

INDICE

<i>Introduzione</i>	XV
---------------------------	----

CAPITOLO PRIMO

LE FONTI DEL DIRITTO DEL CONSUMO

1.1	Nascita e sviluppo del diritto del consumo	1
1.2	La legislazione comunitaria (cenni).....	2
1.2.1	L'armonizzazione in ambito comunitario	5
1.3	Le fonti interne	6
1.4	Il Codice del consumo.....	8
1.4.1	I codici di settore	9
1.4.2	La genesi del provvedimento	10
1.4.3	La struttura del Codice del consumo	11
1.4.4	I rapporti con il Codice civile	13
1.4.5	Le finalità	14
1.5	I diritti dei consumatori	16
1.5.1	Irrinunciabilità dei diritti.....	17
1.5.2	Tutela minima del consumatore.....	18

CAPITOLO SECONDO

IL RAPPORTO DI CONSUMO

2.1	Il rapporto di consumo	19
2.2	Nozione di consumatore.....	19
2.2.1	Il consumatore quale persona fisica	21
2.2.2	Lo scopo estraneo all'attività professionale dell'atto	22
2.2.3	Il consumatore medio	24
2.3	Nozione di professionista	25

CAPITOLO TERZO

EDUCAZIONE E INFORMAZIONE DEL CONSUMATORE

3.1	L'educazione del consumatore	27
3.2	Il diritto all'informazione	29
3.3	Le informazioni ai consumatori	30
3.3.1	Indicazione dei prodotti	31
3.3.2	Indicazione dei prezzi per unità di misura	33
3.4	Gli obblighi informativi previsti dalle discipline settoriali.....	33
3.5	Violazione degli obblighi informativi.....	34

CAPITOLO QUARTO

LA PUBBLICITÀ

4.1	La regolamentazione della pubblicità	37
4.1.1	Le regole sulla concorrenza sleale.....	38
4.1.2	Altre forme di tutela applicabili in tema di pubblicità.....	39
4.1.3	L'autodisciplina pubblicitaria	40
4.1.4	La disciplina speciale	41
4.2	Il d.lgs. 2.8.2007, n. 145	42
4.3	La pubblicità ingannevole	43
4.3.1	Prodotti pericolosi	45
4.3.2	Tutela di bambini e adolescenti	46
4.4	La pubblicità comparativa	46
4.5	L'obbligo di trasparenza	48
4.6	I mezzi di tutela.....	49
4.6.1	Tutela giurisdizionale.....	50
4.6.2	Tutela davanti agli organismi di autodisciplina	50
4.6.3	Pluralità dei mezzi di tutela.....	51
4.7	Tutela del consumatore in materia di televendita.....	52

CAPITOLO QUINTO

LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

5.1	La regolamentazione delle pratiche commerciali	55
5.5.1	Ambito di applicazione	56
5.2	Il divieto di pratiche commerciali scorrette	58
5.2.1	Criteri di valutazione della scorrettezza	59
5.2.2	Il riferimento al consumatore medio	60
5.2.3	L'ammissibilità del "dolus bonus"	60
5.3	Le pratiche commerciali ingannevoli	61
5.3.1	Le azioni ingannevoli	61
5.3.2	Le omissioni ingannevoli	63
5.3.3	Le informazioni rilevanti	64
5.3.4	Le pratiche in ogni caso ingannevoli	65
5.4	Le pratiche commerciali aggressive	65
5.4.1	Le pratiche in ogni caso aggressive	67
5.5	La tutela amministrativa	67
5.5.1	Fase istruttoria	68
5.5.2	Provvedimenti dell'Autorità	69
5.5.3	Legittimazione ad agire	70
5.6	La tutela giurisdizionale ordinaria	71
5.7	L'autodisciplina	72

CAPITOLO SESTO

I CONTRATTI DEL CONSUMATORE

6.1	I contratti standard	75
6.2	La disciplina generale del Codice civile	76
6.3	La disciplina speciale relativa ai contratti del consumatore	77
6.4	Ambito di applicazione	79
6.4.1	Clausole oggetto di trattativa individuale	80
6.4.2	Clausole riprodottrici di disposizioni di legge	81
6.5	Il giudizio di vessatorietà	82

6.5.1	La clausola generale di vessatorietà	82
6.5.2	L'elenco ampio	85
6.5.3	L'elenco ristretto.....	86
6.6	Forma e interpretazione	87
6.7	La nullità delle clausole vessatorie.....	89
6.7.1	Tutela giurisdizionale individuale	90
6.7.2	Tutela giurisdizionale collettiva	91
6.7.3	Tutela amministrativa.....	93
6.8	Coordinamento con la disciplina generale.....	94

CAPITOLO SETTIMO

IL CREDITO AI CONSUMATORI

7.1	Il credito al consumo.....	95
7.2	Quadro normativo	96
7.2.1	La normativa previgente	97
7.3	La disciplina del credito ai consumatori	98
7.3.1	Ambito di applicazione	99
7.3.2	Annunci pubblicitari.....	100
7.3.3	Obblighi informativi precontrattuali	101
7.3.4	Verifica del merito creditizio	102
7.3.5	Forma e contenuto del contratto	102
7.3.6	Diritto di ripensamento del consumatore	103
7.3.7	Recesso dai contratti a tempo indeterminato	104
7.3.8	Inadempimento del consumatore.....	105
7.3.9	Rimborso anticipato	105
7.3.10	Cessione dei crediti	106
7.3.11	Inadempimento del fornitore nei contratti collegati	106
7.3.12	Intermediari del credito.....	107

CAPITOLO OTTAVO

MODALITÀ PARTICOLARI DI CONTRATTAZIONE

8.1	Modelli particolari di contrattazione	109
8.2	Quadro normativo	110
8.3	Contratti negoziati fuori dai locali commerciali	111
8.4	Contratti a distanza	113
8.5	Il diritto di recesso.....	114
8.5.1	Esercizio del diritto di recesso.....	116
8.5.2	Effetti dell'esercizio del diritto di recesso	117
8.6	Obblighi informativi del professionista	118
8.7	Ulteriori profili di tutela nei contratti a distanza.....	120
8.8	La Direttiva sui diritti dei consumatori.....	121
8.9	Commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori.....	122
8.9.1	Ambito applicativo.....	123
8.9.2	Obblighi informativi.....	123
8.9.3	Diritto di recesso	124
8.9.4	Altri profili di tutela	125
8.9.5	Tutela collettiva.....	126

CAPITOLO NONO

MULTIPROPRIETÀ E CONTRATTI CONNESSI

9.1	Nuove forme di godimento di immobili ad uso turistico	127
9.2	Quadro normativo	127
9.3	Ambito applicativo.....	128
9.4	Informazioni precontrattuali.....	130
9.5	Requisiti del contratto.....	131
9.6	Obbligo di fideiussione per i contratti di multiproprietà.....	132
9.7	Diritto di recesso	132
9.8	Prodotti per vacanze a lungo termine.....	134
9.9	Altre misure di tutela	134

CAPITOLO DECIMO

SICUREZZA DEI PRODOTTI

10.1	Le norme sulla sicurezza.....	135
10.2	Definizioni	136
10.3	Obblighi del produttore e del distributore	137
10.4	Valutazione di sicurezza.....	138
10.5	Controlli	139

CAPITOLO UNDICESIMO

RESPONSABILITÀ PER DANNO DA PRODOTTI DIFETTOSI

11.1	La responsabilità extracontrattuale del produttore.....	141
11.2	Nozione di prodotto.....	142
11.3	Definizione di produttore	143
11.4	La responsabilità del fornitore	145
11.5	La nozione di difetto.....	146
11.6	La messa in circolazione del prodotto	148
11.7	Le cause di esclusione della responsabilità.....	148
11.8	Corresponsabilità di più soggetti e concorso di colpa del danneggiato	151
11.9	La prova	152
11.10	Il danno risarcibile.....	153
11.11	Prescrizione e decadenza.....	154

CAPITOLO DODICESIMO

GARANZIE NELLA VENDITA DI BENI DI CONSUMO

12.1	Quadro normativo.....	155
12.2	Garanzia di conformità nella vendita di beni di consumo	157
12.3	Conformità al contratto	158

12.4	I rimedi per il difetto di conformità.....	160
12.4.1	Diritto di regresso del venditore.....	162
12.4.2	Termini	162
12.4.3	Carattere imperativo delle disposizioni	163
12.5	Garanzie convenzionali.....	163

CAPITOLO TREDICESIMO

LA TUTELA COLLETTIVA

13.1	La tutela collettiva del consumatore.....	165
13.2	Le associazioni rappresentative a livello nazionale.....	165
13.3	La tutela inibitoria	167
13.4	L'azione di classe.....	168

CAPITOLO QUATTORDICESIMO

LA TUTELA DEL TURISTA

14.1	I pacchetti turistici.....	171
14.2	I contratti del turismo organizzato.....	172
14.3	Obblighi informativi.....	174
14.4	Caratteristiche del contratto	175
14.4.1	Cessione del contratto.....	176
14.4.2	Revisione del prezzo.....	176
14.4.3	Modifiche delle condizioni contrattuali	177
14.4.4	Diritti del turista in caso di recesso o annullamento	177
14.5	Responsabilità per mancato o inesatto adempimento	178
14.6	Risarcimento del danno.....	180
14.6.1	Il danno da vacanza rovinata.....	180

CAPITOLO QUINDICESIMO

LA TUTELA DELLA CONCORRENZA

15.1	Il mercato concorrenziale.....	183
15.2	La disciplina codicistica della concorrenza.....	184
15.3	La disciplina antitrust.....	185
15.4	Il <i>private enforcement</i>	187
15.5	Illecito anticoncorrenziale e tutela del consumatore.....	188
	15.5.1 Profili applicativi.....	190
	15.5.2 La tutela collettiva	192