

06.441

**Iniziativa parlamentare  
Protezione dei consumatori contro gli abusi nell'ambito  
della vendita per telefono**

**Rapporto della Commissione degli affari giuridici del Consiglio  
degli Stati**

del 14 novembre 2013

---

Onorevoli colleghi,

con il presente rapporto vi sottoponiamo un progetto di modifica del Codice delle obbligazioni, che trasmettiamo nel contempo per parere al Consiglio federale.

La Commissione vi propone di approvare il progetto di legge allegato.

14 novembre 2013

In nome della Commissione:

La presidente, Anne Seydoux-Christe

---

## Compendio

*Il vigente diritto delle obbligazioni accorda ai consumatori un diritto di revoca soltanto per quanto concerne i contratti a domicilio (art. 40a segg. CO). Sono inoltre previsti altri diritti di revoca per singoli tipi di contratto. Manca invece un diritto di revoca generale per i contratti a distanza, in particolare i contratti conclusi per telefono e via Internet. La Commissione ritiene sia necessario assicurare una migliore protezione dei consumatori anche riguardo a questi contratti, che hanno ormai assunto un'importanza considerevole. Propone pertanto di introdurre un diritto di revoca generale per l'insieme dei contratti a distanza, ossia i contratti conclusi senza che i contraenti si incontrino fisicamente. Occorre tuttavia escludere dal campo d'applicazione della normativa proposta taluni settori e contratti per i quali un diritto di revoca non sarebbe oggettivamente giustificato od opportuno sotto il profilo pratico. La presente revisione armonizza inoltre le definizioni, i termini e le conseguenze dei diritti di revoca nell'insieme del diritto dei contratti, tenendo conto anche dell'evoluzione del diritto internazionale.*

# Rapporto

## 1 Genesi

### 1.1 Iniziativa parlamentare

Il 21 giugno 2006 l'allora consigliere agli Stati Pierre Bonhôte ha presentato un'iniziativa parlamentare che chiede di modificare il Codice delle obbligazioni (CO)<sup>1</sup> affinché il diritto di revoca previsto in materia di contratti a domicilio (art. 40a segg. CO) sia esteso ai contratti conclusi per telefono. Il 2 giugno 2008 il Consiglio degli Stati ha deciso, con 23 voti favorevoli e 12 contrari, di dar seguito all'iniziativa<sup>2</sup>; conformemente all'articolo 109 capoverso 3 della legge sul Parlamento (LParl)<sup>3</sup>, questa decisione è stata sottoposta al Consiglio nazionale, che l'ha approvata il 21 settembre 2009 con 77 voti favorevoli, 77 contrari, 9 astensioni e il voto preponderante della presidente<sup>4</sup>.

### 1.2 Lavori della Commissione

Tra il 2010 e il 2012 la Commissione ha dedicato cinque sedute all'attuazione dell'iniziativa parlamentare. Il 23 agosto 2012 ha adottato all'unanimità un avamprogetto che è stato posto in consultazione dal 17 settembre al 21 dicembre 2012.

Il 3 maggio 2013 la Commissione ha preso atto dei risultati della consultazione. Il 14 novembre 2013 ha adottato il presente progetto di legge con 8 voti favorevoli e 2 contrari.

Conformemente all'articolo 112 capoverso 1 LParl, nei suoi lavori la Commissione si è avvalsa della collaborazione del Dipartimento federale di giustizia e polizia (DFGP).

## 2 Situazione iniziale

### 2.1 Diritto vigente

Il Codice delle obbligazioni prevede attualmente un diritto di revoca per i cosiddetti contratti a domicilio (art. 40a segg. CO). Un negozio giuridico è considerato contratto a domicilio ai sensi della legge se al cliente l'offerta di conclusione del contratto è stata fatta sul suo posto di lavoro, in locali d'abitazione o nelle immediate vicinanze, in trasporti pubblici, su pubbliche vie e piazze o nel corso di una manifestazione pubblicitaria (art. 40b CO). La legge prevede talune eccezioni. La normativa vigente disciplina l'esercizio del diritto di revoca e le conseguenze della revoca soltanto nei loro tratti essenziali. Non si esprime sulla possibilità di esercitare tale diritto anche nei casi in cui l'offerente contatti il cliente per telefono. Parte della dottrina risponde affermativamente a questa questione, poiché anche nel caso di contratti conclusi per

<sup>1</sup> RS 220

<sup>2</sup> Boll. Uff. 2008 S 371

<sup>3</sup> RS 171.10

<sup>4</sup> Boll. Uff. 2009 N 1645

telefono vi è il rischio di essere colti alla sprovvista<sup>5</sup>. Il disegno del Consiglio federale prevedeva espressamente la possibilità di revoca riguardo ai contratti conclusi per telefono (art. 40a cpv. 1 lett. a n. 3 D-CO)<sup>6</sup>, ma il Consiglio nazionale ha riformulato il testo del disegno e stralciato il riferimento a tali contratti<sup>7</sup>; dal Bollettino ufficiale non emerge il motivo di questo stralcio. Il Consiglio degli Stati ha in seguito ripreso praticamente immutata la versione del Consiglio nazionale<sup>8</sup>. La questione se anche un contratto concluso per telefono possa essere considerato un contratto a domicilio ai sensi dell'articolo 40a e seguenti CO non è stata dibattuta. Il diritto vigente non prevede un diritto di revoca per i contratti conclusi tramite altri mezzi di comunicazione a distanza, in particolare via Internet.

Il 1° aprile 2012 è inoltre entrato in vigore il nuovo articolo 3 capoverso 1 lettera s della legge federale contro la concorrenza sleale (LCSI)<sup>9</sup>, che elenca le condizioni che deve soddisfare un offerente per la conclusione di contratti nel commercio elettronico. L'offerente deve in particolare indicare in modo chiaro e completo la sua identità e il suo indirizzo di contatto; deve inoltre fornire indicazioni sulle singole fasi tecniche che portano alla conclusione del contratto e mettere a disposizione mezzi tecnici adeguati che permettano di individuare e correggere errori di immissione prima dell'invio dell'ordinazione; deve infine confermare immediatamente per via elettronica l'ordinazione del cliente.

## 2.2 Problemi posti dalla situazione giuridica attuale

Nel caso di contratti a distanza, il consumatore non può per definizione vedere ed esaminare direttamente la merce prima di concludere il contratto<sup>10</sup>. Dato il tipo di vendita, vi è un'asimmetria delle informazioni tra le parti contraenti. Aumenta inoltre il rischio che il contratto sia concluso precipitosamente. Nella vendita per telefono, come in quella a domicilio, si aggiunge un rischio supplementare dovuto all'effetto sorpresa. Non di rado succede che al telefono le persone vengano indotte a concludere contratti che non hanno mai inteso concludere o che non avrebbero concluso se avessero avuto un tempo di riflessione adeguato. In questo contesto va pure sottolineato che oggi sempre più beni di consumo di lusso (ad es. gioielli) sono commercializzati tramite Internet<sup>11</sup>. Lo stesso vale per una moltitudine di servizi per i quali i termini di recesso contrattuali sono attualmente poco chiari<sup>12</sup>. Infine, il consumo via Internet di contenuti digitali, come brani musicali, suonerie telefoniche, film, giornali, libri e videogiochi è ormai divenuto una pratica corrente<sup>13</sup>. Per questi motivi, la

<sup>5</sup> Koller-Tumler (cfr. bibliografia), pag. 85, in particolare nota a piè di pagina 343; Gonzenbach/Koller-Tumler, n. 8 ad art. 40b; Dornier tesi, n. marg. 343; Dornier Commentario, n. 70 ad art. 40b; contrari invece ad es. Stauder/Stauder, n. 20a ad art. 40b; Marchand, pag. 170 seg.

<sup>6</sup> Messaggio del Consiglio federale del 7 maggio 1986 concernente una legge federale sul promovimento dell'informazione ai consumatori e una legge federale che modifica il Codice delle obbligazioni (Delle cause delle obbligazioni), FF 1986 II 231 segg., in particolare 268.

<sup>7</sup> Boll. Uff. 1990 N 572 segg.

<sup>8</sup> Boll. Uff. 1990 S 307 segg.

<sup>9</sup> RS 241

<sup>10</sup> Cfr. ad es. Marchand, pag. 181.

<sup>11</sup> Wölflle/Leimstoll, pag. 9.

<sup>12</sup> Marchand, pag. 166.

<sup>13</sup> Loos/Helberger/Guibault/Mak, pag. 737 seg.

Commissione ritiene che i consumatori che concludono contratti a distanza necessitano di una protezione maggiore di quella accordata nel commercio tradizionale. Dopo la conclusione del contratto o l'esame della prestazione dell'offerente, essi dovrebbero poter disporre di un periodo di riflessione (il cosiddetto *cooling off period*) e, se del caso, revocare la proposta di conclusione del contratto o la dichiarazione di accettazione, alla stregua di quanto previsto in materia di contratti a domicilio<sup>14</sup>.

La Commissione sottolinea inoltre che, al più tardi dal mese di giugno del 2014, nell'Unione europea (UE) i consumatori disporranno di un diritto generale di revoca di 14 giorni per i contratti a distanza e per i contratti conclusi fuori dei locali commerciali (cfr. anche n. 4.1). Considerata la dimensione fortemente internazionale del commercio elettronico, una disparità di trattamento tra i consumatori svizzeri e quelli europei sarebbe difficilmente giustificabile. Non sarebbe neppure auspicabile che gli offerenti svizzeri riconoscano ai propri clienti nell'area UE diritti di revoca più estesi di quelli accordati ai clienti nazionali.

### **3 Punti essenziali del progetto**

#### **3.1 Diritto di revoca nel caso di contratti a distanza**

Inspirandosi alla normativa vigente in materia di contratti a domicilio (art. 40a segg. CO), la Commissione propone di introdurre per i contratti a distanza un diritto di revoca esercitabile entro 14 giorni. Tale termine corrisponde a quello che sarà in vigore nel mercato interno europeo, al più tardi da giugno 2014, per i contratti a domicilio e a distanza. La nozione di «contratto a distanza» non fa riferimento a una tecnologia particolare (è «tecnologicamente neutrale») e garantisce pertanto il margine d'apprezzamento necessario per comprendere eventuali nuove tecniche di commercializzazione, compresi i mezzi di comunicazione utilizzati a tal fine. Già oggi risulta evidente che sarà sempre più difficile distinguere sotto il profilo tecnico la vendita per telefono dal commercio online (si pensi ad es. all'uso della telefonia tramite Internet)<sup>15</sup>. Caratteristica distintiva del contratto a distanza è il fatto che la sua conclusione avviene senza che le parti contraenti siano fisicamente presenti nello stesso luogo. Le trattative e lo scambio delle dichiarazioni di volontà hanno luogo esclusivamente per il tramite di mezzi di comunicazione a distanza, ossia il telefono, Internet, ecc. Mediante l'introduzione di un diritto di revoca nei contratti a distanza, la Commissione mira a rafforzare la posizione dei consumatori in modo semplice ed equilibrato. Il consumatore deve poter concludere un contratto con piena cognizione di causa – essendo segnatamente a conoscenza delle caratteristiche dell'oggetto dello stesso – e nel modo più libero e consapevole possibile. La Commissione non considera tale diritto un'eccezione al principio generale secondo cui i contratti devono essere rispettati (*pacta sunt servanda*), bensì un presupposto essenziale e una giu-

<sup>14</sup> Cfr. anche il rapporto della Commissione della gestione del Consiglio nazionale del 9 novembre 2004 «La protezione del consumatore nel commercio elettronico: aspetti contrattuali e protezione dei dati», FF 2005 4453, in particolare 4470, nonché le raccomandazioni della Commissione federale del consumo del 6 marzo 2007.

<sup>15</sup> Morscher, pag. 177 seg.

stificazione di detto principio<sup>16</sup>. Di conseguenza, per quanto concerne la sistematica il diritto di revoca del consumatore nei contratti a domicilio e nei contratti a distanza è inserito nel CO, come già il diritto di revoca attuale, sotto il titolo «Delle cause delle obbligazioni».

La Commissione propone di continuare a limitare il diritto di revoca ai consumatori, ossia alle persone che concludono con un offerente attivo in ambito commerciale un contratto per scopi privati o familiari. Alla stregua di quanto previsto sinora, non vi è pertanto alcun diritto di revoca per i contratti conclusi tra consumatori o tra offerenti professionali. Il progetto prevede inoltre diversi correttivi al fine di conciliare gli interessi di offerenti e consumatori: sono previste eccezioni al diritto di revoca nei casi in cui ciò si giustifica per motivi oggettivi o pratici, in particolare per determinate merci (ad es. derrate alimentari od oggetti realizzati secondo le indicazioni del consumatore), per determinate prestazioni di servizi (ad es. fornitura di alloggi per fini non residenziali o trasporto di persone) o per determinate situazioni (ad es. ritiro e simultanea accettazione di una merce nei locali commerciali dell'offerente o fornitura di un servizio prima della scadenza del termine di revoca, purché tale modalità di esecuzione sia stata espressamente convenuta). Infine, il diritto di revoca è vincolato a determinate condizioni, prima tra tutte la non utilizzazione della cosa da parte del consumatore – fatta salva la verifica della conformità al contratto e del corretto funzionamento della cosa – e comporta determinati obblighi e conseguenze anche per il consumatore (segnatamente l'obbligo di restituire la cosa), affinché gli oneri connessi con il diritto di revoca non incombano unicamente all'offerente.

Il progetto della Commissione corrisponde in parte all'avamprogetto di legge federale sul commercio elettronico posto in consultazione dal Consiglio federale il 17 gennaio 2001<sup>17</sup>. Tale avamprogetto prevedeva un diritto di revoca anche per i contratti a distanza, oltre che per la vendita a domicilio. Nel dicembre 2002 il Consiglio federale ha preso atto dei risultati controversi della consultazione e ha incaricato il DFGP di elaborare un messaggio, ma il 9 novembre 2005 ha deciso di sospendere i lavori. Per i motivi sopraesposti, la Commissione ritiene tuttavia opportuno introdurre un diritto generale di revoca, applicabile quindi anche al di fuori della vendita per telefono. Anche il progetto di revisione totale della parte generale del CO presentato recentemente da un gruppo di professori di diritto svizzeri («CO 2020») prevede negli articoli 16–18 un diritto di revoca generale di 14 giorni, non limitato ai soli contratti a domicilio e a distanza ma applicabile senza eccezioni a tutti i casi in cui il consumatore conclude un contratto di consumo senza avere la possibilità di esaminare in misura sufficiente la prestazione proposta o i rischi inerenti alla stessa<sup>18</sup>.

<sup>16</sup> Cfr. anche il messaggio del Consiglio federale del 7 maggio 1986 concernente una legge federale sul promovimento dell'informazione ai consumatori e una legge federale che modifica il Codice delle obbligazioni (Delle cause delle obbligazioni), FF 1986 II 231, in particolare 253 segg. (254); cfr. anche DTF 137 III 243 consid. 4.5, concernente il diritto di revoca in materia di contratti a domicilio.

<sup>17</sup> Consultabile in Internet all'indirizzo: [www.bj.admin.ch](http://www.bj.admin.ch) > Temi > Economia > Legislazione > Progetti conclusi > Protezione dei consumatori (commercio elettronico).

<sup>18</sup> Cfr. in merito Probst, n. 4 ad art. 17 CO 2020.

### 3.2

### Adeguamento dei diritti di revoca esistenti

Ai fini della semplificazione, della certezza del diritto e della tutela dei consumatori, la Commissione propone di armonizzare i diritti di revoca dei consumatori in tutto il diritto dei contratti, di designarli in quanto tali e di distinguerli – sia sotto il profilo terminologico sia sotto quello dogmatico<sup>19</sup> – dal diritto di recesso, previsto ad esempio nella legge federale concernente i viaggi «tutto compreso»<sup>20</sup> (art. 10 cpv. 1 e 2). Per quanto attiene al diritto di revoca, la Commissione propone pertanto di parificare i contratti a domicilio, compresi i contratti analoghi, a quelli a distanza. Propone inoltre di prolungare da sette a 14 giorni il termine di revoca previsto per i mandati di mediazione matrimoniale o di ricerca di partner, come pure quello di cui all'articolo 16 della legge federale sul credito al consumo (LCC)<sup>21</sup>. La Commissione ritiene necessario uniformare anche le conseguenze giuridiche dei diritti di revoca, che devono in linea di principio esplicitare i loro effetti *ex tunc*; a tal fine sono previste norme concernenti sia gli obblighi reciproci di restituzione delle prestazioni sia le spese che ne risultano.

### 3.3

### Risultati della procedura di consultazione

L'avamprogetto della Commissione del 23 agosto 2012 è stato posto in consultazione dal 17 settembre al 21 dicembre 2012. Hanno risposto 22 Cantoni, cinque partiti politici, 15 organizzazioni mantello e associazioni invitate ufficialmente a esprimere un parere, nonché altre 18 persone e organizzazioni interessate<sup>22</sup>.

Nel complesso, la revisione è stata valutata positivamente da 31 dei 60 partecipanti alla consultazione, in particolare dalla maggior parte dei Cantoni e dei partiti politici. È stata invece respinta da una minoranza dei partecipanti composta di organizzazioni mantello, associazioni e privati. L'introduzione del diritto di revoca nel caso delle vendite per telefono, il termine di revoca più lungo (14 giorni invece di sette) e l'armonizzazione del diritto svizzero con quello dell'UE sono stati approvati dalla maggioranza degli interpellati. La proposta di estendere il diritto di revoca ai contratti a distanza, e in particolare al commercio online, ha suscitato pareri discordanti: è stata valutata positivamente dalla maggior parte dei Cantoni, dei partiti politici e delle organizzazioni (dei consumatori), che ritengono sia necessaria una normativa in quest'ambito; è stata invece accolta negativamente da una minoranza costituita soprattutto di rappresentanti del settore economico e commerciale, i quali in parte rifiutano qualsiasi estensione del diritto di revoca, in parte ne rifiutano soltanto l'applicazione al commercio online. I fautori di quest'ultima posizione ritengono che non vi siano motivi sufficienti per migliorare la protezione del consumatore online, non sussistendo a loro avviso un'asimmetria delle informazioni, e che la modifica proposta dalla Commissione potrebbe anzi avere conseguenze indesiderate.

<sup>19</sup> Cfr. DTF 137 III 243 consid. 4.3, sulla questione se alle pretese di restituzione derivanti dalla revoca vadano applicate le norme sulla prescrizione previste dal diritto dei contratti o quelle in materia di indebito arricchimento.

<sup>20</sup> RS 944.3

<sup>21</sup> RS 221.214.1

<sup>22</sup> Cfr. il rapporto sui risultati della procedura di consultazione, aprile 2013, consultabile in Internet (in tedesco e francese) all'indirizzo: [www.parlamento.ch](http://www.parlamento.ch) > Documentazione > Rapporti > Oggetti posti in consultazione > 2012 > 06.441 Iv. Pa. Protezione dei consumatori contro gli abusi nell'ambito della vendita per telefono.

Preso atto dei risultati della consultazione, la Commissione ha interamente rimaneggiato il progetto di legge tenendo conto di diverse critiche avanzate. In particolare, il progetto prevede ora ulteriori eccezioni per i casi in cui il diritto di revoca non appare, per svariate ragioni, indicato o applicabile. Così ad esempio al consumatore spetta un diritto di revoca soltanto se la sua prestazione supera i 100 franchi; questa norma corrisponde a quella vigente per i contratti a domicilio. Parimenti, le aste pubbliche sono eccettuate dal campo d'applicazione del diritto di revoca. Sono inoltre stati introdotti nuovi motivi che comportano l'estinzione del diritto di revoca, in particolare il fatto che il consumatore utilizzi la cosa oltre la misura richiesta per verificarne la conformità al contratto o il corretto funzionamento. Con queste modifiche, la Commissione tiene conto del timore espresso da più parti che un diritto di revoca generale possa prestarsi ad abusi da parte dei consumatori. Inoltre, per motivi inerenti alla certezza delle relazioni contrattuali e commerciali, il termine di revoca è in ogni caso limitato a tre mesi a contare dalla scadenza del termine di revoca di 14 giorni. Infine, il progetto disciplina più in dettaglio le conseguenze della revoca, soprattutto per quanto concerne gli obblighi del consumatore e gli eventuali altri contratti connessi con la proposta di conclusione o la dichiarazione di accettazione oggetto della revoca. La Commissione ha per contro deciso di non limitare il diritto di revoca alla vendita per telefono. Anzitutto poiché ritiene che anche nel commercio online vi sia un'esigenza di maggiore protezione dei consumatori (cfr. n. 2.2) e in secondo luogo poiché teme che una disparità di trattamento tra vendita per telefono e vendita online possa creare problemi di delimitazione tra queste due forme di vendita.

## **4 Diritto comparato**

### **4.1 Diritto europeo**

Va anzitutto menzionata la *direttiva dell'UE sui diritti dei consumatori*<sup>23</sup>, che si prefigge di migliorare e armonizzare la tutela dei consumatori in seno all'UE. La direttiva non è costruita sul principio di un'armonizzazione completa: gli Stati membri possono mantenere o adottare normative divergenti nei casi in cui questa possibilità sia espressamente prevista nella direttiva (art. 4). Il diritto di revoca (art. 9) – denominato «diritto di recesso» – è tuttavia disciplinato in modo esaustivo dalla direttiva. In virtù della stessa, e limitatamente al suo ambito d'applicazione (art. 3), il consumatore ha il diritto di recedere entro 14 giorni da un contratto concluso a distanza o fuori dei locali commerciali con un professionista (art. 9 par. 1). La direttiva disciplina gli obblighi delle parti in caso di recesso (art. 13 e 14) e gli effetti dello stesso sui contratti accessori (art. 15); prevede inoltre numerose eccezioni per determinati contratti per i quali un diritto di recesso sarebbe inappropriato o inopportuno (art. 16 nonché consid. 49). La direttiva è entrata in vigore il 12 dicembre 2011 (art. 34). Gli Stati membri devono trasporre le sue disposizioni nel loro diritto nazionale entro il 13 dicembre 2013. Le disposizioni della direttiva si applicano ai contratti conclusi dopo il 13 giugno 2014 (art. 28); la direttiva 85/577/CEE concernente

<sup>23</sup> Direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori, recante modifica della direttiva 93/13/CEE del Consiglio e della direttiva 1999/44/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 85/577/CEE del Consiglio e la direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, GU L 304 del 22.11.2011, pag. 64 (di seguito: direttiva UE sui diritti dei consumatori).



i contratti negoziati fuori dei locali commerciali<sup>24</sup> (in Svizzera essa è stata trasposta negli art. 40a segg. CO) e la direttiva 97/7/CE concernente i contratti a distanza<sup>25</sup> (non trasposta nel diritto svizzero; prevede un diritto di recesso di sette giorni e requisiti aggiuntivi in materia di informazioni) sono abrogate con effetto da tale data (art. 31).

Per quanto concerne i contratti bancari e di assicurazione, la direttiva sui contratti a distanza è completata dalla *direttiva sui servizi finanziari*<sup>26</sup>, la quale prevede un diritto di recesso specifico di 14 giorni per i servizi finanziari (art. 6). Sono esclusi dal campo d'applicazione di questa direttiva i contratti concernenti servizi finanziari il cui prezzo dipende da fluttuazioni del mercato finanziario o che hanno una durata molto breve (inferiore a un mese), nonché i contratti interamente eseguiti da entrambe le parti su richiesta esplicita del consumatore prima che quest'ultimo eserciti il suo diritto di recesso. Per i contratti a distanza concernenti le assicurazioni sulla vita e per quelli concernenti la previdenza per la vecchiaia il termine di recesso è per contro di 30 giorni (art. 6 par. 1). I contratti concernenti servizi finanziari conclusi fuori dei locali commerciali o a distanza resteranno assoggettati alla direttiva sui servizi finanziari anche dopo l'attuazione della direttiva UE sui diritti dei consumatori, giacché quest'ultima esclude esplicitamente tali servizi dal suo campo d'applicazione (art. 3 par. 3 lett. d).

## 4.2 Ordinamenti giuridici esteri<sup>27</sup>

Il *diritto delle obbligazioni tedesco* prevede a tutela dei consumatori un diritto di revoca per i contratti a domicilio e i contratti a distanza, compresi i contratti concernenti servizi finanziari. L'esercizio e le conseguenze giuridiche, segnatamente il termine di revoca di 14 giorni, sono disciplinati in modo uniforme per tutti i diritti di revoca. Inoltre, dal 2010 i modelli contenenti le informazioni da fornire al consumatore circa la revoca e la restituzione hanno rango di legge formale<sup>28</sup>. Altri diritti di revoca sono previsti per i contratti relativi ai diritti di godimento a tempo parziale di beni immobili, per i contratti di credito al consumo e per i contratti di consegna a rate. Inoltre, leggi speciali prevedono ad esempio diritti di revoca per i contratti d'insegnamento a distanza, i contratti di assicurazione e quelli concernenti operazioni d'investimento<sup>29</sup>. Ai fini dell'attuazione della direttiva UE sui diritti dei consumatori, il diritto di revoca per i contratti con consumatori sarà oggetto di una nuova

24 Direttiva 85/577/CEE del Consiglio, del 20 dicembre 1985, per la tutela dei consumatori in caso di contratti negoziati fuori dei locali commerciali, GU L 372 del 31.12.1985, pag. 31.

25 Direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 maggio 1997, riguardante la protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza, GU L 144 del 4.6.1997, pag. 19 (di seguito: direttiva sui contratti a distanza).

26 Direttiva 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 settembre 2002, concernente la commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori e che modifica la direttiva 90/619/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE e 98/27/CE, GU L 271 del 9.10.2002, pag. 16 (di seguito: direttiva sui servizi finanziari).

27 L'Ufficio federale di giustizia ha incaricato l'Istituto svizzero di diritto comparato di realizzare entro il 31 gennaio 2012 uno studio comparativo in materia di diritto dei consumatori; le considerazioni figuranti qui di seguito si fondano su tale studio.

28 All. 1 e 2 della legge d'introduzione del Codice civile tedesco («Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch»).

29 Hotz, pag. 206 segg.

normativa uniforme che entrerà in vigore il 13 giugno 2014<sup>30</sup>. Secondo tale normativa, il diritto di revoca si estingue al più tardi 12 mesi e 14 giorni dopo il ricevimento della merce o dopo la conclusione del contratto; in linea di principio, le spese di rinvio della merce sono a carico del consumatore.

La *legge austriaca sulla protezione dei consumatori* prevede diritti di revoca per i contratti a domicilio e i contratti a distanza. Una legge speciale prevede il diritto di revoca per i cosiddetti servizi finanziari a distanza. Secondo il diritto vigente, il consumatore può recedere entro un termine di sette giorni da tutti i contratti conclusi a distanza o da una proposta di conclusione o una dichiarazione di accettazione di un siffatto contratto. Se il contratto ha per oggetto la fornitura di merci, il termine decorre dal giorno in cui queste ultime sono consegnate al consumatore; nel caso di contratti concernenti la fornitura di servizi esso decorre invece dal giorno della conclusione del contratto. L'Austria ha inoltre adottato altre disposizioni riguardanti la protezione dei consumatori nella vendita di beni di consumo, nonché diverse disposizioni speciali, ad esempio nel settore immobiliare o in quello finanziario e per i contratti di durata (p. es. un diritto di disdetta speciale nei contratti di acquisto di energia elettrica e nei contratti di assicurazione). La direttiva UE sui diritti dei consumatori sarà attuata mediante una legge *ad hoc* (la «*Verbraucherrechte-Richtlinie-Umsetzungsgesetz*»), che prevede in particolare l'adozione di una legge denominata «*Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG)*», la quale accorderà al consumatore, per i contratti conclusi a distanza o fuori di locali commerciali, un diritto di recesso limitato nel tempo ma non subordinato a condizioni.

Il *diritto francese* contempla, nell'articolo L.121-20 del *Code de la consommation*, un diritto di revoca di sette giorni corrispondente a quanto previsto sinora dalla direttiva sui contratti a distanza. L'attuazione della direttiva UE sui diritti dei consumatori è prevista mediante una legge sui consumatori attualmente al vaglio del Parlamento francese<sup>31</sup>.

La *Gran Bretagna* ha recepito il diritto comunitario in materia di tutela dei consumatori in una legge speciale, la «*Consumer Protection [Distance Selling] Regulations 2000*», che prevede in particolare un diritto di revoca di sette giorni per i contratti a distanza. Una particolarità del sistema inglese risiede nel difensore civico per le questioni inerenti alla tutela dei consumatori, dotato di competenze molto ampie. La direttiva UE sui diritti dei consumatori sarà attuata mediante una legge speciale denominata «*Consumer Contracts [Information, Cancellation and Additional Payments] Regulations 2013*»<sup>32</sup>.

Negli *Stati Uniti (New York e California)* non è previsto alcun diritto di revoca nel commercio via Internet. In materia di telemarketing, una fatturazione è tuttavia possibile soltanto con l'esplicito consenso scritto del cliente. Il campo d'applicazione

<sup>30</sup> Cfr. la legge del 14 giugno 2013 che attua la direttiva sui diritti dei consumatori e che modifica la legge sulla regolamentazione delle agenzie immobiliari («Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechtlichlinie und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung»), BT Drucksache 17/12737 (disegno di legge) e 17/13951 (raccomandazione e rapporto).

<sup>31</sup> Cfr. il disegno di legge sui consumatori («projet de loi relatif à la consommation»), n. 1015, depositato il 2 maggio 2013, adottato in prima lettura dall'Assemblea nazionale il 3 luglio 2013, e n. 1357, depositato il 16 settembre 2013, modificato dal Senato.

<sup>32</sup> Cfr. Department for Business, Innovation & Skills, The Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Payments) Regulations 2013, Draft Regulations, agosto 2013.

della regola federale dei tre giorni di riflessione (*3-day cooling off rule*)<sup>33</sup> è invece limitato ai contratti a domicilio propriamente detti (*door to door sale*) e non si estende ai contratti a distanza.

### 4.3 Importanza per la Svizzera

Non essendo membro dell'UE, la Svizzera non è vincolata all'acquis comunitario in materia di tutela dei consumatori e può quindi disciplinare autonomamente il diritto dei consumatori e i diritti di revoca. Il recepimento dell'acquis comunitario nei futuri accordi bilaterali e la presa in considerazione della pertinente giurisprudenza della Corte di giustizia dell'Unione europea (CGUE) sono tuttavia argomento di discussione nei colloqui istituzionali in corso tra la Svizzera e l'UE<sup>34</sup>. Il principio dell'interpretazione conforme al diritto europeo è inoltre riconosciuto dalla giurisprudenza<sup>35</sup>.

Dalla comparazione dei diversi ordinamenti giuridici si evince che *in tutta Europa e oltre i suoi confini* sono previsti diritti di revoca o diritti equivalenti che i consumatori possono far valere nei contratti a distanza, in particolare nel commercio elettronico. Numerosi ordinamenti giuridici nazionali di Stati membri dell'UE prevedono già un termine di revoca di 14 giorni o più: è il caso di Cipro, della Danimarca, dell'Estonia, della Finlandia, della Germania, della Lituania, di Malta, del Portogallo, della Repubblica Ceca, della Slovenia e della Svezia<sup>36</sup>. Normative simili figurano inoltre in tutte le leggi di riferimento moderne elaborate dall'UE o da altri organismi<sup>37</sup>. La Commissione ritiene pertanto che con l'introduzione di un diritto di revoca per l'insieme dei contratti a distanza la Svizzera seguirebbe l'evoluzione generale in atto a livello internazionale, che ha ispirato anche il progetto «CO 2020» (cfr. n. 3.1), e assicurerebbe che i consumatori in Svizzera non siano sfavoriti rispetto a quelli di altri Paesi. Senza contare che – inversamente – nel commercio transfrontaliero le imprese svizzere devono già oggi rispettare le pertinenti disposizioni estere<sup>38</sup>.

<sup>33</sup> 16 Code of Federal Regulations 429 *et seq.*

<sup>34</sup> Cfr. p. es. la risposta del Consiglio federale del 22 febbraio 2012 all'interpellanza Barthassat 11.4085 (La giurisprudenza della CGUE e i suoi effetti sull'applicazione dell'articolo 208 capoverso 2 CO).

<sup>35</sup> Quanto all'interpretazione conforme alle direttive dell'UE, cfr. DTF **129** III 335 consid. 6 e **130** III 182 consid. 5.5.1; quanto all'interpretazione conforme alla giurisprudenza della CGUE, cfr. DTF **136** II 65 consid. 3.1.

<sup>36</sup> Schulte-Nölke/Börger, pag. 345 – 347.

<sup>37</sup> Cfr. ad es. il Draft Common Frame of Reference (DCFR) del 2009 o il Draft Common European Sales Law (DCESL) dell'11 ottobre 2011, COM (2011) 635 definitivo 2011/0284 (COD).

<sup>38</sup> Conformemente all'articolo 120 della legge federale sul diritto internazionale privato (LDIP; RS **291**), a determinate condizioni si applica il diritto dello Stato di dimora abituale del consumatore. Dal canto suo, il diritto comunitario europeo prevede una disposizione che ammette la scelta del diritto applicabile a condizione che non ne risulti un indebolimento della tutela del consumatore (art. 6 del regolamento [CE] n. 593/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 giugno 2008, sulla legge applicabile alle obbligazioni contrattuali [Roma I], GU L 177 del 4.7.2008, pag. 6).

## 5 Commento alle singole disposizioni

### 5.1 Codice delle obbligazioni

#### Art. 40a Principi

Il presente articolo sancisce nel *capoverso 1* il principio secondo cui i consumatori possono revocare la loro dichiarazione di volontà diretta alla conclusione di un contratto a domicilio o di un contratto a distanza. Questo diritto generale di revoca consente al consumatore che si trovi in una situazione commerciale rischiosa di riconsiderare la conclusione del contratto durante un periodo limitato e, se del caso, di ritirare la sua proposta di conclusione del contratto o la sua dichiarazione di accettazione. Come nel diritto vigente (cfr. art. 40b CO), il diritto di revoca è un diritto potestativo unilaterale di revocare la dichiarazione di volontà (non il contratto)<sup>39</sup>. Il contratto interessato dalla revoca deve avere per oggetto cose mobili ai sensi dell'articolo 713 del Codice civile (CC)<sup>40</sup> o servizi. Continuano per contro a essere esclusi dal diritto di revoca in particolare i contratti di lavoro e di locazione.

Una *minoranza della Commissione* ritiene che i consumatori non debbano disporre di un diritto di revoca legale per tutti i contratti a distanza. Nonostante sia favorevole, come la maggioranza della Commissione, all'introduzione di un diritto di revoca per i contratti conclusi telefonicamente, la minoranza della Commissione non reputa opportuno prevedere tale diritto anche per il commercio online, poiché ritiene che i consumatori non rischiano di essere colti alla sprovvista e non necessitano quindi di un livello di protezione più elevato. Sottolinea inoltre che l'iniziativa parlamentare si limita alla vendita per telefono.

La disposizione di cui al *capoverso 2* è volta a evitare possibili contraddizioni e doppioni al fine di contribuire a uniformare e migliorare la protezione dei consumatori. In virtù della stessa, i diritti di revoca previsti da disposizioni speciali prevalgono su quello di cui all'articolo 40a P-CO. Inversamente, nel secondo periodo del capoverso si precisa che le disposizioni di cui all'articolo 40j–40o P-CO si applicano a titolo completo anche ad altri diritti di revoca.

Alla stregua del diritto vigente, il *capoverso 3* precisa che le disposizioni di cui agli articoli 40a e seguenti P-CO costituiscono norme imperative a favore di una parte<sup>41</sup>. Possono quindi essere modificate soltanto a vantaggio del consumatore. È segnatamente possibile estendere il campo d'applicazione materiale e temporale del diritto di revoca. Come sinora, gli offerenti possono pertanto accordare diritti di revoca più ampi, in particolare anche nei casi in cui la legge non ne prevede. Come già previsto dal diritto vigente, la rinuncia al diritto di revoca al momento della conclusione del contratto è parimenti esclusa<sup>42</sup>.

Il presente progetto utilizza il termine «consumatore». Esso è da preferire al termine «cliente» utilizzato nel diritto vigente, poiché un cliente può anche essere una persona giuridica. Inoltre, il diritto delle obbligazioni usa già il termine «cliente» in rela-

<sup>39</sup> DTF 137 III 243 consid. 4.5; Gonzenbach/Koller-Tumler, n. 11 ad art. 40b; Kut, n. 55 ad art. 40a–40g.

<sup>40</sup> RS 210

<sup>41</sup> Per quanto concerne il diritto vigente, cfr. Kut, n. 9 ad art. 40a–40g CO; Stauder/Stauder, n. 8 ad art. 40a–40f CO.

<sup>42</sup> Hartmann, pag. 307 segg., 311.

zione al contratto d'impiego del commesso viaggiatore e al contratto d'agenzia, dove il termine comprende anche soggetti diversi dal consumatore finale<sup>43</sup>. Si propone pertanto una distinzione coerente dal punto di vista linguistico tra protezione del cliente e protezione del consumatore (cfr. anche il commento dell'art. 40d P-CO).

#### *Art. 40b* Contratto a domicilio

In deroga al diritto comunitario attuale, segnatamente alla direttiva UE sui diritti dei consumatori, e pur con la consapevolezza che il contratto a domicilio in senso stretto tende a scomparire, nel *capoverso 1* si è mantenuto il termine «contratto a domicilio», poiché noto e chiaro. Come suggerito nell'ambito della procedura di consultazione<sup>44</sup>, invece dell'elenco di cui al vigente articolo 40b lettere a e b CO viene ripresa la definizione più sintetica prevista dal diritto comunitario (cfr. art. 2 par. 8 della direttiva UE sui diritti dei consumatori). In tal modo viene risolta la questione – controversa nel diritto vigente – se l'elenco sopraccitato sia esaustivo o meno<sup>45</sup>: oltre ai casi tipici di avvio delle trattative e di offerta menzionati dalla normativa vigente possono entrare in linea di conto altre tipologie di contratti a domicilio. Il caso atipico dell'offerta di conclusione di un contratto nel corso di una manifestazione pubblicitaria resta menzionato espressamente (cfr. anche art. 2 par. 8 lett. d della direttiva UE sui diritti dei consumatori).

Secondo il *capoverso 2*, il contratto non è considerato a domicilio se l'iniziativa per la sua conclusione è stata espressamente presa dal consumatore. A differenza del diritto vigente, l'onere della prova incombe tuttavia all'offerente. In seguito ai pareri espressi nell'ambito della procedura di consultazione<sup>46</sup>, diversamente da quanto previsto nell'avamprogetto i contratti conclusi a uno stand di mercato o di fiera non sono considerati contratti a domicilio. Questa soluzione corrisponde a quella prevista dalla normativa vigente, che ha dato buona prova di sé. Si scosta scientemente dalla soluzione prevista nella direttiva UE sui diritti dei consumatori. Sia lo stand di mercato che quello di fiera possono infatti essere considerati un'estensione delle superfici di vendita tradizionali e le transazioni che vi sono effettuate meritano perciò di essere trattate alla stregua dell'acquisto in un negozio. Non sono considerati stand di mercato o di fiera gli stand installati soltanto temporaneamente in uno spazio pubblico<sup>47</sup>.

#### *Art. 40c* Contratto a distanza

La definizione di «contratto a distanza» è identica a quella del diritto comunitario (art. 2 par. 7 della direttiva UE sui diritti dei consumatori). La particolarità di questo contratto risiede nel fatto che la sua conclusione avviene senza che le parti o i loro rappresentanti si trovino fisicamente e simultaneamente nello stesso luogo. Ai fini della conclusione del contratto è pertanto necessario l'impiego di uno o più mezzi di comunicazione a distanza. In considerazione dei futuri sviluppi tecnici, si rinuncia a definire la nozione di «comunicazione a distanza». Oggi per mezzi di comunicazio-

<sup>43</sup> Gonzenbach/Koller-Tumler, n. 3 ad art. 40a CO.

<sup>44</sup> Rapporto sui risultati della procedura di consultazione, pag. 10

<sup>45</sup> Per un'enumerazione esaustiva, cfr. p.es. Gonzenbach/Koller-Tumler, n. 1 ad art. 40b CO; per un'enumerazione non esaustiva, cfr. p. es. Stauder/Stauder, n. 7 ad art. 40b CO; Dornier Commentario, n. 69 ad art. 40b CO; Kut, n. 38 ad art. 40a–40g CO.

<sup>46</sup> Rapporto sui risultati della procedura di consultazione, pagg. 8 e 10

<sup>47</sup> Marchand, pag. 171.

ne a distanza s'intendono in particolare la posta, il telefono, il fax o Internet (anche sotto forma di messaggi di posta elettronica). Più mezzi possono essere combinati tra loro.

I contratti che si perfezionano soltanto in parte grazie all'ausilio di mezzi di comunicazione a distanza non sono contratti a distanza. Se ad esempio un contratto è avviato tramite Internet, poiché il consumatore vi raccoglie informazioni o procede a una prenotazione, ma è poi concluso nel locale commerciale dell'offerente, non si è in presenza di un contratto a distanza. Non si è in presenza di un contratto a distanza nemmeno se, viceversa, il contratto è interamente negoziato nel locale commerciale dell'offerente ed è poi confermato via Internet. Vi è invece contratto a distanza se il contratto è concluso esclusivamente con un mezzo di comunicazione a distanza ma la cosa è ritirata in un locale commerciale dell'offerente (cfr. il commento dell'articolo 40i P-CO).

L'uso unico od occasionale di un mezzo di comunicazione a distanza per concludere un contratto non è pertanto sufficiente per considerare quest'ultimo un contratto a distanza: a tal fine occorre infatti che l'offerente utilizzi uno o più mezzi di comunicazione a distanza nell'ambito di un sistema di vendita o di prestazione di servizi a distanza. Oltre alle forme tradizionali di vendita per corrispondenza entra in linea di conto anche il commercio elettronico per mezzo di corrispondenti sistemi e piattaforme.

Una *minoranza della Commissione* contraria all'introduzione di un diritto di revoca legale per tutti i contratti a distanza conclusi con consumatori propone – come conseguenza della sua proposta relativa all'articolo 40a – di rinunciare alla presente disposizione.

#### Art. 40d Consumatore e offerente

Nell'ordinamento giuridico svizzero vi sono numerose definizioni, in parte differenti, della nozione di «consumatore» (art. 3 LCC) o di quella di «contratti conclusi con consumatori» (art. 32 cpv. 2 del Codice di procedura civile, CPC<sup>48</sup>)<sup>49</sup>. La modifica dell'articolo 210 CO approvata dalle Camere il 16 marzo 2012 definisce nel capoverso 4 il contratto concluso con il consumatore quale contratto in cui «*la cosa è destinata all'uso personale o familiare del compratore [...] e il venditore agisce nell'ambito della sua attività professionale o commerciale*»<sup>50</sup>. La definizione scelta nel presente progetto corrisponde materialmente a questa formulazione e a quella dell'articolo 32 CPC: la nozione di consumatore vi è definita in forma *positiva*. Il consumatore è una persona fisica che conclude un contratto per il proprio fabbisogno personale o familiare (cpv. 1). Il consumatore stipula il contratto direttamente per uno scopo privato ed è sempre il consumatore finale. Nella misura in cui un contratto serve a scopi sia privati che commerciali o professionali (*contratti con duplice scopo*), è sufficiente che esso sia stato concluso per fini prevalentemente privati<sup>51</sup>. Il

<sup>48</sup> RS 272

<sup>49</sup> Per le diverse definizioni di «consumatore», cfr. p.es. Marchand, pag. 15 segg. e rinvii.

<sup>50</sup> RU 2012 5415 segg.

<sup>51</sup> Cfr. anche il consid. 17 della direttiva UE sui diritti dei consumatori, nonché il § 13 del Codice civile tedesco (Bürgerliches Gesetzbuch, BGB) nel tenore secondo la legge del 14 giugno 2013 che attua la direttiva sui diritti dei consumatori e che modifica la legge sulla regolamentazione delle agenzie immobiliari.

fatto che nel caso concreto il consumatore necessita effettivamente di protezione è irrilevante ai fini della normativa.

Di riflesso, l'offerente è tale in quanto agisce in un contesto ascrivibile alla sua attività professionale o commerciale (*cpv.* 2), sia essa svolta a titolo principale o accessorio, a titolo esclusivo o insieme ad altre attività. La legge non prevede pertanto un diritto di revoca se ad esempio un consumatore vende a un altro consumatore vestiti per bambini su una piattaforma Internet o se un'impresa di trasporti acquista un autoveicolo pesante da un'impresa concorrente oppure se un imprenditore vende a uno dei suoi clienti un quadro proveniente dalla sua collezione privata.

#### *Art. 40e*      Eccezioni in genere

L'impatto pratico del diritto generale di revoca dipende dall'elenco delle eccezioni. Sotto il profilo della protezione dei consumatori, nonché della chiarezza e della certezza del diritto, è auspicabile limitare per quanto possibile il numero delle eccezioni. Nel contempo, vi sono numerosi casi nei quali, per ragioni oggettive o soprattutto pratiche, un diritto di revoca non appare né utile né giustificato. In questi casi è giustificato prevedere eccezioni specifiche. Ciò consente anche di tener conto degli interessi legittimi degli offerenti, evitando che un diritto generale di revoca abbia effetti sproporzionati a loro svantaggio. Il progetto tiene conto delle critiche formulate a tal proposito nell'ambito della procedura di consultazione e prevede un numero maggiore di eccezioni rispetto all'avamprogetto, le riassume e le suddivide in generali (art. 40e P-CO) e speciali (art. 40f-40h P-CO; cfr. anche art. 16 lett. a-m della direttiva UE sui diritti dei consumatori). Per quanto concerne le eccezioni al diritto di revoca, ne risulta nel complesso una migliore coerenza con la direttiva UE sui diritti dei consumatori.

A differenza di quanto prevedeva l'avamprogetto, l'attuale limitazione del diritto di revoca per i contratti a domicilio a quelli nei quali la prestazione del consumatore supera i 100 franchi è mantenuta ed è ora disciplinata nella *lettera a*; tale limitazione si applica inoltre sia ai contratti a domicilio sia a quelli a distanza. Come sinora, questo importo comprende il prezzo complessivo che dev'essere pagato dal consumatore conformemente al contratto<sup>52</sup>, ossia anche le eventuali spese di spedizione o tasse a carico del consumatore, nonché le eventuali imposte (sul valore aggiunto). In tal modo si è dato seguito a una richiesta formulata da numerosi partecipanti alla consultazione<sup>53</sup>. Sotto il profilo economico e pratico, prevedere un diritto di revoca per i contratti il cui valore è oggettivamente modesto appare infatti inutile e sproporzionato per l'offerente. Inoltre, la protezione del consumatore non è ridotta eccessivamente da questa clausola che esclude i casi di poca importanza. Data la sua mancanza di portata pratica, la disposizione di cui al vigente articolo 40a capoverso 3 CO, che attribuisce al Consiglio federale la competenza di adeguare l'importo sopraccitato all'evoluzione del potere d'acquisto della moneta, non viene ripresa nel nuovo diritto. Una clausola simile per i casi di poca importanza è prevista anche nella direttiva UE sui diritti dei consumatori: l'articolo 3 paragrafo 4 lascia infatti agli Stati membri la possibilità di escludere dal campo di applicazione della direttiva i contratti in base ai quali il corrispettivo che il consumatore deve pagare non è superiore a 50 euro, tuttavia soltanto nel caso di contratti negoziati fuori dei locali commerciali.

<sup>52</sup> Cfr. Kut, n. 29 ad art. 40a-40g CO; Dornier Commentario, n. 60 ad art. 40a CO; Stauder/Stauder, n. 22 ad art. 40a CO; Marchand, pag. 168.

<sup>53</sup> Rapporto sui risultati della procedura di consultazione, pag. 8.

La *lettera b* prevede che i contratti stipulati per atto pubblico non possono essere revocati, indipendentemente dal loro oggetto. Un atto pubblico offre infatti garanzie sufficienti che un contratto non sia concluso senza riflettere o affrettatamente (cfr. anche art. 3 par. 3 lett. i della direttiva UE sui diritti dei consumatori).

L'eccezione contemplata nella *lettera c* non pone problemi. Secondo la stessa, il consumatore non ha diritto di revoca nel caso di contratti che presentano un elemento aleatorio, per esempio se il prezzo della cosa o del servizio è soggetto a fluttuazioni di mercato sulle quali l'offerente non è in grado di influire (art. 16 lett. b della direttiva UE sui diritti dei consumatori).

A differenza dell'avamprogetto, che rinunciava ancora espressamente a prevedere un'eccezione per le vendite all'asta, e in accordo con il diritto comunitario (cfr. art. 16 lett. k della direttiva UE sui diritti dei consumatori), nella *lettera d* i contratti conclusi in occasione di un'asta pubblica sono esplicitamente esclusi dal campo di applicazione del diritto di revoca. Si tratta dei contratti di cui all'articolo 229 capoverso 2 CO, conclusi con l'aggiudicazione della cosa al migliore offerente, il che – in funzione delle condizioni di vendita applicabili – non è obbligatoriamente o non è assolutamente il caso in occasione di un'asta online<sup>54</sup>. Anche in questo caso si dà seguito a una richiesta avanzata nell'ambito della procedura di consultazione<sup>55</sup>. Nonostante le conseguenze pratiche di una vendita all'asta online siano molto simili a quelle di un acquisto online, è giustificato prevedere un'eccezione per i contratti conclusi in occasione di un'asta pubblica, poiché un diritto di revoca impedirebbe il buon funzionamento del processo di determinazione del prezzo e la conclusione del contratto attraverso l'aggiudicazione al miglior offerente, con l'esclusione degli altri partecipanti, e le conseguenze di una revoca da parte del miglior offerente sarebbero insoddisfacenti e inadeguate<sup>56</sup>.

#### *Art. 40f* Cose

Il capoverso 1 *lettera a* esclude il diritto di revoca qualora la cosa non si presti in quanto tale a essere restituita o rispedita. Da un lato, ciò può essere dovuto alla natura o alla deperibilità della cosa, ad esempio per i fiori o altri prodotti naturali. Per lo stesso motivo, non è previsto un diritto di revoca per i contratti concernenti derrate alimentari (cfr. cpv. 2). D'altro lato, alcune cose – come ad esempio i medicinali, i prodotti cosmetici o gli articoli d'igiene – non si prestano ad essere restituite per motivi igienici o connessi alla protezione della salute.

Il capoverso 1 *lettera b* esclude il diritto di revoca se la cosa è realizzata secondo le indicazioni del consumatore o chiaramente personalizzata. In questi casi si deve presupporre che il consumatore abbia riflettuto a fondo sull'acquisto; il riutilizzo della merce da parte dell'offerente è inoltre più difficile o addirittura impossibile a causa della personalizzazione (cfr. anche art. 16 lett. c della direttiva UE sui diritti dei consumatori). Il diritto di revoca può invece essere esercitato se è stato ad esempio scelto soltanto il colore del capo d'abbigliamento da una gamma di colori pre-stabilita.

<sup>54</sup> A tal proposito cfr. segnatamente la giurisprudenza tedesca: sentenza del Bundesgerichtshof del 3 novembre 2004, NJW 2005, pag. 53 segg; cfr. anche il consid. 24 della direttiva UE sui diritti dei consumatori.

<sup>55</sup> Rapporto sui risultati della procedura di consultazione, pag. 11.

<sup>56</sup> Cfr. anche Marchand, pag. 183.



Indipendentemente da quanto esposto sopra e dal limite minimo dell'importo di cui all'articolo 40e lettera a P-CO, il *capoverso 2* esclude espressamente il diritto di revoca per i contratti concernenti derrate alimentari. Considerate la loro qualità e la loro importanza particolari, un diritto di revoca avrebbe infatti conseguenze non auspicabili e inappropriate: in caso di revoca, le derrate alimentari perderebbero perlopiù il loro valore e dovrebbero essere distrutte. Anche il diritto comunitario prevede talune eccezioni per le derrate alimentari (cfr. art. 3 par. 3 lett. j e art. 16 lett. g della direttiva UE sui diritti dei consumatori), sebbene non in modo così generale. La nozione di «derrate alimentari» si fonda sulla legislazione in materia ed è indipendente dalla deperibilità.

#### *Art. 40g*      Servizi

L'esercizio del diritto di revoca può presentare difficoltà particolari nel caso di contratti concernenti servizi. Da un lato, una volta effettivamente forniti i servizi non possono più essere restituiti (cfr. a tal proposito il commento dell'art. 40i P-CO). Dall'altro lato, per diversi motivi alcuni tipi di servizi con una grande importanza pratica non si prestano a una revoca: nei settori del trasporto di persone e beni, della gastronomia, del turismo e del tempo libero il diritto di revoca sarebbe inadeguato, date le conseguenze (economiche) che comporterebbe per l'offerente o perché è già oggetto di una regolamentazione speciale, per cui non appare necessario neppure un diritto di revoca generale.

La *lettera a* esclude il diritto di revoca per la prestazione di servizi nei settori della fornitura di alloggi per fini non residenziali, del trasporto di persone e cose, della locazione di veicoli, della fornitura di cibi e bevande e del tempo libero, qualora il contratto preveda una data o un periodo d'esecuzione specifici (cfr. anche art. 3 par. 3 lett. k e art. 16 lett. l della direttiva UE sui diritti dei consumatori). L'eccezione si giustifica per il fatto che il diritto di revoca limiterebbe oltremisura gli operatori dei settori della gastronomia, del turismo e dei trasporti, considerati il loro scadenziario serrato e la natura dei loro prodotti. Sebbene non si tratti di viaggi «tutto compreso» (cfr. il commento della lettera d), il diritto di revoca non entra quindi in linea di conto per i servizi nei settori della fornitura di alloggi per fini non residenziali e del trasporto di persone e cose (ossia ad es. per la prenotazione di alberghi e di voli<sup>57</sup>). Non rientra per contro in questa eccezione il contratto stipulato con un centro fitness, poiché in questo caso il consumatore pianifica liberamente il suo tempo.

A complemento di quanto prevedeva l'avamprogetto e in accordo con il diritto comunitario (cfr. art 16 lett. h della direttiva UE sui diritti dei consumatori), la *lettera b* esclude il diritto di revoca nel caso di contratti concernenti lavori urgenti di riparazione e manutenzione. In questi casi l'applicazione del diritto di revoca sarebbe alquanto problematica e non terrebbe sufficientemente conto degli interessi legittimi dell'offerente.

La *lettera c* esclude il diritto di revoca per i servizi finanziari. In linea di principio, detti servizi comprendono tutti i servizi bancari e ogni servizio relativo alla concessione di crediti, alle assicurazioni, alla previdenza individuale per la vecchiaia, agli investimenti di denaro o ai pagamenti. Come nel diritto comunitario (cfr. art. 3 lett. d della direttiva UE sui diritti dei consumatori), il contenuto, l'oggetto e gli effetti di un eventuale diritto di revoca per i servizi finanziari dovrebbero essere disciplinati in

<sup>57</sup> Per quanto concerne la direttiva UE sui diritti dei consumatori, cfr. Marchand, pag. 183.

modo specifico. In Svizzera questo potrebbe avvenire nell'ambito della prevista legge sui servizi finanziari (LSF). Viste le critiche, numerose e comprensibili, formulate nella procedura di consultazione nei confronti della proposta di introdurre un diritto di revoca per i contratti di assicurazione obbligatoria, vi si rinuncia. Pertanto, l'esclusione si applica in linea di principio anche ai contratti d'assicurazione, nella misura in cui si tratti di servizi finanziari. Per quanto concerne i contratti d'assicurazione, il disegno di revisione totale della legge sul contratto d'assicurazione (LCA) adottato dal Consiglio federale il 7 settembre 2011 prevedeva un diritto di revoca (art. 7 D-LCA)<sup>58</sup>. Dopo il fallimento della revisione totale, occorre prevedere un diritto di revoca adeguato nell'ambito di una revisione parziale della LCA<sup>59</sup>.

La *lettera d* prevede un'ulteriore eccezione al diritto generale di revoca per i viaggi «tutto compreso». Ciò è giustificato dal fatto che questi sottostanno alle disposizioni speciali di protezione dei consumatori previste dalla legge federale del 18 giugno 1993<sup>60</sup> concernente i viaggi «tutto compreso». La nozione di viaggi «tutto compreso» corrisponde a quella di cui all'articolo 1 di detta legge.

#### *Art. 40h*          Contenuti digitali

Questa disposizione contiene una normativa speciale per i prodotti digitali (software, file audio, video e di testo) messi a disposizione del consumatore senza un supporto fisso di dati (in particolare quelli scaricati attraverso Internet o una rete di telefonia mobile). Poiché in dottrina è controverso se un simile contratto concernente prodotti digitalizzati vada considerato un contratto di vendita relativo a un bene economico immateriale o un contratto di prestazione di servizi<sup>61</sup>, la normativa proposta elimina l'incertezza riguardante il trattamento da riservare al contratto per quanto concerne il diritto di revoca. Il consumatore non può invocare tale diritto se acquisisce il diritto di utilizzare i contenuti digitali mediante un pagamento unico e immediato dell'intero prezzo convenuto e se l'obbligo di prestazione dell'offerente si esaurisce in una fornitura di dati unica e immediata. Il consumatore deve inoltre essere stato informato della perdita del suo diritto di revoca e avervi espressamente acconsentito. Altrimenti, in caso di revoca l'offerente non sarebbe in grado di verificare se i dati sono già stati utilizzati o se continuano a esserlo. Il tenore dell'articolo è stato precisato rispetto alla versione dell'avamprogetto e corrisponde ora – sotto il profilo materiale – a quello dell'articolo 16 lettera m della direttiva UE sui diritti dei consumatori.

Una *minoranza della Commissione* propone di rinunciare all'obbligo dell'offerente di informare il consumatore circa la perdita del diritto di revoca e di ottenerne il previo consenso espresso.

#### *Art. 40i*          Estinzione del diritto di revoca

Oltre alle eccezioni previste negli articoli 40e–40h P-CO, fondate essenzialmente su caratteristiche proprie dell'oggetto del contratto che escludono a priori un diritto di revoca, la presente disposizione riunisce diversi casi di specie che, pur non escludendo sin dall'inizio il diritto di revoca, implicano la sua estinzione. Nei casi considerati nel presente articolo l'estinzione del diritto di revoca appare come una conse-

<sup>58</sup> FF 2011 6945, in particolare 6946

<sup>59</sup> Boll. Uff. 2012 N 2203 segg. e Boll Uff. 2013 S 261 segg.

<sup>60</sup> RS 944.3

<sup>61</sup> Honsell, pag. 221 seg., con ulteriori rimandi.

guenza adeguata di un determinato comportamento del consumatore, che rende praticamente impossibili la restituzione o il rinvio dell'oggetto del contratto (p. es. cose mescolate o unite ad altre cose o servizi già forniti) o li rende inappropriati (p. es. cose già utilizzate).

Il diritto di revoca è volto a proteggere i consumatori dalle conseguenze di un contratto concluso precipitosamente o sotto l'effetto della sorpresa dando loro un periodo di riflessione durante il quale possono revocare la propria dichiarazione di volontà. Il termine di revoca deve consentire loro di riconsiderare la transazione effettuata. Affinché la revoca resti possibile, l'utilizzazione della cosa non deve andare oltre la misura richiesta per la verifica della sua conformità al contratto o del suo corretto funzionamento. La *lettera a* prescrive pertanto in modo generale che il diritto di revoca del consumatore si estingue se egli utilizza la cosa in una misura che va oltre questo semplice esame. L'avamprogetto prevedeva che in questo caso il consumatore deve all'offerente un compenso adeguato (cfr. art. 40k cpv. 3 AP-CO). La norma proposta, che non ha un equivalente esplicito nel diritto comunitario (cfr. cons. 47, ma anche art. 14 par. 2 della direttiva UE sui diritti dei consumatori), tiene conto di una preoccupazione legittima espressa nell'ambito della procedura di consultazione, secondo cui senza una siffatta regolamentazione il diritto di revoca penalizzerebbe in modo eccessivo gli offerenti: i consumatori potrebbero infatti esercitare arbitrariamente il loro diritto di revoca rinviando oggetti costosi ordinati a distanza dopo averli utilizzati una sola volta ma oltre la misura richiesta per verificarne la conformità al contratto o il funzionamento.

Secondo la *lettera b* il diritto di revoca si estingue se il contratto concerne una cosa mobile che, data la sua natura, è stata inscindibilmente mescolata o unita ad altre cose dopo la consegna. Per cose quali la colla, la carta da parati o le piastrelle che vengono unite in modo inscindibile con altri oggetti, il diritto di revoca non entra praticamente (più) in considerazione. Lo stesso vale per le cose mobili quali l'olio da riscaldamento che sono state mescolate al momento della consegna (cfr. anche art. 16 lett. f della direttiva UE sui diritti dei consumatori).

La *lettera c* descrive la situazione, sempre più frequente, in cui il contratto è concluso utilizzando un mezzo di comunicazione a distanza ma le parti convengono che il consumatore prenda possesso della cosa ordinata nei locali commerciali dell'offerente. In questo caso il consumatore non soltanto dispone di un periodo di riflessione sino al momento in cui ritira la cosa, ma può anche esaminare la stessa quando gli è consegnata. È quindi giustificato che il diritto di revoca si estingua appena il consumatore prende possesso della cosa dichiarando espressamente di accettarla.

La *lettera d* si fonda sulla regolamentazione del diritto comunitario (art. 16 lett. a della direttiva UE sui diritti dei consumatori), secondo la quale il diritto di revoca per i contratti concernenti servizi non può essere esercitato se il servizio in questione è stato pienamente prestato e l'esecuzione è iniziata con l'accordo espresso del consumatore, purché questi abbia dato il proprio consenso sapendo che la piena esecuzione del contratto comporta la perdita del diritto di revoca. Tuttavia, a differenza della regolamentazione europea e di quanto prevedeva l'avamprogetto (art. 40g cpv. 1 AP-CO), la prestazione del servizio prima della scadenza del termine di revoca non comporta un'esclusione assoluta di detto diritto, bensì la sua estinzione nel caso in cui il consumatore abbia espressamente acconsentito all'esecuzione prima della scadenza del termine di revoca, il servizio sia stato fornito e la prestazione contrattuale sia pertanto stata pienamente eseguita. L'estinzione del diritto di revoca appare qui come la conseguenza più adeguata e più logica; gli effetti pratici rimangono

tuttavia gli stessi, poiché il diritto di revoca cessa di esistere al più tardi dopo che il servizio è stato fornito, anche qualora a tale momento il termine di revoca non sia ancora scaduto. Il servizio è considerato pienamente fornito per esempio quando il consumatore ha beneficiato del massaggio convenuto o la riparazione del capo di vestiario è stata effettuata; non lo è invece nel caso in cui il consumatore prenota un corso di lingua per le vacanze o si iscrive a un corso di una durata di sei mesi ma al momento della scadenza del termine di revoca ha frequentato soltanto la prima lezione. Se un consumatore acquista un buono che gli dà diritto, entro il termine di un anno, a un servizio (p. es. un massaggio), la piena esecuzione è data soltanto quando la prestazione pagata in anticipo è stata fornita.

La *lettera e* prevede che il diritto di revoca si estingue se il consumatore ha rimosso il sigillo di un imballaggio sigillato contenente programmi informatici o altri contenuti digitali oppure registrazioni audio e video forniti su un supporto fisso di dati. Questa regolamentazione, prevista anche nel diritto comunitario (cfr. art. 16 lett. i della direttiva UE sui diritti dei consumatori), risponde a una richiesta formulata nell'ambito della procedura di consultazione<sup>62</sup> e tiene conto degli interessi particolari degli offerenti di questo tipo di contenuti protetti dal diritto d'autore e, più specificamente, degli interessi degli autori di queste opere. Senza una siffatta disposizione, e nonostante la revoca e la restituzione del supporto di dati, il contenuto potrebbe già essere stato interamente utilizzato o potrebbe ancora esserlo in futuro, senza che un'indennità adeguata possa essere garantita. Una *minoranza della Commissione* propone di non limitare questo motivo di estinzione del diritto di revoca ai programmi informatici o altri contenuti digitali e alle registrazioni audio e video, bensì di estenderlo a tutti i prodotti protetti dal diritto d'autore forniti al consumatore su un supporto fisso di dati contenuto in un imballaggio sigillato.

#### *Art. 40j* Termine

A differenza di quanto previsto nel diritto vigente, ma in analogia quasi perfetta con il diritto comunitario (art. 9 par. 1 della direttiva UE sui diritti dei consumatori), il progetto prevede un termine di revoca uniforme – e più lungo – di 14 giorni (*cpv. 1*).

Secondo il *capoverso 2*, per le cose mobili il termine decorre dal giorno del ricevimento, ossia dal momento in cui il consumatore entra fisicamente in possesso della cosa; per i servizi e per i contenuti digitali che non sono messi a disposizione su un supporto fisso di dati (art. 40h P-CO) esso decorre invece dal giorno in cui è concluso il contratto. Il termine non inizia a decorrere prima che il consumatore sia stato informato sul suo diritto di revoca, il che corrisponde al diritto vigente (art. 40e *cpv. 2 CO*). Il consumatore dev'essere informato sul diritto di revoca e sul termine per esercitarlo (*lett. a*). Devono inoltre essergli comunicati la ditta e l'indirizzo cui va destinata la revoca (*lett. b*), affinché sappia – se del caso – a chi o dove comunicare o inviare la stessa.

L'avamprogetto non fissava un limite di tempo massimo per la revoca nei casi in cui l'offerente non adempie il suo obbligo d'informazione. Una tale norma era stata considerata superflua, poiché si riteneva che il divieto dell'abuso di diritto (art. 2 *cpv. 2 CC*) offrisse una barriera sufficiente. Questa soluzione è stata criticata da molti partecipanti alla consultazione<sup>63</sup>. Pertanto, il *capoverso 3* prevede ora un limite asso-

<sup>62</sup> Rapporto sui risultati della procedura di consultazione, pag. 12.

<sup>63</sup> Rapporto sui risultati della procedura di consultazione, pag. 14.

luto all'esercizio del diritto di revoca: se l'offerente omette di fornire le informazioni di cui al capoverso 2, il termine di revoca scade in ogni caso tre mesi e 14 giorni dopo il ricevimento della cosa o, per i servizi e per i contenuti digitali che non sono messi a disposizione su un supporto fisso di dati, dopo la conclusione del contratto. Se l'offerente omette di informare il consumatore, il termine di revoca è quindi prolungato di tre mesi. Una revoca è pertanto possibile entro un limite massimo di tre mesi e 14 giorni dal ricevimento della cosa e, negli altri casi, dalla conclusione del contratto. Accordare ai consumatori un diritto di revoca più lungo non sarebbe adeguato e comprometterebbe la certezza del diritto. Anche il diritto comunitario prevede un limite temporale assoluto (cfr. art. 10 della direttiva UE sui diritti dei consumatori; il termine supplementare è tuttavia di un anno).

Il *capoverso 4* precisa a quali condizioni il termine di 14 giorni è rispettato. Prima della scadenza del termine di revoca, il consumatore deve informare l'offerente della sua decisione di revocare la dichiarazione di volontà. Il termine è osservato se la dichiarazione di revoca è stata inviata entro l'ultimo giorno del termine: se essa è fatta per scritto, fa fede il timbro postale, se è fatta per via elettronica, fa fede la data della consegna della dichiarazione elettronica.

#### *Art. 40k*      Forma e prova

In virtù del *capoverso 1*, la revoca può in linea di massima avvenire in qualsiasi forma. Questo principio si applica anche qualora l'offerente metta a disposizione del consumatore un modulo tipo di revoca, cosa che, a differenza di quanto prevede il diritto comunitario, non è disciplinata nella legge bensì lasciata alla prassi. Contrariamente al diritto vigente, che esige la forma scritta (art. 40e cpv. 1 CO), la normativa proposta non limita il consumatore in alcun modo. Nonostante sia stata criticata nell'ambito della procedura di consultazione, questa libertà di forma è giustificata dal fatto che la prova dell'osservanza del termine di revoca incombe al consumatore (cpv. 3).

Secondo il *capoverso 2*, le informazioni di cui all'articolo 40j capoverso 2 P-CO devono essere fornite in una forma che ne consenta la prova. Di regola, ciò significa che devono essere fissate e trasmesse su carta o su un altro supporto di dati durevole. È ammessa anche un'informazione in forma digitale, se può essere stampata. I contratti a distanza possono tuttavia essere conclusi anche per telefono e dunque oralmente. Questa possibilità non dev'essere pregiudicata da obblighi d'informazione vincolati a requisiti formali. Le informazioni di cui all'articolo 40j capoverso 2 P-CO devono quindi poter essere fornite anche oralmente. Tale soluzione, che si discosta dal diritto comunitario, è difendibile nella misura in cui spetta all'offerente provare che al consumatore sono state fornite le informazioni richieste dalla legge. In pratica, nella vendita telefonica ciò ha già oggi come conseguenza che le conversazioni sono registrate previo accordo del consumatore. In definitiva, spetta all'offerente decidere come fornire tecnicamente la prova del fatto che il consumatore è stato informato conformemente all'articolo 40j capoverso 2 P-CO.

Secondo il *capoverso 3*, la prova dell'osservanza del termine di revoca continua a incombere al consumatore<sup>64</sup>.

<sup>64</sup> Hartmann, pag. 307 segg., in particolare 316; Dornier Commentario, n. 129 ad art. 40e CO.

*Art. 40l*      Conseguenze in genere

A differenza dell'avamprogetto (art. 40*k* AP-CO), il presente progetto disciplina le conseguenze della revoca da parte del consumatore in quattro articoli distinti. L'articolo 40l P-CO disciplina le conseguenze generali della revoca.

Il *capoverso 1* sancisce il principio secondo cui il consumatore non è più vincolato alla sua dichiarazione di volontà diretta alla conclusione del contratto. Le parti sono riportate allo stato *ex ante*, vigente prima della stipula del contratto. Le prestazioni sono quindi state fornite senza valida causa, sicché la restituzione deve avvenire secondo le regole sull'indebito arricchimento (art. 62 segg. CO)<sup>65</sup>.

Il *capoverso 2* stabilisce che le prestazioni già fornite vanno restituite. Il consumatore deve in particolare restituire la prestazione già ricevuta, ad esempio la cosa acquistata o il bene preso in leasing<sup>66</sup> (a tal proposito cfr. il commento dell'art. 40*n* P-CO). Dal canto suo, l'offerente deve rimborsare i pagamenti già effettuati dal consumatore (cfr. art. 40*m* P-CO). Al fine di garantire una soluzione per quanto possibile rapida, il *capoverso 2* completa l'avamprogetto fissando alle parti un termine massimo di 14 giorni per la restituzione delle prestazioni ricevute (cfr. anche art. 13 e 14 della direttiva UE sui diritti dei consumatori).

*Art. 40m*      Obblighi dell'offerente

Il presente articolo disciplina gli obblighi dell'offerente in caso di revoca. Il *capoverso 1* concretizza l'articolo 40l *capoverso 2* P-CO disponendo che l'offerente deve rimborsare i pagamenti già effettuati dal consumatore, e questo in linea di massima entro un termine di 14 giorni dalla revoca. Dall'articolo 40*n* *capoverso 4* P-CO risulta che l'offerente non può in linea di massima esigere nessun'altra indennità.

In accordo con il diritto comunitario (cfr. art. 13 par. 3 della direttiva UE sui diritti dei consumatori), il *capoverso 2* è stato completato rispetto alla versione dell'avamprogetto e dà ora all'offerente il diritto di differire il rimborso finché non riceva la cosa o non gli sia fornita la prova che la stessa gli è stata rispedita. La presente disposizione è volta a proteggere in modo adeguato gli interessi dell'offerente nei casi in cui il consumatore esercita il suo diritto di revoca.

*Art. 40n*      Obblighi del consumatore

Tenuto conto della loro importanza, gli obblighi ai quali deve adempiere il consumatore nel caso in cui revochi la propria dichiarazione di volontà sono disciplinati in modo chiaro ed esplicito. Indirettamente, si tratta anche di prevenire eventuali abusi.

Il *capoverso 1* concretizza l'articolo 40l *capoverso 2* P-CO stabilendo che in caso di revoca il consumatore deve restituire le cose già ricevute. Poiché l'utilizzazione di

<sup>65</sup> DTF 137 III 243 consid. 4.5, con ulteriori rimandi, concernente la questione se – in caso di pretese derivanti dalla revoca – si applichino le norme sulla prescrizione previste dal diritto dei contratti o quelle in materia di indebito arricchimento; soluzione criticata ma per finire condivisa anche da von der Crone/Monferrini, pag. 492. Il diritto delle obbligazioni tedesco ha invece risolto diversamente la questione disciplinando il diritto di revoca e di restituzione sotto lo stesso titolo concernente il diritto di recesso (§§ 346 segg., §§ 355 segg. BGB).

<sup>66</sup> In virtù dell'art. 16 cpv. 3 in combinato disposto con l'art. 1 cpv. 2 lett. a LCC, in determinate circostanze il diritto di revoca si applica anche ai contratti di leasing.

una cosa oltre la misura richiesta per la verifica della sua conformità al contratto o del suo corretto funzionamento comporta – secondo l’articolo 40i lettera a P-CO – l’estinzione del diritto di revoca (cfr. il commento dell’art. 40i P-CO), la disposizione controversa dell’avamprogetto che prevedeva il versamento di un compenso adeguato all’offerente non è stata ripresa.

Secondo il *capoverso 2*, in caso di revoca il consumatore deve assumersi le spese di rispedizione della cosa. Siccome tali spese sono una conseguenza diretta della revoca, è giustificato che siano a carico del consumatore. La disposizione concerne tuttavia soltanto le spese dirette generate dal rinvio della cosa e non eventuali altri oneri o spese sostenuti dall’offerente, per i quali non è dovuta nessuna indennità (cfr. anche cpv. 4). In tal modo si evita di limitare eccessivamente il diritto di revoca o di escluderlo di fatto. A differenza dell’avamprogetto (art. 40k cpv. 2 AP-CO; «di norma»), è prevista un’eccezione a questo principio soltanto in due casi, ossia se l’offerente si è dichiarato disposto ad assumersi le spese di rispedizione della cosa o a ritirare la stessa oppure se ha omesso di informare previamente il consumatore che tali spese sono a suo carico. La disposizione proposta segue in questo caso il diritto comunitario (cfr. art. 14 par. 1 della direttiva UE sui diritti dei consumatori). Una *minoranza della Commissione* propone che in caso di revoca il consumatore debba assumersi non soltanto le spese di rinvio della cosa, bensì anche – in linea di massima – le spese d’invio, sempre che non le abbia già pagate.

Il *capoverso 3* disciplina le conseguenze della revoca sui contratti concernenti servizi, nella misura in cui una revoca entri in linea di conto (cfr. il commento degli art. 40g e 40i). Un servizio già parzialmente fornito non può per definizione essere restituito. Di conseguenza, il consumatore deve all’offerente un’indennità proporzionale al servizio già ricevuto o di cui ha già usufruito. Questa compensazione deve corrispondere a un’indennità proporzionale al prezzo totale convenuto nel contratto (cfr. anche art. 14 par. 3 della direttiva UE sui diritti dei consumatori). In tal modo si tiene adeguatamente conto degli interessi legittimi sia del consumatore sia dell’offerente. Qualora il prezzo totale sia eccessivo, si applicano le regole generali concernenti il dolo, la lesione e l’abuso di diritto.

Il *capoverso 4* precisa infine che in caso di revoca il consumatore non deve all’offerente nessun’altra indennità (p. es. interessi).

#### *Art. 40o* Effetti sui contratti connessi

Rispetto all’avamprogetto, l’articolo 40o è completato con una normativa concernente gli effetti della revoca su altri contratti connessi con il contratto oggetto della revoca. Il diritto comunitario prevede una disposizione analoga nell’articolo 15 della direttiva UE sui diritti dei consumatori.

Il *capoverso 1* dispone che la revoca di una dichiarazione di volontà rende parimenti inefficaci tutti i contratti e le dichiarazioni di volontà del consumatore connessi con tale dichiarazione di volontà, purché tra i diversi negozi giuridici sussista un nesso materiale. Si pensi per esempio a un contratto concernente la concessione di un credito per l’acquisizione di una cosa oppure a più acquisizioni separate relative alla stessa installazione composta di più elementi. Non è invece necessario che le parti contraenti siano le stesse in tutti i contratti connessi.

Il *capoverso 2* prevede espressamente che le disposizioni di cui articoli 40l–40n P-CO sulle conseguenze della revoca si applicano per analogia ai contratti connessi.

Ciò significa segnatamente che le cose ricevute devono essere restituite e che i pagamenti effettuati vanno rimborsati.

*Art. 406d, 406e e 406f*

Nel senso della perseguita armonizzazione dei diritti di revoca, vengono adeguate anche le corrispondenti disposizioni sul mandato di mediazione matrimoniale o di ricerca di partner. Prima della scadenza del termine di revoca, il contratto è concluso soltanto *sub condicione*; non si può quindi recedere da un contratto che non esiste ancora<sup>67</sup>.

## **5.2 Legge federale sul credito al consumo**

*Art. 16 cpv. 1, primo periodo, 2, secondo periodo, e 3, secondo periodo*

Nonostante le critiche formulate nell'ambito della procedura di consultazione<sup>68</sup>, occorre adeguare anche la legge federale sul credito al consumo. Il termine di revoca di 14 giorni si applicherà quindi anche ai contratti di credito al consumo. L'interesse all'armonizzazione dei termini di revoca prevale infatti su eventuali interessi specifici a una rapida esecuzione del contratto.

## **6 Ripercussioni**

### **6.1 Ripercussioni per la Confederazione, i Cantoni e i Comuni**

Le modifiche proposte non hanno ripercussioni finanziarie o sull'effettivo del personale per la Confederazione, i Cantoni e i Comuni.

### **6.2 Ripercussioni per l'economia**

Il commercio online, la vendita per corrispondenza e la vendita per telefono stanno registrando una forte crescita. Nel 2012 il commercio online e la vendita per corrispondenza sono aumentati del 7,5 per cento, attestandosi a circa il 6 per cento dell'intero commercio al dettaglio<sup>69</sup>. Secondo i dati del 2010 dell'Ufficio federale di statistica (UST), il 47 per cento degli adulti nelle economie domestiche svizzere uti-

<sup>67</sup> Schwenzer, n. 26.63 e 28.75; Pietrusak, n. 10 segg. ad art. 406e CO; Hartmann, pagg. 307 segg., in particolare 308.

<sup>68</sup> Rapporto sui risultati della procedura di consultazione, pag. 16.

<sup>69</sup> Dati tratti dal comunicato stampa dell'8 marzo 2013 dell'Associazione svizzera di vendita a distanza (Verband des Schweizerischen Versandhandels [VSV]) e dell'istituto GfK Switzerland AG, pag. 1 (consultabile in Internet all'indirizzo: [http://www.vsv-versandhandel.ch/files/cms/tiny/News/2013\\_MM\\_Statistik.pdf](http://www.vsv-versandhandel.ch/files/cms/tiny/News/2013_MM_Statistik.pdf); consultato per l'ultima volta il 2 ottobre 2013).



lizza Internet per acquistare beni e servizi; la media europea è del 31 per cento<sup>70</sup>. La cifra d'affari complessiva generata in Svizzera dal commercio online e dalla vendita per corrispondenza è valutata dal settore a 5,7 miliardi di franchi per il 2012<sup>71</sup>; di questa somma, 4,250 miliardi di franchi corrispondono ad acquisti effettuati in Svizzera da privati via Internet e per corrispondenza. Gli acquisti online effettuati all'estero da clienti privati e commerciali svizzeri ammontano da soli a 600 milioni di franchi. La cifra d'affari realizzata dall'insieme del settore del commercio a distanza e a domicilio non è nota ma dovrebbe essere di poco superiore.

L'introduzione di un termine generale di revoca di 14 giorni per i contratti a distanza concernerà in primo luogo il commercio al dettaglio e in particolare i settori multi-media/alta fedeltà/apparecchi elettrici, tessile, arredamento e CD/DVD/libri/audio, che rappresentano già oggi, in termini di valore, la quota maggiore delle transazioni del commercio elettronico e della vendita per corrispondenza<sup>72</sup>. Il settore alimentare, che rappresenta una quota di circa il 16,6 per cento delle transazioni, pari a un importo di 700 milioni di franchi, non sarà invece in linea di massima interessato dalla normativa proposta, poiché secondo l'articolo 40f capoverso 2 P-CO il consumatore non dispone di un diritto di revoca per i contratti concernenti derrate alimentari. La concessione di un diritto di restituzione di almeno dieci giorni convenuto contrattualmente è già oggi pratica corrente nel commercio a distanza; un siffatto diritto è peraltro previsto nel codice deontologico dell'Associazione svizzera di vendita a distanza, i cui membri generano la parte maggiore del volume totale delle transazioni del commercio online e della vendita a distanza. Infine, il prolungamento da sette a 14 giorni del termine di revoca per i contratti a domicilio dovrebbe avere conseguenze limitate sul piano economico.

Da sondaggi effettuati in Germania presso società di commercio online, risulta che in media soltanto il 10 per cento dei consumatori fa uso del proprio diritto di revoca (la quota della cifra d'affari interessata è più o meno la stessa); i tassi effettivi varia-

<sup>70</sup> Cfr. [www.bfs.admin.ch](http://www.bfs.admin.ch) > Themen > 16 – Kultur, Medien, Informationsgesellschaft, Sport > Informationsgesellschaft > Daten, Indikatoren > Informationsgesellschaft > Haushalte und Bevölkerung > E-commerce der privaten Haushalte (Grafik 2). Tra le imprese svizzere con 5 o più impiegati, il 33 % ha utilizzato Internet per la vendita e il 73 % per l'acquisto. Quest'ultimo tasso è di molto superiore alla media europea (dati dell'UST del 2011, consultabili in Internet all'indirizzo: <http://www.bfs.admin.ch/> > Themen > 16 – Kultur, Medien, Informationsgesellschaft, Sport > Informationsgesellschaft > Daten, Indikatoren > Informationsgesellschaft > Unternehmen > E-Commerce [Grafik 2]).

Un'altra statistica dell'UST del 2010 mostra tra l'altro come l'uso di Internet da parte delle economie domestiche svizzere sia diversificato: il 55 % di esse utilizza Internet per acquisti e ordinazioni, il 54 % per prestazioni nei settori dei viaggi e della prenotazione di alloggi, il 50 % per l'E-banking, il 44 % per guardare e caricare film e video, il 40 % per ascoltare musica, il 37 % per guardare la televisione o ascoltare la radio; i tassi variano tuttavia considerevolmente in funzione dell'età (la statistica è consultabile in Internet all'indirizzo: [www.bfs.admin.ch](http://www.bfs.admin.ch) > Themen > 16 – Kultur, Medien, Informationsgesellschaft, Sport > Informationsgesellschaft > Daten, Indikatoren > Informationsgesellschaft > Haushalte und Bevölkerung > Internetnutzung > Nutzungszwecke).

<sup>71</sup> Dati tratti dal comunicato stampa dell'8 marzo 2013 dell'Associazione svizzera di vendita a distanza e dell'istituto GfK Switzerland AG, pag. 1.

<sup>72</sup> Dati tratti dal comunicato stampa dell'8 marzo 2013 dell'Associazione svizzera di vendita a distanza e dell'istituto GfK Switzerland AG, pag. 2.

no tuttavia dal 5 a oltre 60 per cento<sup>73</sup>. Partendo da tassi di revoca comparabili per la Svizzera, la cifra d'affari interessata sarebbe di circa 425 milioni di franchi. Non è tuttavia possibile quantificare le spese supplementari effettive che ne deriverebbero per le imprese rispetto a oggi, tanto più che tali spese sarebbero probabilmente differenti a seconda del settore e dell'impresa. Le imprese potrebbero dover sostenere spese supplementari, non giustificabili dagli obiettivi del diritto di revoca, nei casi in cui l'esercizio di questo diritto può essere considerato abusivo. La normativa proposta offre tuttavia una protezione nelle situazioni in cui la revoca è considerata abusiva poiché il consumatore ha utilizzato la cosa (il che concernerebbe fino al 30 % dei casi<sup>74</sup>). In tali casi essa esclude infatti il diritto di revoca (cfr. il commento dell'art. 40i lett. a P-CO).

## 7 **Costituzionalità**

La competenza della Confederazione di legiferare in materia di diritto civile e di protezione dei consumatori si fonda sugli articoli 97 e 122 capoverso 1 della Costituzione federale.

<sup>73</sup> Cfr. Trusted Shops, Umfrage zum Widerrufsrecht im Online-Handel 2012. Variazioni simili si registrano anche in Svizzera per quanto concerne l'esercizio del diritto di restituzione, convenuto attualmente soltanto su base contrattuale: i tassi spaziano dal 3 % per gli articoli multimedia, i CD, i DVD e i libri al 39 % nel settore tessile; cfr. statistica 2012 dell'Associazione svizzera di vendita a distanza.

<sup>74</sup> Cfr. Trusted Shops, Umfrage zum Widerrufsrecht im Online-Handel 2012 (consultabile in Internet all'indirizzo: <http://www.pressebox.de/pressemitteilung/trusted-shops-gmbh/Umfrage-zum-Widerrufsrecht-im-Online-Handel-2012/boxid/535733>; consultato per l'ultima volta il 22 ottobre 2013).

## Bibliografia

Roger Dornier, Das Widerrufsrechts bei Haustürgeschäften und ähnlichen Verträgen (Art. 40a–40g OR), tesi Friburgo 1994 (citato «Dornier tesi»).

Roger Dornier, art. 40a–40f CO, in: Jörg Schmid (ed.), Zürcher Kommentar zum schweizerischen Zivilrecht, vol. V/1b/3, Zurigo 2010 (citato «Dornier Commentario»).

Rainer Gonzenbach/Marlis Koller-Tumler, Art. 40a–40f OR, in: Heinrich Honsell/Nedim Peter Vogt/Thomas Geiser (ed.), Basler Kommentar zum Schweizerischen Privatrecht, OR I, 5<sup>a</sup> edizione, Basilea 2011.

Stephan Hartmann, Konsumentenschutzrechtliches Widerrufsrecht im schweizerischen Recht, Möglichkeiten und Grenzen der Vereinheitlichung, ZSR/RDS 2008 I 307 segg.

Heinrich Honsell, Kaufrecht und elektronischer Geschäftsverkehr, in: Florian S. Jörg/Oliver Arter (ed.), Internet-Recht und Electronic Commerce Law, Berna 2003, pag. 211 segg.

Sandra Hotz, Japanische, deutsche und schweizerische Irrtumsregelungen. Ein rechtsvergleichender Beitrag zum Verhältnis von verbraucherschützenden Vertragslösungsrechten und allgemeinem Vertragsrecht, Tubinga 2006.

Marlis Koller-Tumler, Einführung in die Grundlagen des privatrechtlichen Konsumentenschutzes, in: Ernst A. Kramer (ed.), Konsumentenschutz im Privatrecht, Schweizerisches Privatrecht X, Basilea 2008, pag. 1 segg.

Ahmet Kut, Art. 40a–40g OR, in: Andreas Furrer/Anton K. Schnyder (ed.), Handkommentar zum Schweizer Privatrecht, Obligationenrecht Allgemeine Bestimmungen, 2<sup>a</sup> edizione Zurigo 2010.

Marco Loos/Natali Helberger/Lucie Guibault/Chantal Mak, The Regulation of Digital Content Contracts in the Optional Instrument of Contract Law, European Review of Private Law 2011, pag. 729 segg.

Sylvain Marchand, Droit de la consommation, Le droit suisse à l'épreuve du droit européen, Ginevra 2012.

Lukas Morscher, Aktuelle Entwicklungen im Technologie- und Kommunikationsrecht, ZBJV 2011, pag. 177 segg.

Thomas Pietruszak, Art. 406e OR, in: Heinrich Honsell/Nedim Peter Vogt/Thomas Geiser (ed.), Basler Kommentar zum Schweizerischen Privatrecht, OR I, 5<sup>a</sup> edizione, Basilea 2011.

Thomas Probst, Art. 16–18, in: Claire Huguenin/Reto M. Hilty (ed.), Schweizerisches Obligationenrecht 2020, Entwurf für einen neuen allgemeinen Teil, Zurigo 2013.

Hans Schulte-Nölke/Andreas Börger, Distance Selling Directive (97/7), in: Hans Schulte-Nölke/Christian Twigg-Flesner/Martin Ebers (ed.), EC Consumer Law Compendium, The Consumer Acquis and its transpositions in the Member States, European Communities, Monaco 2008, pag. 307 segg.

Ingeborg Schwenzer, Das Schweizerische Obligationenrecht, Allgemeiner Teil, 6<sup>a</sup> edizione, Berna 2012.

Hildegard Stauder/Bernd Stauder, Artikel 40a–40f OR, in: Luc Thévenoz/Franz Werro (ed.), Commentaire Romand, Code des Obligations I, Basilea et al. 2012.

Hans Caspar von der Crone/Isabelle Monferrini, Die Rückabwicklung mangelhafter Verträge: Urteil des Schweizerischen Bundesgerichts 4A\_562/2010 vom 3. Mai 2011 i.S. X. Corp. (Beschwerdeführerin) gegen A. (Beschwerdegegnerin), SZW 2011, pag. 485 segg.

Ralf Wölfle/Uwe Leimstoll, E-Commerce-Report 2011. Eine Studie zur Entwicklung der Schweizer E-Commerce vom 31. März 2011, Basilea 2011.