazioni dei consumatori di cui al comma 1, si applicano le disposizioni dell'articolo 140.

Art. 38. Rinvio.

1. Per quanto non previsto dal codice, ai contratti conclusi tra il consumatore ed il professionista si applicano le disposizioni del codice civile.

... omississ ...

Art. 141. Composizione extragiudiziale delle controversie.

1. Nei rapporti tra consumatore e professionista, le parti possono avviare procedure di composizione extragiudiziale per la risoluzione delle controversie in materia di consumo, anche in via telematica.

2. Il Ministero delle attività produttive, d'intesa con il Ministero della giustizia, comunica alla Commissione europea l'elenco degli organi di composizione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo che si conformano ai principi della raccomandazione 98/257/CE della Commissione, del 30 marzo 1998, riguardante i principi applicabili agli organi responsabili per la risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo e della raccomandazione 2001/310/CE della Commissione, del 4 aprile 2001, concernente i principi applicabili agli organi extragiudiziali che partecipano alla risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo. Il

Ministero delle attività produttive, d'intesa con il Ministero della giustizia, assicura, altresì, gli ulteriori adempimenti connessi all'attuazione della risoluzione del Consiglio dell'Unione europea del 25 maggio 2000, 2000/C 155/01, relativa ad una rete comunitaria di organi nazionali per la risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo.

3. In ogni caso, si considerano organi di composizione extragiudiziale delle controversie ai sensi del comma 2 quelli costituiti ai sensi dell'articolo 4 della legge 29 dicembre 1993, n. 580, dalle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura.

4. Non sono vessatorie le clausole inserite nei contratti dei consumatori aventi ad oggetto il ricorso ad organi che si conformano alle disposizioni di cui al presente articolo.

5. Il consumatore non può essere privato in nessun caso del diritto di adire il giudice competente qualunque sia l'esito della procedura di composizione extragiudiziale.

Parte VI

Disposizioni finali.

Art. 142. Modifiche al codice civile.

1. Gli articoli 1469-bis, 1469-ter, 1469-quater, 1469-quinquies e 1469-sexies del codice civile sono sostituiti dal seguente:

«Art. 1469-bis

Contratti del consumatore.

Le disposizioni del presente titolo si applicano ai contratti del consumatore, ove non derogate dal codice del consumo o da altre disposizioni più favorevoli per il consumatore.».

INFORMATIVA IN MATERIA DI TUTELA DEI DATI PERSONALI

(AI SENSI DELL'ART. 13 D.LGS. N. 196/2003)

L'Agenzia Immobiliare _____ ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. n. 196/2003, Codice in materia di protezione di dati personali, rende noto che:

- ai fini dell'adempimento e dell'esecuzione dell'incarico oggetto del contratto che precede, l'Agenzia _____ deve acquisire e trattare i dati personali del Signor _____ e segnatamente i dati che riguardano _____;
 - il conferimento dei dati da parte del Signor _____ è obbligatorio per l'adempimento degli obblighi legali e contrattuali, pertanto l'eventuale rifiuto a fornirli o il rifiuto al successivo trattamento, non renderebbe possibile l'instaurazione e/o la prosecuzione del rapporto contrattuale;
 - i dati personali comunicati al momento del conferimento dell'incarico, saranno trattati nel pieno rispetto del mandato conferito e per l'esclusivo espletamento delle attività oggetto dell'incarico stesso;
 - i dati personali saranno trattati su supporto cartaceo ed anche con l'ausilio di mezzi elettronici, nel rispetto di tutte le misure idonee a garantirne la sicurezza previste dal D.Lgs. n. 196/2003;
 - fatta salva la comunicazione e la diffusione dei dati che si renderà necessaria per l'adempimento degli obblighi di legge, i dati personali dell'interessato - nei limiti in cui ciò si rivelerà necessario per l'esecuzione del rapporto contrattuale - potranno essere conosciuti dai dipendenti, dai collaboratori e dai consulenti della Agenzia _____;
 - ai sensi dell'art. 7 del D.Lgs. n. 196/2003, in qualsiasi momento, la società interessata potrà richiedere all'Agenzia _____ di confermare l'esistenza di dati personali che la riguardano, di fornire informazioni sulle modalità di trattamento, nonché di provvedere all'aggiornamento, alla rettificazione, all'integrazione e, al momento della cessazione del rapporto professionale, alla cancellazione dei dati o all'eventuale trasformazione degli stessi in forma anonima;
- Il titolare del trattamento dei dati personali è l'Agenzia _____ con sede in _____.
- Il responsabile del trattamento è _____.

Per presa visione:

FAC-SIMILE

UNA SOLUZIONE RAPIDA ED ECONOMICA ALLE CONTROVERSIE

CONCILIAZIONE E ARBITRATO IN CAMERA DI COMMERCIO

Come è noto, il nostro ordinamento prevede la possibilità di ricorrere a strumenti alternativi alla giustizia ordinaria per la soluzione di controversie aventi ad oggetto diritti disponibili.

In particolare, la legge 29 Dicembre 1993 n° 580, ha attribuito alle Camere di Commercio il compito di promuovere la costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori ed utenti.

Presso la Camera di Commercio di Massa-Carrara sono operativi, ormai da diversi anni un Servizio di conciliazione ed una Camera Arbitrale, disciplinati con appositi Regolamenti, che offrono agli operatori del mercato, imprese e consumatori, la possibilità di realizzare una tutela effettiva delle loro ragioni risolvendo eventuali liti in via amichevole.

SPORTELLO DI CONCILIAZIONE



E' da ricordare che la conciliazione è una procedura stragiudiziale di risoluzione delle controversie, in base alla quale una terza persona imparziale, il conciliatore, assiste le parti in conflitto guidandole verso la ricerca di accordi reciprocamente soddisfacenti.

I vantaggi possono riassumersi:

- tempi rapidi di risoluzione della controversia;
- costi molto contenuti e prefissati;
- riservatezza circa lo svolgimento e gli esiti della procedura;
- opportunità di mantenere il rapporto tra le parti dopo la risoluzione della controversia;
- semplicità e mancanza di formalità di procedura.

COME FUNZIONA

L'interessato presenta una domanda di attivazione della procedura di conciliazione alla Segreteria dello Sportello della Camera di Commercio.

La Segreteria, nel più breve tempo possibile, trasmette la domanda a controparte che può:



Il Regolamento di Conciliazione, il tariffario del servizio, i modelli per l'attivazione e l'accettazione della procedura nonché la lista dei conciliatori sono disponibili presso l'Ufficio e possono essere anche scaricati direttamente dal sito camerale.

CAMERA ARBITRALE



L'arbitrato è una procedura, alternativa alla giurisdizione ordinaria, di risoluzione delle controversie, a cui le parti possono accedere se manifestano espressamente la propria volontà di derogare alla competenza dell'autorità giudiziaria attribuendo la competenza a decidere ad un Arbitro unico od un Collegio Arbitrale mediante:

- inserimento di clausola compromissoria in un contratto, al momento della sua conclusione;
- sottoscrizione, a controversia già insorta, di un apposito accordo, c.d. .compromesso.

I vantaggi possono riassumersi:

- tempi brevi per la decisione;
- costi contenuti e determinati in apposito tariffario pubblico;
- imparzialità, riservatezza e competenza tecnica dell'Arbitro unico o del Collegio Arbitrale; gli Arbitri sono scelti tra gli iscritti all' Albo degli Arbitri tenuto dalla Segreteria della Camera Arbitrale;
- trasparenza del procedimento in quanto la Camera di Commercio ne regola la procedura.

COME FUNZIONA

Il procedimento si attiva mediante deposito, presso la Segreteria della Camera Arbitrale, di un'istanza in carta legale, che deve indicare in particolare i quesiti da risolvere e la clausola arbitrale od il compromesso.

Il procedimento si conclude con l'emanazione di un lodo che in caso di arbitrato rituale è destinato ad acquistare efficacia di sentenza, in caso di arbitrato libero od irrituale ha valore contrattuale tra le parti.

Il Regolamento della Camera Arbitrale, il tariffario del servizio e l'Albo degli Arbitri sono disponibili presso l'Ufficio e possono essere anche scaricati direttamente dal sito camerale.

CLAUSOLA CONCILIATIVA

Per tutte le controversie nascenti dal presente contratto verrà esperito preliminarmente un tentativo di conciliazione secondo il Regolamento di Conciliazione adottato dalla Camera di Commercio di Massa-Carrara.

CLAUSOLA ARBITRALE CCIAA DI MASSA CARRARA

(da utilizzare con gli accorgimenti indicati)

Per tutte le controversie concernenti il presente contratto o connesse allo stesso, che dovessero insorgere fra le parti, queste si obbligano ad esperire il tentativo di conciliazione disciplinato dal Regolamento di conciliazione della Camera di Commercio di Massa-Carrara.

In caso di mancata conciliazione, le medesime controversie saranno risolte da un arbitro unico¹ secondo la procedura prevista dal Regolamento della Camera Arbitrale istituita presso la Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Massa-Carrara. L'arbitro deciderà in via rituale² e secondo diritto³, nel rispetto del Regolamento della Camera Arbitrale di Massa-Carrara e delle norme inderogabili del Codice di procedura Civile.

1) Le parti possono deferire eventualmente la controversia ad un collegio di arbitri ai sensi del Regolamento della Camera Arbitrale della Camera di Commercio di Massa-Carrara, sostituendo la dizione "arbitro unico" con la dizione "Collegio arbitrale".

2) Le parti possono in alternativa scegliere la procedura irrituale.

3) Le parti possono in alternativa scegliere di far decidere la controversia secondo equità.

FAC-SIMILI
CLAUSOLE
COMPROMISSORIE



**CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI MASSA - CARRARA**

Via VII Luglio, 14
54033 Carrara MS
telefono 0585 - 7641
fax 0585 - 776515
info@ms.camcom.it
www.ms.camcom.it

Per informazioni



Ufficio Camera Arbitrale - Sportello di Conciliazione
Tutela del Consumatore

Dott.ssa Simonetta Menconi (0585 764232)

simonetta.menconi@ms.camcom.it

Dott.ssa Lina Moisé (0585 764246)

lina.moise@ms.camcom.it