

D.lgs. 6 set. 2005, n. 206
Codice del consumo, a norma dell'art. 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229
(G.U. 8 ott. 2005, n. 235, Suppl. ord. n. 162)

- 3. Definizioni.** – 1. Ai fini del presente codice, ove non diversamente previsto, si intende per:
- a) consumatore o utente: la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta;
 - b) associazioni dei consumatori e degli utenti: le formazioni sociali che abbiano per scopo statutario esclusivo la tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori o degli utenti;
 - c) professionista: la persona fisica o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale, ovvero un suo intermediario;
 - d) produttore: fatto salvo quanto stabilito [nell'art. 103, comma 1, lettera d),]¹ nell'articolo 115, comma 2-bis e nell'articolo 128, comma 2, lettera d)², il fabbricante del bene o il fornitore del servizio, o un suo intermediario, nonché l'importatore del bene o del servizio nel territorio dell'Unione europea o qualsiasi altra persona fisica o giuridica che si presenta come produttore identificando il bene o il servizio con il proprio nome, marchio o altro segno distintivo;
 - e) prodotto: fatto salvo quanto stabilito nell'art. 18, comma 1, lettera c) e nell'art. 115, comma 1, qualsiasi prodotto destinato al consumatore, anche nel quadro di una prestazione di servizi, o suscettibile, in condizioni ragionevolmente prevedibili, di essere utilizzato dal consumatore, anche se non a lui destinato, fornito o reso disponibile a titolo oneroso o gratuito nell'ambito di un'attività commerciale, indipendentemente dal fatto che sia nuovo, usato o rimesso a nuovo; tale definizione non si applica ai prodotti usati, forniti come pezzi d'antiquariato, o come prodotti da riparare o da rimettere a nuovo prima dell'utilizzazione, purché il fornitore ne informi per iscritto la persona cui fornisce il prodotto;
 - f) codice: il presente decreto legislativo di riassetto delle disposizioni vigenti in materia di tutela dei consumatori.

¹ Parole soppresse dall'art. 2, D.lgs. 8 apr. 2026, n. 78.

² Parole ins. dall'art. 1, c. 2, D.lgs. 4 nov. 2021, n. 170, a decorrere dal 1° gen. 2022.

CAPO II
Indicazione dei prodotti

- 6. Contenuto minimo delle informazioni.** – 1. I prodotti o le confezioni dei prodotti destinati al consumatore, commercializzati sul territorio nazionale, riportano, chiaramente visibili e leggibili, almeno le indicazioni relative:
- a) alla denominazione legale o merceologica del prodotto;
 - b) al nome o ragione sociale o marchio e alla sede legale del produttore o di un importatore stabilito nell'Unione europea, nonché il loro indirizzo postale ed elettronico e, se diverso, l'indirizzo postale o elettronico del punto unico di contatto al quale possono essere contattati;¹
 - c) al Paese di origine se situato fuori dell'Unione europea;
 - d) all'eventuale presenza di materiali o sostanze che possono arrecare danno all'uomo, alle cose o all'ambiente;
 - e) ai materiali impiegati ed ai metodi di lavorazione ove questi siano determinanti per la qualità o le caratteristiche merceologiche del prodotto;
 - f) alle istruzioni, alle eventuali precauzioni e alla destinazione d'uso, ove utili ai fini di fruizione e sicurezza del prodotto.

¹ Lettera così modif. dall'art. 2, D.lgs. 8 apr. 2026, n. 78.

- 12. Sanzioni.** – 1. Fatto salvo quanto previsto nella parte IV, titoli I e II¹, e salvo che il fatto costituisca reato, per quanto attiene alle responsabilità del produttore, ai contravventori al divieto di cui all'art.

11 si applica una sanzione amministrativa da 516 euro a 25.823 euro. La misura della sanzione è determinata, in ogni singolo caso, facendo riferimento al prezzo di listino di ciascun prodotto ed al numero delle unità poste in vendita.

2. Le sanzioni sono applicate ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689. Fermo restando quanto previsto in ordine ai poteri di accertamento degli ufficiali e degli agenti di polizia giudiziaria dall'art. 13 della predetta legge 24 novembre 1981, n. 689, all'accertamento delle violazioni provvedono d'ufficio o su denuncia, gli organi di polizia amministrativa. Il rapporto previsto dall'art. 17 della legge 24 novembre 1981, n. 689, è presentato all'ufficio della camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura della provincia in cui vi è la residenza o la sede legale del professionista.

¹ Parole così modif. dall'art. 2, D.lgs. 8 apr. 2026, n. 78.

18. Definizioni. – 1. Ai fini del presente titolo, si intende per:

- a) “consumatore”: qualsiasi persona fisica che, nelle pratiche commerciali oggetto del presente titolo, agisce per fini che non rientrano nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale;
 - b) “professionista”: qualsiasi persona fisica o giuridica che, nelle pratiche commerciali oggetto del presente titolo, agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale e chiunque agisce in nome o per conto di un professionista;
 - c) “prodotto”: qualsiasi bene o servizio, compresi i beni immobili, i servizi digitali e il contenuto digitale, nonché i diritti e gli obblighi;¹
- c-bis)* “beni”:
- 1) qualsiasi bene mobile materiale anche da assemblare; l'acqua, il gas e l'energia elettrica quando sono confezionati per la vendita in un volume delimitato o in quantità determinata;
 - 2) qualsiasi bene mobile materiale che incorpora, o è interconnesso con, un contenuto digitale o un servizio digitale in modo tale che la mancanza di detto contenuto digitale o servizio digitale impedirebbe lo svolgimento delle funzioni proprie del bene (“beni con elementi digitali”);
 - 3) gli animali vivi;²
- d) “pratiche commerciali tra professionisti e consumatori” (di seguito denominate: “pratiche commerciali”): qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale ivi compresa la pubblicità e la commercializzazione del prodotto, posta in essere da un professionista, in relazione alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori;
- d-bis)* “microimprese”: entità, società o associazioni che, a prescindere dalla forma giuridica, esercitano un'attività economica, anche a titolo individuale o familiare, occupando meno di dieci persone e realizzando un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiori a due milioni di euro, ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 3, dell'allegato alla raccomandazione n. 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003;³
- e) “falsare in misura rilevante il comportamento economico dei consumatori”: l'impiego di una pratica commerciale idonea ad alterare sensibilmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole, inducendolo pertanto ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso;
 - f) “codice di condotta”: un accordo o una normativa che non è imposta dalle disposizioni legislative, regolamentari o amministrative di uno Stato membro e che definisce il comportamento dei professionisti che si impegnano a rispettare tale codice in relazione a una o più pratiche commerciali o ad uno o più settori imprenditoriali specifici;
 - g) “responsabile del codice”: qualsiasi soggetto, compresi un professionista o un gruppo di professionisti, responsabile della formulazione e revisione di un codice di condotta ovvero del controllo del rispetto del codice da parte di coloro che si sono impegnati a rispettarlo;
 - h) “diligenza professionale”: il normale grado della specifica competenza ed attenzione che ragionevolmente i consumatori attendono da un professionista nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e di buona fede nel settore di attività del professionista;
 - i) “invito all'acquisto”: una comunicazione commerciale indicante le caratteristiche e il prezzo del prodotto in forme appropriate rispetto al mezzo impiegato per la comunicazione commerciale e pertanto tale da consentire al consumatore di effettuare un acquisto;
 - l) “indebito condizionamento”: lo sfruttamento di una posizione di potere rispetto al consumatore per

esercitare una pressione, anche senza il ricorso alla forza fisica o la minaccia di tale ricorso, in modo da limitare notevolmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole;

- m) “decisione di natura commerciale”: la decisione presa da un consumatore relativa a se acquistare o meno un prodotto, in che modo farlo e a quali condizioni, se pagare integralmente o parzialmente, se tenere un prodotto o disfarsene o se esercitare un diritto contrattuale in relazione al prodotto; tale decisione può portare il consumatore a compiere un’azione o all’astenersi dal compierla;
- n) “professione regolamentata”: attività professionale, o insieme di attività professionali, l’accesso alle quali e il cui esercizio, o una delle cui modalità di esercizio, è subordinata direttamente o indirettamente, in base a disposizioni legislative, regolamentari o amministrative, al possesso di determinate qualifiche professionali;
- n-bis) “classificazione”: rilevanza relativa attribuita ai prodotti, come illustrato, organizzato o comunicato dal professionista, a prescindere dai mezzi tecnologici usati per tale presentazione, organizzazione o comunicazione;⁴
- n-ter) “mercato online”: un servizio che utilizza un software, compresi siti web, parte di siti web o un’applicazione, gestito da o per conto del professionista, che permette ai consumatori di concludere contratti a distanza con altri professionisti o consumatori.⁴
- n-quater) “asserzione ambientale”: nel contesto di una comunicazione commerciale, qualsiasi messaggio o rappresentazione avente carattere non obbligatorio a norma del diritto dell’Unione europea o nazionale, in qualsiasi forma, compresi testi e rappresentazioni figurative, grafiche o simboliche, quali marchi, nomi di marche, nomi di società o nomi di prodotti, che asserisce o implica che un dato prodotto, categoria di prodotto, marca o operatore economico ha un impatto positivo o nullo sull’ambiente oppure è meno dannoso per l’ambiente rispetto ad altri prodotti, categorie di prodotto, marche o operatori economici oppure ha migliorato il proprio impatto nel corso del tempo;²
- n-quinquies) “asserzione ambientale generica”: qualsiasi asserzione ambientale formulata per iscritto o in forma orale, anche attraverso media audiovisivi, non inclusa in una etichetta di sostenibilità e la cui specificazione non è fornita in termini chiari ed evidenti tramite lo stesso mezzo di comunicazione;²
- n-sexies) “etichetta di sostenibilità”: qualsiasi marchio di fiducia, marchio di qualità o equivalente, pubblico o privato, avente carattere volontario, che mira a distinguere e promuovere un prodotto, un processo o un’impresa con riferimento alle sue caratteristiche ambientali o sociali oppure a entrambe, esclusi i marchi obbligatori richiesti a norma del diritto dell’Unione europea o nazionale;²
- n-septies) “sistema di certificazione”: un sistema di verifica da parte di terzi che certifica che un prodotto, un processo o un’impresa è conforme a determinati requisiti, che consente l’uso di una corrispondente etichetta di sostenibilità e le cui condizioni, compresi i requisiti, sono accessibili al pubblico e soddisfano i criteri seguenti:
 - 1) il sistema, nel rispetto di condizioni trasparenti, eque e non discriminatorie, è aperto a tutti gli operatori economici disposti e in grado di conformarsi ai suoi requisiti;
 - 2) i requisiti del sistema sono elaborati dal titolare dello stesso in consultazione con gli esperti pertinenti e i portatori di interessi;
 - 3) il sistema stabilisce procedure per affrontare i casi di non conformità ai requisiti del sistema e prevede la revoca o la sospensione dell’uso dell’etichetta di sostenibilità da parte dell’operatore economico in caso di non conformità ai requisiti del sistema;
 - 4) il monitoraggio della conformità dell’operatore economico ai requisiti del sistema è oggetto di una procedura obiettiva ed è svolto da un terzo la cui competenza e la cui indipendenza, sia dal titolare del sistema, sia dall’operatore economico, si basano su norme e procedure internazionali, dell’Unione europea o nazionali;²
- n-octies) “eccellenza riconosciuta delle prestazioni ambientali”: prestazioni ambientali conformi al regolamento (CE) n. 66/2010 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 novembre 2009 (Ecolabel UE), a un sistema nazionale o regionale di assegnazione di marchi di qualità ecologica di tipo I in conformità della norma EN ISO 14024, ufficialmente riconosciuto negli Stati membri, oppure conformi alle migliori prestazioni ambientali ai sensi delle altre disposizioni applicabili del diritto dell’Unione europea;²
- n-novies) “durabilità”: la capacità dei beni di mantenere le loro specifiche funzioni e prestazioni attraverso un uso normale;²
- n-decies) “aggiornamento del software”: un aggiornamento necessario per mantenere conformi agli

articoli 130 e 135-*undecies* i beni comprendenti elementi digitali, contenuti digitali e servizi digitali, compreso un aggiornamento di sicurezza, oppure un aggiornamento delle funzionalità;²
n-undecies) “materiali di consumo”: componente di un bene che giunge ad esaurimento ricorrentemente e che deve essere sostituito o reintegrato affinché il bene funzioni come previsto;²
n-duodecies) “funzionalità”: la capacità del bene di svolgere tutte le sue funzioni in considerazione del suo scopo.²

¹ Lettera così sost. dall’art. 1, c. 3, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

² Lettera ins. dall’art. 1, D.lgs. 20 feb. 2026, n. 30. La disposizione si applica a decorrere dal 27 set. 2026.

³ Lettera aggiunta dall’art. 7, c. 1, del D.L. 24 gen. 2012, n. 1, conv. con modif. in L. 24 mar. 2012, n. 27.

⁴ Lettera aggiunta dall’art. 1, c. 3, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

21. Azioni ingannevoli. – 1. È considerata ingannevole una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o è idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o più dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o è idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso:

- a) l’esistenza o la natura del prodotto;
- b) le caratteristiche principali del prodotto, quali la sua disponibilità, i vantaggi, i rischi, l’esecuzione, la composizione, le caratteristiche ambientali o sociali, gli accessori, gli aspetti relativi alla circolarità, quali la durabilità, la riparabilità o la riciclabilità, l’assistenza post-vendita al consumatore e il trattamento dei reclami, il metodo e la data di fabbricazione o della prestazione, la consegna, l’idoneità allo scopo, gli usi, la quantità, la descrizione, l’origine geografica o commerciale o i risultati che si possono attendere dal suo uso, o i risultati e le caratteristiche fondamentali di prove e controlli effettuati sul prodotto;¹
- c) la portata degli impegni del professionista, i motivi della pratica commerciale e la natura del processo di vendita, qualsiasi dichiarazione o simbolo relativi alla sponsorizzazione o all’approvazione dirette o indirette del professionista o del prodotto;
- d) il prezzo o il modo in cui questo è calcolato o l’esistenza di uno specifico vantaggio quanto al prezzo;
- e) la necessità di una manutenzione, ricambio, sostituzione o riparazione;
- f) la natura, le qualifiche e i diritti del professionista o del suo agente, quali l’identità, il patrimonio, le capacità, lo status, il riconoscimento, l’affiliazione o i collegamenti e i diritti di proprietà industriale, commerciale o intellettuale o i premi e i riconoscimenti;
- g) i diritti del consumatore, incluso il diritto di sostituzione o di rimborso ai sensi dell’art. 130 del presente Codice.

2. È altresì considerata ingannevole una pratica commerciale che, nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, induce o è idonea ad indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso e comporta:

- a) una qualsivoglia attività di commercializzazione del prodotto che ingenera confusione con i prodotti, i marchi, la denominazione sociale e altri segni distintivi di un concorrente, ivi compresa la pubblicità comparativa illecita;
- b) il mancato rispetto da parte del professionista degli impegni contenuti nei codici di condotta che il medesimo si è impegnato a rispettare, ove si tratti di un impegno fermo e verificabile, e il professionista indichi in una pratica commerciale che è vincolato dal codice;
- b-bis*) una qualsivoglia attività di marketing che promuova un bene, in uno Stato membro dell’Unione europea, come identico a un bene commercializzato in altri Stati membri, mentre questo bene ha una composizione o caratteristiche significativamente diverse, salvo laddove ciò sia giustificato da fattori legittimi e oggettivi.²
- b-ter*) la formulazione di un’asserzione ambientale relativa a prestazioni ambientali future senza includere impegni chiari, oggettivi, pubblicamente disponibili e verificabili stabiliti in un piano di attuazione dettagliato e realistico che includa obiettivi misurabili e con scadenze precise, così come altri elementi pertinenti necessari per sostenerne l’attuazione, come l’assegnazione delle risorse, e che sia verificato periodicamente da un terzo indipendente, le cui conclusioni sono messe a disposizione dei consumatori;³
- b-quater*) la pubblicizzazione come vantaggi per i consumatori di elementi irrilevanti che non derivano

dalle caratteristiche del prodotto o dell'impresa.³

3. È considerata scorretta la pratica commerciale che, riguardando prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, omette di darne notizia in modo da indurre i consumatori a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza.
- 3-bis. È considerata scorretta la pratica commerciale di una banca, di un istituto di credito o di un intermediario finanziario che, ai fini della stipula di un contratto di mutuo, obbliga il cliente alla sottoscrizione di una polizza assicurativa erogata dalla medesima banca, istituto o intermediario ovvero all'apertura di un conto corrente presso la medesima banca, istituto o intermediario.⁴
4. È considerata, altresì, scorretta la pratica commerciale che, in quanto suscettibile di raggiungere bambini ed adolescenti, può, anche indirettamente, minacciare la loro sicurezza.
- 4-bis. È considerata, altresì, scorretta la pratica commerciale che richieda un sovrapprezzo dei costi per il completamento di una transazione elettronica con un fornitore di beni o servizi.⁵

¹ Lettera così sost. dall'art. 1, D.lgs. 20 feb. 2026, n. 30. La disposizione si applica a decorrere dal 27 set. 2026.

² Lettera aggiunta dall'art. 1, c. 4, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

³ Lettera ins. dall'art. 1, D.lgs. 20 feb. 2026, n. 30. La disposizione si applica a decorrere dal 27 set. 2026.

⁴ Comma ins. dall'art. 36-bis, c. 1, D.L. 6 dic. 2011, n. 201, conv. con modif. in L. 22 dic. 2011, n. 214 e così modif. dall'art. 28, c. 3, del D.L. 24 gen. 2012, n. 1, conv. con modif. in L. 24 mar. 2012, n. 27.

⁵ Comma ins. dall'art. 15, c. 5-quater, D.L. 18 ott. 2012, n. 179, conv. con modif. in L. 17 dic. 2012, n. 221.

22. Omissioni ingannevoli. – 1. È considerata ingannevole una pratica commerciale che nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, nonché dei limiti del mezzo di comunicazione impiegato, omette informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno in tale contesto per prendere una decisione consapevole di natura commerciale e induce o è idonea ad indurre in tal modo il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

2. Una pratica commerciale è altresì considerata un'omissione ingannevole quando un professionista occulta o presenta in modo oscuro, incomprensibile, ambiguo o intempestivo le informazioni rilevanti di cui al comma 1, tenendo conto degli aspetti di cui al detto comma, o non indica l'intento commerciale della pratica stessa qualora questi non risultino già evidenti dal contesto nonché quando, nell'uno o nell'altro caso, ciò induce o è idoneo a indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.
3. Qualora il mezzo di comunicazione impiegato per la pratica commerciale imponga restrizioni in termini di spazio o di tempo, nel decidere se vi sia stata un'omissione di informazioni, si tiene conto di dette restrizioni e di qualunque misura adottata dal professionista per rendere disponibili le informazioni ai consumatori con altri mezzi.
4. Nel caso di un invito all'acquisto sono considerate rilevanti, ai sensi del comma 1, le informazioni seguenti, qualora non risultino già evidenti dal contesto:
 - a) le caratteristiche principali del prodotto in misura adeguata al mezzo di comunicazione e al prodotto stesso;
 - b) l'indirizzo geografico e l'identità del professionista, come la sua denominazione sociale e, ove questa informazione sia pertinente, l'indirizzo geografico e l'identità del professionista per conto del quale egli agisce;
 - c) il prezzo comprensivo delle imposte o, se la natura del prodotto comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo e, se del caso, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore;
 - d) le modalità di pagamento, consegna ed esecuzione qualora esse siano difformi dagli obblighi imposti dalla diligenza professionale;¹
 - e) l'esistenza di un diritto di recesso o scioglimento del contratto per i prodotti e le operazioni commerciali che comportino tale diritto;
 - e-bis) per i prodotti offerti su mercati online, se il terzo che offre i prodotti è un professionista o meno, sulla base della dichiarazione del terzo stesso al fornitore del mercato online.²
- 4-bis. Nel caso in cui sia fornita ai consumatori la possibilità di cercare prodotti offerti da professionisti diversi o da consumatori sulla base di una ricerca sotto forma di parola chiave, frase o altri dati,

indipendentemente dal luogo in cui le operazioni siano poi effettivamente concluse, sono considerate rilevanti le informazioni generali, rese disponibili in un'apposita sezione dell'interfaccia online che sia direttamente e facilmente accessibile dalla pagina in cui sono presentati i risultati della ricerca, in merito ai parametri principali che determinano la classificazione dei prodotti presentati al consumatore come risultato della sua ricerca e all'importanza relativa di tali parametri rispetto ad altri parametri. Il presente comma non si applica ai fornitori di motori di ricerca online definiti ai sensi dell'articolo 2, punto 6, del regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio.³

5. Sono considerati rilevanti, ai sensi del comma 1, gli obblighi di informazione, previsti dal diritto comunitario, connessi alle comunicazioni commerciali, compresa la pubblicità o la commercializzazione del prodotto.

5-bis. Se un professionista fornisce l'accesso alle recensioni dei consumatori sui prodotti, sono considerate rilevanti le informazioni che indicano se e in che modo il professionista garantisce che le recensioni pubblicate provengano da consumatori che hanno effettivamente acquistato o utilizzato il prodotto.³

5-ter. Quando il professionista fornisce un servizio di raffronto fra prodotti e comunica al consumatore informazioni sulle caratteristiche ambientali o sociali o sugli aspetti relativi alla circolarità, quali la durabilità, la riparabilità o la riciclabilità, dei prodotti o dei fornitori di tali prodotti, sono considerate rilevanti le informazioni sul metodo di raffronto, sui prodotti raffrontati e sui fornitori di tali prodotti, così come sulle misure predisposte per tenere aggiornate le informazioni.⁴

¹ Lettera così sost. dall'art. 1, c. 5, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

² Lettera ins. dall'art. 1, c. 5, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

³ Comma ins. dall'art. 1, c. 5, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

⁴ Comma ins. dall'art. 1, D.lgs. 20 feb. 2026, n. 30. La disposizione si applica a decorrere dal 27 set. 2026.

23. Pratiche commerciali considerate in ogni caso ingannevoli. – 1. Sono considerate in ogni caso ingannevoli le seguenti pratiche commerciali:

a) affermazione non rispondente al vero, da parte di un professionista, di essere firmatario di un codice di condotta;

b) esibire un marchio di fiducia, un marchio di qualità o un marchio equivalente senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione;

b-bis) esibire una etichetta di sostenibilità che non è basata su un sistema di certificazione o non è stabilita da autorità pubbliche;¹

c) asserire, contrariamente al vero, che un codice di condotta ha l'approvazione di un organismo pubblico o di altra natura;

d) asserire, contrariamente al vero, che un professionista, le sue pratiche commerciali o un suo prodotto sono stati autorizzati, accettati o approvati, da un organismo pubblico o privato o che sono state rispettate le condizioni dell'autorizzazione, dell'accettazione o dell'approvazione ricevuta;

d-bis) formulare un'asserzione ambientale generica per la quale il professionista non è in grado di dimostrare l'eccellenza riconosciuta delle prestazioni ambientali pertinenti all'asserzione;¹

d-ter) formulare un'asserzione ambientale concernente il prodotto nel suo complesso o l'attività del professionista nel suo complesso quando riguarda soltanto un determinato aspetto del prodotto o uno specifico elemento dell'attività del professionista;¹

d-quater) asserire, sulla base della compensazione delle emissioni di gas a effetto serra, che un prodotto ha un impatto neutro, ridotto o positivo sull'ambiente in termini di emissioni di gas a effetto serra;¹

e) invitare all'acquisto di prodotti ad un determinato prezzo senza rivelare l'esistenza di ragionevoli motivi che il professionista può avere per ritenere che non sarà in grado di fornire o di far fornire da un altro professionista quei prodotti o prodotti equivalenti a quel prezzo entro un periodo e in quantità ragionevoli in rapporto al prodotto, all'entità della pubblicità fatta del prodotto e al prezzo offerti;

f) invitare all'acquisto di prodotti ad un determinato prezzo e successivamente:

1) rifiutare di mostrare l'art. pubblicizzato ai consumatori, oppure

2) rifiutare di accettare ordini per l'art. o di consegnarlo entro un periodo di tempo ragionevole, oppure

3) fare la dimostrazione dell'art. con un campione difettoso, con l'intenzione di promuovere un altro prodotto.

g) dichiarare, contrariamente al vero, che il prodotto sarà disponibile solo per un periodo molto limitato

o che sarà disponibile solo a condizioni particolari per un periodo di tempo molto limitato, in modo da ottenere una decisione immediata e privare i consumatori della possibilità o del tempo sufficiente per prendere una decisione consapevole;

- h) impegnarsi a fornire l'assistenza post-vendita a consumatori con i quali il professionista ha comunicato prima dell'operazione commerciale in una lingua diversa dalla lingua ufficiale dello Stato membro in cui il professionista è stabilito e poi offrire concretamente tale servizio soltanto in un'altra lingua, senza che questo sia chiaramente comunicato al consumatore prima del suo impegno a concludere l'operazione;
- i) affermare, contrariamente al vero, o generare comunque l'impressione che la vendita del prodotto è lecita;
- l) presentare i diritti conferiti ai consumatori dalla legge come una caratteristica propria dell'offerta fatta dal professionista;
- l-bis*) presentare requisiti imposti per legge sul mercato dell'Unione europea per tutti i prodotti appartenenti a una data categoria come se fossero un tratto distintivo dell'offerta del professionista;¹
- m) salvo quanto previsto dal decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni, impiegare contenuti redazionali nei mezzi di comunicazione per promuovere un prodotto, qualora i costi di tale promozione siano stati sostenuti dal professionista senza che ciò emerga dai contenuti o da immagini o suoni chiaramente individuabili per il consumatore;
- m-bis*) fornire risultati di ricerca in risposta a una ricerca online del consumatore senza che sia chiaramente indicato ogni eventuale annuncio pubblicitario a pagamento o pagamento specifico per ottenere una classificazione migliore dei prodotti all'interno di tali risultati;²
- n) formulare affermazioni di fatto inesatte per quanto riguarda la natura e la portata dei rischi per la sicurezza personale del consumatore o della sua famiglia se egli non acquistasse il prodotto;
- o) promuovere un prodotto simile a quello fabbricato da un altro produttore in modo tale da fuorviare deliberatamente il consumatore inducendolo a ritenere, contrariamente al vero, che il prodotto è fabbricato dallo stesso produttore;
- p) avviare, gestire o promuovere un sistema di promozione a carattere piramidale nel quale il consumatore fornisce un contributo in cambio della possibilità di ricevere un corrispettivo derivante principalmente dall'entrata di altri consumatori nel sistema piuttosto che dalla vendita o dal consumo di prodotti;
- q) affermare, contrariamente al vero, che il professionista è in procinto di cessare l'attività o traslocare;
- r) affermare che alcuni prodotti possono facilitare la vincita in giochi basati sulla sorte;
- s) affermare, contrariamente al vero, che un prodotto ha la capacità di curare malattie, disfunzioni o malformazioni;
- t) comunicare informazioni inesatte sulle condizioni di mercato o sulla possibilità di ottenere il prodotto allo scopo d'indurre il consumatore all'acquisto a condizioni meno favorevoli di quelle normali di mercato;
- u) affermare in una pratica commerciale che si organizzano concorsi o promozioni a premi senza attribuire i premi descritti o un equivalente ragionevole;
- v) descrivere un prodotto come gratuito o senza alcun onere, se il consumatore deve pagare un supplemento di prezzo rispetto al normale costo necessario per rispondere alla pratica commerciale e ritirare o farsi recapitare il prodotto;
- z) includere nel materiale promozionale una fattura o analoga richiesta di pagamento che lasci intendere, contrariamente al vero, al consumatore di aver già ordinato il prodotto;
- aa) dichiarare o lasciare intendere, contrariamente al vero, che il professionista non agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, o presentarsi, contrariamente al vero, come consumatore;
- bb) lasciare intendere, contrariamente al vero, che i servizi post-vendita relativi a un prodotto siano disponibili in uno Stato membro diverso da quello in cui è venduto il prodotto;
- bb-bis*) rivendere ai consumatori biglietti per eventi, se il professionista ha acquistato tali biglietti utilizzando strumenti automatizzati per eludere qualsiasi limite imposto riguardo al numero di biglietti che una persona può acquistare o qualsiasi altra norma applicabile all'acquisto di biglietti;¹
- bb-ter*) indicare che le recensioni di un prodotto sono inviate da consumatori che hanno effettivamente utilizzato o acquistato il prodotto senza adottare misure ragionevoli e proporzionate per verificare che

- le recensioni provengano da tali consumatori;²
- bb-quater*) inviare, o incaricare un'altra persona giuridica o fisica di inviare, recensioni di consumatori false o falsi apprezzamenti o di fornire false informazioni in merito a recensioni di consumatori o ad apprezzamenti sui media sociali, al fine di promuovere prodotti;²
- bb-quinquies*) non informare il consumatore del fatto che un dato aggiornamento del software inciderà negativamente sul funzionamento di beni che comprendono elementi digitali o sull'uso del contenuto digitale o dei servizi digitali;¹
- bb-sexies*) presentare come necessario un aggiornamento del software che si limita a migliorare alcune caratteristiche di funzionalità;¹
- bb-septies*) qualsiasi comunicazione commerciale relativa a un bene contenente una caratteristica introdotta per limitarne la durabilità, nonostante le informazioni sulla caratteristica e sui suoi effetti sulla durabilità del bene siano a disposizione del professionista;¹
- bb-octies*) asserire falsamente che, in condizioni d'uso normali, il bene presenta una determinata durabilità in termini di tempo o intensità d'uso;¹
- bb-novies*) presentare il bene come riparabile quando non lo è;¹
- bb-decies*) indurre il consumatore a sostituire o reintegrare materiali di consumo del bene prima di quanto sarebbe necessario per motivi tecnici;¹
- bb-undecies*) non informare che la funzionalità di un bene sarà compromessa dall'utilizzo di materiali di consumo, pezzi di ricambio o accessori non forniti dal produttore originale, o asserire falsamente che tale compromissione si verificherà.¹

¹ Lettera ins. dall'art. 1, D.lgs. 20 feb. 2026, n. 30. La disposizione si applica a decorrere dal 27 set. 2026.

² Lettera ins. dall'art. 1, c. 6, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

45. Definizioni. – 1. Ai fini delle Sezioni da I a IV del presente capo, si intende per:

- a) “consumatore”: la persona fisica, di cui all'articolo 3, comma 1, lettera a);
- b) “professionista”: il soggetto, di cui all'articolo 3, comma 1, lettera c);
- b-bis*) “produttore”: il fabbricante di un bene, l'importatore di un bene nel territorio dell'Unione europea o qualsiasi altra persona che si presenta come produttore apponendo sul bene il suo nome, marchio o altro segno distintivo;¹
- c) “beni”:
- 1) qualsiasi bene mobile materiale anche da assemblare, l'acqua, il gas e l'energia elettrica quando sono confezionati per la vendita in un volume delimitato o in quantità determinata;
 - 2) qualsiasi bene mobile materiale che incorpora, o è interconnesso con, un contenuto digitale o un servizio digitale in modo tale che la mancanza di detto contenuto digitale o servizio digitale impedirebbe lo svolgimento delle funzioni proprie del bene, anche denominati “beni con elementi digitali”;
 - 3) gli animali vivi;²
- d) “beni prodotti secondo le indicazioni del consumatore”: qualsiasi bene non prefabbricato prodotto in base a una scelta o decisione individuale del consumatore;
- d-bis*) “dato personale”: dato personale quale definito dall'articolo 4, punto 1), del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016;³
- e) “contratto di vendita”: qualsiasi contratto in base al quale il professionista trasferisce o si impegna a trasferire la proprietà di beni al consumatore, inclusi i contratti che hanno come oggetto sia beni che servizi;²
- f) “contratto di servizi”: qualsiasi contratto diverso da un contratto di vendita in base al quale il professionista fornisce o si impegna a fornire un servizio, compreso un servizio digitale, al consumatore;²
- g) “contratto a distanza”: qualsiasi contratto concluso tra il professionista e il consumatore nel quadro di un regime organizzato di vendita o di prestazione di servizi a distanza senza la presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, mediante l'uso esclusivo di uno o più mezzi di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso;
- h) “contratto negoziato fuori dei locali commerciali”: qualsiasi contratto tra il professionista e il

consumatore:

- 1) concluso alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, in un luogo diverso dai locali del professionista;
 - 2) per cui è stata fatta un'offerta da parte del consumatore, nelle stesse circostanze di cui al numero 1;
 - 3) concluso nei locali del professionista o mediante qualsiasi mezzo di comunicazione a distanza immediatamente dopo che il consumatore è stato avvicinato personalmente e singolarmente in un luogo diverso dai locali del professionista, alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore; oppure;
 - 4) concluso durante un viaggio promozionale organizzato dal professionista e avente lo scopo o l'effetto di promuovere e vendere beni o servizi al consumatore;
- i) "locali commerciali":
- 1) qualsiasi locale immobile adibito alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la sua attività su base permanente; oppure;
 - 2) qualsiasi locale mobile adibito alla vendita al dettaglio in cui il professionista esercita la propria attività a carattere abituale;
- l) "supporto durevole": ogni strumento che permetta al consumatore o al professionista di conservare le informazioni che gli sono personalmente indirizzate in modo da potervi accedere in futuro per un periodo di tempo adeguato alle finalità cui esse sono destinate e che permetta la riproduzione identica delle informazioni memorizzate;
- m) "contenuto digitale": i dati prodotti e forniti in formato digitale;
- n) "servizio finanziario": qualsiasi servizio di natura bancaria, creditizia, assicurativa, servizi pensionistici individuali, di investimento o di pagamento;
- o) "asta pubblica": metodo di vendita in cui beni o servizi sono offerti dal professionista ai consumatori che partecipano o cui è data la possibilità di partecipare all'asta di persona, mediante una trasparente procedura competitiva di offerte gestita da una casa d'aste e in cui l'aggiudicatario è vincolato all'acquisto dei beni o servizi;
- p) "garanzia": qualsiasi impegno di un professionista o di un produttore (il "garante"), assunto nei confronti del consumatore, in aggiunta agli obblighi di legge in merito alla garanzia di conformità, di rimborsare il prezzo pagato, sostituire, riparare, o intervenire altrimenti sul bene, qualora esso non corrisponda alle caratteristiche, o a qualsiasi altro requisito non relativo alla conformità, enunciati nella dichiarazione di garanzia o nella relativa pubblicità disponibile al momento o prima della conclusione del contratto;
- p-bis) "garanzia commerciale di durabilità": una garanzia commerciale di durabilità del produttore di cui all'articolo 135-*quinquies*, in base alla quale il produttore è responsabile direttamente nei confronti del consumatore per la riparazione o la sostituzione dei beni nell'arco di tutto il periodo di durata della garanzia commerciale di durabilità in conformità all'articolo 135-*ter*, se i beni non mantengono la propria durabilità;¹
- p-ter) "durabilità": la capacità dei beni di mantenere le loro specifiche funzioni e prestazioni attraverso un uso normale;¹
- p-quater) "indice di riparabilità": indice che esprime l'idoneità di un bene ad essere riparato sulla base di requisiti armonizzati stabiliti a livello dell'Unione europea;¹
- p-quinquies) "aggiornamento del software": aggiornamento gratuito, compreso un aggiornamento di sicurezza, necessario per mantenere conformi all'articolo 130 e all'articolo 135-*undecies* i beni comprendenti elementi digitali, contenuti digitali e servizi digitali, compreso un aggiornamento di sicurezza, oppure un aggiornamento delle funzionalità;¹
- q) "contratto accessorio": un contratto mediante il quale il consumatore acquista beni o servizi connessi a un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali e in cui tali beni o servizi sono forniti dal professionista o da un terzo in base ad un accordo tra il terzo e il professionista;
- q-bis) "servizio digitale":
- 1) un servizio che consente al consumatore di creare, trasformare, archiviare i dati o di accedervi in formato digitale; oppure
 - 2) un servizio che consente la condivisione di dati in formato digitale, caricati o creati dal consumatore e da altri utenti di tale servizio, o qualsiasi altra interazione con tali dati;³
- q-ter) "mercato online": un servizio che utilizza un software, compresi siti web, parte di siti web o

un'applicazione, gestito da o per conto del professionista, che permette ai consumatori di concludere contratti a distanza con altri professionisti o consumatori;³

q-quater) “fornitore di mercato online”: qualsiasi professionista che fornisce un mercato online ai consumatori;²

q-quinquies) “compatibilità”: la capacità del contenuto digitale o del servizio digitale di funzionare con hardware o software con cui sono normalmente utilizzati contenuti digitali o servizi digitali dello stesso tipo, senza che sia necessario convertire il contenuto digitale o il servizio digitale;³

q-sexies) “funzionalità”: la capacità del contenuto digitale o del servizio digitale di svolgere tutte le sue funzioni in considerazione del suo scopo;³

q-septies) “interoperabilità”: la capacità del contenuto digitale o del servizio digitale di funzionare con hardware o software diversi da quelli con cui sono normalmente utilizzati i contenuti digitali o i servizi digitali dello stesso tipo.³

¹ Lettera ins. dall'art. 1, D.lgs. 20 feb. 2026, n. 30. La disposizione si applica a decorrere dal 27 set. 2026.

² Lettera così sost. dall'art. 1, c. 9, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

³ Lettera ins. dall'art. 1, c. 9, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

47. Esclusioni. – 1. Le disposizioni delle Sezioni da I a IV del presente Capo non si applicano ai contratti:

- a) per i servizi sociali, compresi gli alloggi popolari, l'assistenza all'infanzia e il sostegno alle famiglie e alle persone temporaneamente o permanentemente in stato di bisogno, ivi compresa l'assistenza a lungo termine;
- b) di assistenza sanitaria, per i servizi prestati da professionisti sanitari a pazienti, al fine di valutare, mantenere o ristabilire il loro stato di salute, ivi compresa la prescrizione, la somministrazione e la fornitura di medicinali e dispositivi medici, sia essa fornita o meno attraverso le strutture di assistenza sanitaria;
- c) di attività di azzardo che implicano una posta di valore pecuniario in giochi di fortuna, comprese le lotterie, i giochi d'azzardo nei casinò e le scommesse;
- d) di servizi finanziari non contemplati dalla sezione II-bis - parte III - titolo III - capo I;¹
- e) aventi ad oggetto la creazione di beni immobili o la costituzione o il trasferimento di diritti su beni immobili;
- f) per la costruzione di nuovi edifici, la trasformazione sostanziale di edifici esistenti e per la locazione di alloggi a scopo residenziale;
- g) che rientrano nell'ambito di applicazione della disciplina concernente i contratti del turismo organizzato, di cui al Capo I del Titolo VI dell'Allegato 1 al decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79;²
- h) che rientrano nell'ambito di applicazione della disciplina concernente la tutela dei consumatori per quanto riguarda taluni aspetti dei contratti di multiproprietà, dei contratti relativi ai prodotti per le vacanze di lungo termine e dei contratti di rivendita e di scambio, di cui agli articoli da 69 a 81-bis del presente Codice;
- i) stipulati con l'intervento di un pubblico ufficiale, tenuto per legge all'indipendenza e all'imparzialità, il quale deve garantire, fornendo un'informazione giuridica completa, che il consumatore concluda il contratto soltanto sulla base di una decisione giuridica ponderata e con conoscenza della sua rilevanza giuridica;
- l) di fornitura di alimenti, bevande o altri beni destinati al consumo corrente nella famiglia e fisicamente forniti da un professionista in giri frequenti e regolari al domicilio, alla residenza o al posto di lavoro del consumatore;
- m) di servizi di trasporto passeggeri, fatti salvi l'articolo 51, comma 2, e gli articoli 62, 64 e 65;³
- n) conclusi tramite distributori automatici o locali commerciali automatizzati;
- o) conclusi con operatori delle telecomunicazioni impiegando telefoni pubblici a pagamento per il loro utilizzo o conclusi per l'utilizzo di un solo collegamento tramite telefono, Internet o fax, stabilito dal consumatore;
- o-bis*) relativi ai beni oggetto di vendita forzata o comunque venduti secondo altre modalità dalle autorità giudiziarie.⁴

2. Le disposizioni delle Sezioni da I a IV del presente Capo non si applicano ai contratti negoziati fuori

dei locali commerciali in base ai quali il corrispettivo che il consumatore deve pagare non è superiore a 50 euro. Tuttavia, si applicano le disposizioni del presente Capo nel caso di più contratti stipulati contestualmente tra le medesime parti, qualora l'entità del corrispettivo globale che il consumatore deve pagare, indipendentemente dall'importo dei singoli contratti, superi l'importo di 50 euro.

¹ Lettera così sost. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

² Lettera così sost. dall'art. 2, D.lgs. 21 mag. 2018, n. 62.

³ Lettera così sost. dall'art. 1, c. 11, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

⁴ Lettera ins. dall'art. 1, c. 11, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

SEZIONE I

Informazioni precontrattuali per i consumatori nei contratti diversi dai contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali

48. Obblighi d'informazione nei contratti diversi dai contratti a distanza o negoziati fuori dei locali commerciali. – 1. Prima che il consumatore sia vincolato da un contratto diverso da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali o da una corrispondente offerta, il professionista fornisce al consumatore le seguenti informazioni in modo chiaro e comprensibile, qualora esse non siano già apparenti dal contesto:

- a) le caratteristiche principali dei beni o servizi, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi;
- b) l'identità del professionista, l'indirizzo geografico in cui è stabilito e il numero di telefono e, ove questa informazione sia pertinente, l'indirizzo geografico e l'identità del professionista per conto del quale egli agisce;
- c) il prezzo totale dei beni o servizi comprensivo delle imposte o, se la natura dei beni o dei servizi comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo e, se applicabili, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore;
- d) se applicabili, le modalità di pagamento, consegna ed esecuzione, la data entro la quale il professionista si impegna a consegnare i beni o a prestare il servizio e il trattamento dei reclami da parte del professionista;
- e) un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformità per i beni e dei suoi elementi principali, compresa la durata minima di due anni ai sensi dell'articolo 133, in modo visibile, utilizzando l'avviso armonizzato di cui all'articolo 65-ter;¹
- e-bis) se il produttore offre al consumatore una garanzia commerciale di durabilità senza costi aggiuntivi, che copre il bene nel suo complesso ed ha una durata superiore a due anni e mette tali informazioni a disposizione dell'operatore economico, l'informazione che tale bene beneficia di tale garanzia, l'indicazione della relativa durata e un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformità, in modo visibile, mediante l'etichetta armonizzata di cui all'articolo 65-ter;²
- e-ter) un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformità per il contenuto digitale e i servizi digitali;²
- e-quater) se applicabili, l'esistenza e le condizioni dei servizi postvendita e delle garanzie commerciali;²
- e-quinquies) per i beni comprendenti elementi digitali, per i contenuti digitali e per i servizi digitali, se il produttore o il fornitore mette a disposizione dell'operatore economico le informazioni, il periodo minimo, sia esso espresso mediante un termine o con riferimento a una data, per il quale il produttore o il fornitore fornisce aggiornamenti del software;²
- f) la durata del contratto, se applicabile, o, se il contratto è a tempo indeterminato o è un contratto a rinnovo automatico, le condizioni di risoluzione del contratto;
- g) se applicabile, la funzionalità dei beni con elementi digitali, del contenuto digitale e dei servizi digitali, comprese le misure applicabili di protezione tecnica;³
- h) qualsiasi compatibilità e interoperabilità pertinente dei beni con elementi digitali, del contenuto digitale e dei servizi digitali, di cui il professionista sia a conoscenza o di cui ci si può ragionevolmente attendere che sia venuto a conoscenza, se applicabili;³
- h-bis) se applicabile, l'indice di riparabilità dei beni;²

h-ter) se la lettera *h-bis*) non è applicabile e a condizione che il produttore metta le informazioni a disposizione dell'operatore economico, informazioni concernenti la disponibilità, il costo stimato e la procedura di ordinazione dei pezzi di ricambio necessari per mantenere la conformità dei beni, informazioni sulla disponibilità di istruzioni per la riparazione e la manutenzione e informazioni sulle restrizioni alla riparazione.²

2. Gli obblighi di informazione precontrattuali, di cui al comma 1, si applicano anche ai contratti per la fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata, di teleriscaldamento o di contenuto digitale non fornito su un supporto materiale.
3. Gli obblighi di informazione precontrattuali, di cui al comma 1, non si applicano ai contratti che implicano transazioni quotidiane e che sono eseguiti immediatamente al momento della loro conclusione.
4. È fatta salva la possibilità di prevedere o mantenere obblighi aggiuntivi di informazione precontrattuale per i contratti ai quali si applica il presente articolo.
5. Sono fatte salve le disposizioni di cui agli articoli da 6 a 12 del presente Codice.

¹ Lettera così sost. dall'art. 1, D.lgs. 20 feb. 2026, n. 30. La disposizione si applica a decorrere dal 27 set. 2026.

² Lettera ins. dall'art. 1, D.lgs. 20 feb. 2026, n. 30. La disposizione si applica a decorrere dal 27 set. 2026.

³ Lettera così sost. dall'art. 1, c. 12, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

SEZIONE II

Informazioni precontrattuali per il consumatore e diritto di recesso nei contratti a distanza e nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali

49. Obblighi di informazione nei contratti a distanza e nei contratti negoziati fuori dei locali

commerciali. – 1. Prima che il consumatore sia vincolato da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali o da una corrispondente offerta, il professionista fornisce al consumatore le informazioni seguenti, in maniera chiara e comprensibile:

- a) le caratteristiche principali dei beni o servizi, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi;
- b) l'identità del professionista;
- c) l'indirizzo geografico dove il professionista è stabilito, il suo numero di telefono e il suo indirizzo elettronico. Inoltre, se il professionista fornisce qualsiasi altro mezzo di comunicazione elettronica che garantisca al consumatore di poter intrattenere con lui una corrispondenza scritta, che rechi la data e l'orario dei relativi messaggi, su un supporto durevole, il professionista deve fornire anche le informazioni relative a tale altro mezzo. Tutti questi mezzi di comunicazione forniti dal professionista devono consentire al consumatore di contattarlo rapidamente e di comunicare efficacemente con lui. Ove applicabile, il professionista fornisce anche l'indirizzo geografico e l'identità del professionista per conto del quale agisce;¹
- d) se diverso dall'indirizzo fornito in conformità della lettera c), l'indirizzo geografico della sede del professionista a cui il consumatore può indirizzare eventuali reclami e, se applicabile, quello del professionista per conto del quale agisce;
- e) il prezzo totale dei beni o dei servizi comprensivo delle imposte o, se la natura dei beni o servizi comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo e, se del caso, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali e ogni altro costo oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore; nel caso di un contratto a tempo indeterminato o di un contratto comprendente un abbonamento, il prezzo totale include i costi totali per periodo di fatturazione; quando tali contratti prevedono l'addebitamento di una tariffa fissa, il prezzo totale equivale anche ai costi mensili totali; se i costi totali non possono essere ragionevolmente calcolati in anticipo, devono essere fornite le modalità di calcolo del prezzo;
- e-bis*) se applicabile, l'informazione che il prezzo è stato personalizzato sulla base di un processo decisionale automatizzato, ferme le garanzie di cui all'articolo 22 del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016;²
- f) il costo dell'utilizzo del mezzo di comunicazione a distanza per la conclusione del contratto quando tale costo è calcolato su una base diversa dalla tariffa di base;

- g) le modalità di pagamento, consegna, incluse ove disponibili opzioni di consegna rispettose dell'ambiente, esecuzione, la data entro la quale il professionista si impegna a consegnare i beni o a prestare i servizi e, se del caso, il trattamento dei reclami da parte del professionista;³
 - h) in caso di sussistenza di un diritto di recesso, le condizioni, i termini e le procedure per esercitare tale diritto conformemente all'articolo 54, comma 1, nonché il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B e, se del caso, le informazioni circa l'esistenza e la collocazione della funzione di recesso di cui all'articolo 54-bis;⁴
 - i) se applicabile, l'informazione che il consumatore dovrà sostenere il costo della restituzione dei beni in caso di recesso e in caso di contratti a distanza qualora i beni per loro natura non possano essere normalmente restituiti a mezzo posta;
 - l) che, se il consumatore esercita il diritto di recesso dopo aver presentato una richiesta ai sensi dell'articolo 50, comma 3, o dell'articolo 51, comma 8, egli è responsabile del pagamento al professionista di costi ragionevoli, ai sensi dell'articolo 57, comma 3;
 - m) se non è previsto un diritto di recesso ai sensi dell'articolo 59, l'informazione che il consumatore non beneficerà di un diritto di recesso o, se del caso, le circostanze in cui il consumatore perde il diritto di recesso;
 - n) un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformità per i beni e dei suoi elementi principali, compresa la durata minima di due anni ai sensi dell'articolo 133, in modo visibile, utilizzando l'avviso armonizzato di cui all'articolo 65-ter;³
 - n-bis) se il produttore offre al consumatore una garanzia commerciale di durabilità senza costi aggiuntivi, che copre il bene nel suo complesso ed ha una durata superiore a due anni e mette tali informazioni a disposizione dell'operatore economico, l'informazione che tale bene beneficia di tale garanzia, l'indicazione della relativa durata e un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformità, in modo visibile, mediante l'etichetta armonizzata di cui all'articolo 65-ter.³
 - n-ter) un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformità per il contenuto digitale e i servizi digitali;³
 - n-quater) per i beni comprendenti elementi digitali, per i contenuti digitali o per i servizi digitali, se il produttore o il fornitore mette a disposizione dell'operatore economico tali informazioni, il periodo minimo, sia esso espresso mediante un termine o con riferimento a una data, per il quale il produttore o il fornitore fornisce aggiornamenti del software;³
 - o) se applicabili, l'esistenza e le condizioni dell'assistenza postvendita al consumatore, dei servizi postvendita e delle garanzie commerciali;
 - p) l'esistenza di codici di condotta pertinenti, come definiti all'articolo 18, comma 1, lettera f), del presente Codice, e come possa esserne ottenuta copia, se del caso;
 - q) la durata del contratto, se applicabile, o, se il contratto è a tempo indeterminato o è un contratto a rinnovo automatico, le condizioni per recedere dal contratto;
 - r) se applicabile, la durata minima degli obblighi del consumatore a norma del contratto;
 - s) se applicabili, l'esistenza e le condizioni di depositi o altre garanzie finanziarie che il consumatore è tenuto a pagare o fornire su richiesta del professionista;
 - t) se applicabile, la funzionalità dei beni con elementi digitali, del contenuto digitale e dei servizi digitali, comprese le misure applicabili di protezione tecnica;¹
 - u) qualsiasi compatibilità e interoperabilità pertinente dei beni con elementi digitali, del contenuto digitale e dei servizi digitali, di cui il professionista sia a conoscenza o di cui ci si può ragionevolmente attendere che sia venuto a conoscenza, se applicabile;¹
 - v) se applicabile, la possibilità di servirsi di un meccanismo extra-giudiziale di reclamo e ricorso cui il professionista è soggetto e le condizioni per avervi accesso;
 - v-bis) se applicabile, l'indice di riparabilità dei beni;³
 - v-ter) se la lettera v-bis) non è applicabile e a condizione che il produttore metta tali informazioni a disposizione del professionista, informazioni concernenti la disponibilità, il costo stimato e la procedura di ordinazione dei pezzi di ricambio necessari per mantenere la conformità del bene, informazioni sulla disponibilità di istruzioni per la riparazione e la manutenzione e informazioni sulle restrizioni alla riparazione.³
2. Gli obblighi di informazione precontrattuali, di cui al comma 1, si applicano anche ai contratti per la fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in

quantità determinata, di teleriscaldamento o di contenuto digitale non fornito su un supporto materiale.

3. Nel caso di un'asta pubblica, le informazioni di cui al comma 1, lettere *b)*, *c)* e *d)*, possono essere sostituite dai corrispondenti dati della casa d'aste.
4. Le informazioni di cui al comma 1, lettere *h)*, *i)* e *l)*, possono essere fornite mediante le istruzioni tipo sul recesso di cui all'allegato I, parte A. Il professionista ha adempiuto agli obblighi di informazione di cui al comma 1, lettere *h)*, *i)* e *l)*, se ha presentato dette istruzioni al consumatore, debitamente compilate. I riferimenti al periodo di recesso di quattordici giorni nelle istruzioni tipo sul recesso di cui all'allegato I, parte A, sono sostituiti da riferimenti a un periodo di recesso di trenta giorni nei casi di cui all'articolo 52, comma 1-*bis*.⁵
5. Le informazioni di cui al comma 1 formano parte integrante del contratto a distanza o del contratto negoziato fuori dei locali commerciali e non possono essere modificate se non con accordo espresso delle parti.
6. Se il professionista non adempie agli obblighi di informazione sulle spese aggiuntive o gli altri costi di cui al comma 1, lettera *e)*, o sui costi della restituzione dei beni di cui al comma 1, lettera *i)*, il consumatore non deve sostenere tali spese o costi aggiuntivi.
7. Nel caso di utilizzazione di tecniche che consentono una comunicazione individuale, le informazioni di cui al comma 1 sono fornite, ove il consumatore lo richieda, in lingua italiana.
8. Gli obblighi di informazione stabiliti nella presente sezione si aggiungono agli obblighi di informazione contenuti nel decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59, e successive modificazioni, e nel decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, e successive modificazioni, e non ostano ad obblighi di informazione aggiuntivi previsti in conformità a tali disposizioni.
9. Fatto salvo quanto previsto dal comma 8, in caso di conflitto tra una disposizione del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59, e successive modificazioni, e del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, e successive modificazioni, sul contenuto e le modalità di rilascio delle informazioni e una disposizione della presente sezione, prevale quest'ultima.
10. L'onere della prova relativo all'adempimento degli obblighi di informazione di cui alla presente sezione incombe sul professionista.

¹ Lettera così sost. dall'art. 1, c. 13, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

² Lettera ins. dall'art. 1, c. 13, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

³ Lettera così sost. dall'art. 1, D.lgs. 20 feb. 2026, n. 30

⁴ Lettera così sost. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

⁵ Periodo aggiunto dall'art. 1, c. 13, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

- 51. Requisiti formali per i contratti a distanza.** – 1. Per quanto riguarda i contratti a distanza il professionista fornisce o mette a disposizione del consumatore le informazioni di cui all'articolo 49, comma 1, in modo appropriato al mezzo di comunicazione a distanza impiegato in un linguaggio semplice e comprensibile. Nella misura in cui dette informazioni sono presentate su un supporto durevole, esse devono essere leggibili.
2. Se un contratto a distanza che deve essere concluso con mezzi elettronici impone al consumatore l'obbligo di pagare, l'operatore economico gli comunica in modo chiaro ed evidente le informazioni di cui all'articolo 49, comma 1, lettere *a)*, *e)*, *n-bis)*, *q)* e *r)*, direttamente prima che il consumatore inoltri l'ordine.¹ Il professionista garantisce che, al momento di inoltrare l'ordine, il consumatore riconosca espressamente che l'ordine implica l'obbligo di pagare. Se l'inoltro dell'ordine implica di azionare un pulsante o una funzione analoga, il pulsante o la funzione analoga riportano in modo facilmente leggibile soltanto le parole "ordine con obbligo di pagare" o una formulazione corrispondente inequivocabile indicante che l'inoltro dell'ordine implica l'obbligo di pagare il professionista. Se il professionista non osserva il presente comma, il consumatore non è vincolato dal contratto o dall'ordine.
 3. I siti di commercio elettronico indicano in modo chiaro e leggibile, al più tardi all'inizio del processo di ordinazione, se si applicano restrizioni relative alla consegna e quali mezzi di pagamento sono accettati.
 4. Se il contratto è concluso mediante un mezzo di comunicazione a distanza che consente uno spazio o un tempo limitato per comunicare le informazioni, il professionista fornisce, su o mediante quello

specifico mezzo e prima della conclusione del contratto, almeno le informazioni precontrattuali riguardanti le caratteristiche principali dei beni o servizi, l'identità del professionista, il prezzo totale, il diritto di recesso, la durata del contratto e, nel caso di contratti a tempo indeterminato, le condizioni di risoluzione del contratto, come indicato rispettivamente all'articolo 49, comma 1, lettere *a*), *b*), *e*), *h*) e *q*), eccetto il modulo di recesso tipo figurante all'allegato I, parte B, di cui alla lettera *h*). Le altre informazioni di cui all'articolo 49, comma 1, compreso il modello del modulo di recesso, sono fornite dal professionista in un modo appropriato conformemente al comma 1 del presente articolo.²

5. Fatto salvo il comma 4, se il professionista telefona al consumatore al fine di concludere un contratto a distanza, all'inizio della conversazione con il consumatore egli deve rivelare la sua identità e, ove applicabile, l'identità della persona per conto della quale effettua la telefonata, nonché lo scopo commerciale della chiamata e l'informativa di cui all'articolo 10 del decreto del Presidente della Repubblica 7 settembre 2010, n. 178.
6. Quando un contratto a distanza deve essere concluso per telefono, il professionista deve confermare l'offerta al consumatore, il quale è vincolato solo dopo aver firmato l'offerta o dopo averla accettata per iscritto; in tali casi il documento informatico può essere sottoscritto con firma elettronica ai sensi dell'articolo 21 del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, e successive modificazioni. Dette conferme possono essere effettuate, se il consumatore acconsente, anche su un supporto durevole. In ogni caso il consenso non è valido se il consumatore non ha preliminarmente confermato la ricezione del documento contenente tutte le condizioni contrattuali, trasmesse su supporto cartaceo o altro supporto durevole disponibile e accessibile.³
7. Il professionista fornisce al consumatore la conferma del contratto concluso su un mezzo durevole, entro un termine ragionevole dopo la conclusione del contratto a distanza e al più tardi al momento della consegna dei beni oppure prima che l'esecuzione del servizio abbia inizio. Tale conferma comprende:
 - a) tutte le informazioni di cui all'articolo 49, comma 1, a meno che il professionista non abbia già fornito l'informazione al consumatore su un mezzo durevole prima della conclusione del contratto a distanza; e
 - b) se del caso, la conferma del previo consenso espresso e dell'accettazione del consumatore conformemente all'articolo 59, lettera *o*).
8. Se un consumatore vuole che la prestazione dei servizi ovvero la fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata, o di teleriscaldamento inizi durante il periodo di recesso previsto all'articolo 52, comma 2, e il contratto impone al consumatore l'obbligo di pagare, il professionista esige che il consumatore ne faccia richiesta esplicita e chiede inoltre al consumatore di riconoscere che, una volta che il contratto sarà stato interamente eseguito dal professionista, il consumatore non avrà più il diritto di recesso.²
- 8-bis. Al fine di rafforzare la tutela dei clienti finali domestici e il loro diritto di scelta delle condizioni economiche, decorsi sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente disposizione, è vietato effettuare sollecitazioni commerciali per telefono, anche mediante l'invio di messaggi a consumatori, finalizzate alla proposta o alla conclusione di contratti di fornitura di energia elettrica e gas. Il professionista può contattare il consumatore per telefono, anche mediante l'invio di messaggi, qualora vi sia stata una richiesta effettuata direttamente al professionista stesso attraverso interfacce informatiche di quest'ultimo oppure nel caso in cui il contatto sia stato effettuato nei confronti dei propri clienti di energia elettrica e gas che abbiano espresso specifico consenso a ricevere proposte commerciali. È onere del professionista dimostrare la validità del contatto.⁴
- 8-ter. I contatti telefonici di cui al comma 8-bis sono effettuati dal professionista da un numero che lo identifica univocamente. I contratti stipulati a seguito di contatto effettuato in violazione di quanto previsto dal comma 8-bis e dal presente comma sono nulli. Il consumatore può avvalersi degli strumenti di risoluzione alternativa delle controversie di cui alla parte V, titolo II-bis, e del servizio di conciliazione dell'Autorità di regolazione per energia, reti e ambiente.⁴
- 8-quater. Gli utenti possono segnalare al Garante per la protezione dei dati personali e all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) i casi di chiamata effettuata in violazione di quanto previsto dai commi 8-bis e 8-ter, indicando il numero da cui proviene la chiamata. Qualora l'AGCOM, nell'ambito dell'attività istruttoria svolta d'ufficio o a seguito della segnalazione di cui al primo periodo, accerti che la chiamata proviene da numeri diversi da quelli assegnati al professionista,

ordina al gestore telefonico competente l'immediata sospensione dell'utilizzo delle linee allo stesso assegnate. Il Garante per la protezione dei dati personali, nell'ambito della propria attività istruttoria, può chiedere all'AGCOM, in presenza di un numero significativo di segnalazioni di chiamate effettuate senza previo consenso, di procedere alla sospensione di cui al secondo periodo.⁴

9. Il presente articolo lascia impregiudicate le disposizioni relative alla conclusione di contratti elettronici e all'inoltro di ordini per via elettronica conformemente agli articoli 12, commi 2 e 3, e 13 del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, e successive modificazioni.

¹ Periodo così sost. dall'art. 1, D.lgs. 20 feb. 2026, n. 30. La disposizione si applica a decorrere dal 27 set. 2026.

² Comma così sost. dall'art. 1, c. 16, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

³ Periodo aggiunto dall'art. 9, L. 30 dic. 2023, n. 214.

⁴ Comma ins. dall'art. 1, D.L. 20 feb. 2026, n. 21, conv. con modif. in L. 10 apr. 2026, n. 49.

54-bis. Esercizio del diritto di recesso dai contratti a distanza conclusi mediante un'interfaccia online.¹ – 1. Per i contratti a distanza conclusi mediante un'interfaccia online, il professionista consente al consumatore di recedere dal contratto anche utilizzando una funzione di recesso.

2. La funzione di recesso consente al consumatore di inviare una dichiarazione di recesso online che informa il professionista della sua decisione di recedere dal contratto. Tale dichiarazione di recesso online consente al consumatore di fornire o confermare facilmente le seguenti informazioni:
- a) il suo nome;
 - b) le informazioni che identificano il contratto dal quale intende recedere;
 - c) le informazioni relative al mezzo elettronico tramite il quale la conferma del recesso sarà inviata al consumatore.
3. La funzione di recesso è indicata in modo facilmente leggibile con le parole: “recedere dal contratto qui” o con un'altra formulazione equivalente altrettanto inequivocabile. Tale funzione è resa disponibile in maniera continuativa per tutto il periodo in cui può essere esercitato il diritto di recesso, figura in modo ben visibile sull'interfaccia online ed è facilmente accessibile al consumatore.
4. Una volta che il consumatore ha compilato la dichiarazione di recesso online a norma del comma 2, il professionista gli consente di presentarla mediante una funzione di conferma.
5. La funzione di conferma è indicata in modo facilmente leggibile con le parole: “conferma recesso” o con un'altra formulazione altrettanto inequivocabile.
6. Una volta che il consumatore ha attivato la funzione di conferma, il professionista invia al consumatore, senza indebito ritardo, un avviso di ricevimento del recesso su un supporto durevole, comprensivo del suo contenuto e della data e dell'ora della sua trasmissione.
7. Il diritto di recesso si considera esercitato dal consumatore entro il termine di recesso previsto se la dichiarazione di recesso online è trasmessa dallo stesso consumatore prima della scadenza del termine di recesso.

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

58. Effetti dell'esercizio del diritto di recesso sui contratti accessori. – 1. Fatto salvo quanto previsto dal decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, e successive modificazioni, in materia di contratti di credito ai consumatori, se il consumatore esercita il suo diritto di recesso da un contratto a distanza o concluso fuori dei locali commerciali a norma degli articoli da 52 a 57, eventuali contratti accessori sono risolti di diritto, senza costi per il consumatore, ad eccezione di quelli previsti dall'articolo 56, comma 2, e dall'articolo 57.

¹ Comma così modif. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

SEZIONE II-bis

Commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori

59-bis. Oggetto e ambito di applicazione.¹ – 1. Alla commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori si applicano le disposizioni della presente sezione e gli articoli 46, commi 2 e 3, 49-bis, 51, comma 6, primo e secondo periodo, 54-bis, 62, comma 1, 64 e 65, 66-ter, 66-quater, commi 2 e 3, 66-quinquies, comma 1, 67, comma 2.

2. Fatto salvo l'articolo 64, se i contratti a distanza conclusi tra un professionista e un consumatore per la prestazione di servizi *finanziari* comprendono un accordo iniziale di servizio seguito da una serie di operazioni successive o da una serie di operazioni distinte della stessa natura scaglionate nel tempo, le disposizioni di cui al comma 1 si applicano esclusivamente all'accordo iniziale.
3. Se non vi è accordo iniziale di servizio, ma le operazioni successive o distinte della stessa natura scaglionate nel tempo sono eseguite tra le stesse parti contrattuali, gli articoli 59-*quater*, 59-*quinquies*, 59-*septies* e 59-*decies* si applicano unicamente alla prima operazione.
4. Tuttavia, se nessuna operazione della stessa natura è eseguita per più di un anno, l'operazione successiva è considerata come la prima di una nuova serie di operazioni e, di conseguenza, si applicano le disposizioni degli articoli 59-*quater*, 59-*quinquies*, 59-*septies* e 59-*decies*.
5. Ferme restando le disposizioni che stabiliscono regimi di autorizzazione per la commercializzazione dei servizi finanziari in Italia, sono fatte salve le disposizioni in materia bancaria, finanziaria, assicurativa, dei sistemi di pagamento e di previdenza complementare, nonché le competenze delle autorità indipendenti.
6. Ove le parti abbiano scelto di applicare al contratto una legislazione diversa da quella italiana, al consumatore devono comunque essere riconosciute le condizioni di tutela previste dalla presente sezione.

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

59-ter. Definizioni.¹ – 1. Ai fini della presente sezione si applicano, oltre alle definizioni di cui all'articolo 45, le seguenti:

- a) “interfaccia online”: interfaccia online quale definita dall'articolo 3, lettera *m*), del regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio del 19 ottobre 2022;
- b) “stratificazione”: tecnica in base alla quale determinate informazioni sono considerate fondamentali e quindi poste in evidenza nel primo livello di visualizzazione e le altre informazioni precontrattuali sono presentate nei livelli accessori.

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

59-quater. Obblighi di informazione concernenti i contratti a distanza per i servizi finanziari ai consumatori.¹ – 1. Nella fase delle trattative, e comunque in tempo utile prima che il consumatore sia vincolato da un contratto a distanza o da una corrispondente offerta, il professionista fornisce al consumatore le seguenti informazioni, in maniera chiara e comprensibile:

- a) l'identità e l'attività principale del professionista e, se applicabile, l'identità e l'attività principale del professionista per conto del quale agisce;
- b) l'indirizzo geografico in cui il professionista è stabilito, il proprio numero di telefono e il proprio indirizzo di posta elettronica o informazioni relative a qualsiasi altro mezzo di comunicazione offerto dal professionista e, se del caso, quelli del professionista per conto del quale agisce. I suddetti mezzi di comunicazione offerti dal professionista consentono al consumatore di contattare rapidamente il professionista e di intrattenere con quest'ultimo una corrispondenza scritta su un supporto durevole;
- c) le pertinenti informazioni di contatto che consentono al consumatore di indirizzare eventuali reclami al professionista e, se del caso, al professionista per conto del quale agisce;
- d) se il professionista è iscritto in un registro commerciale o in un pubblico registro analogo, il registro in cui il professionista è iscritto e il numero di registrazione o un elemento equivalente per identificarlo nel registro;
- e) se l'attività del professionista è soggetta ad autorizzazione, il nome, l'indirizzo, il sito web ed eventuali altre informazioni di contatto dell'autorità di controllo competente;
- f) una descrizione delle principali caratteristiche del servizio finanziario;
- g) il prezzo totale che il consumatore dovrà corrispondere al professionista per il servizio finanziario, compresi tutti i relativi oneri, commissioni e spese e tutte le imposte versate tramite il professionista o, se non è possibile indicare il prezzo esatto, la base di calcolo del prezzo, che consente al consumatore di verificare quest'ultimo;
- h) se applicabile, le informazioni sulle conseguenze dei ritardi nei pagamenti o dei mancati pagamenti;
- i) se applicabile, il fatto che il prezzo è stato personalizzato sulla base di un processo decisionale automatizzato;

- l) se applicabile, un avviso indicante che il servizio finanziario è in rapporto con strumenti che implicano particolari rischi dovuti a loro specifiche caratteristiche o alle operazioni da effettuare o il cui prezzo dipende dalle fluttuazioni dei mercati finanziari su cui il professionista non esercita alcun controllo e un avviso indicante che i risultati ottenuti in passato non costituiscono elementi indicativi riguardo ai risultati futuri;
 - m) l'indicazione dell'eventuale esistenza di altre imposte e/o di costi non versati tramite il professionista o non imposti da quest'ultimo;
 - n) qualsiasi limite del periodo durante il quale sono valide le informazioni fornite conformemente al presente comma;
 - o) le modalità di pagamento e di esecuzione;
 - p) qualsiasi costo specifico aggiuntivo per il consumatore relativo all'utilizzazione del mezzo di comunicazione a distanza, se addebitato;
 - q) se fattori ambientali o sociali sono integrati nella strategia di investimento del servizio finanziario, gli eventuali obiettivi ambientali o sociali perseguiti dal servizio finanziario stesso;
 - r) l'esistenza o la mancanza del diritto di recesso e, se tale diritto esiste, la sua durata e le condizioni per esercitarlo, comprese le informazioni relative all'importo che il consumatore può essere tenuto a versare e alle conseguenze derivanti dal mancato esercizio del suddetto diritto;
 - s) la durata minima del contratto a distanza, in caso di prestazione permanente o periodica di servizi finanziari;
 - t) eventuali diritti delle parti, secondo i termini del contratto a distanza, di risolvere lo stesso prima della sua scadenza ovvero recedere, comprese le penali eventualmente stabilite dal contratto in tali casi;
 - u) istruzioni pratiche e procedure per l'esercizio del diritto di recesso conformemente all'articolo 59-*octies*, commi 1, 2 e 4 comprendenti, tra l'altro, il proprio numero di telefono e il proprio indirizzo di posta elettronica o informazioni relative ad altri mezzi di comunicazione rilevanti ai fini dell'invio della dichiarazione di recesso e, per i contratti di servizi finanziari conclusi mediante un'interfaccia online, informazioni circa l'esistenza e la collocazione della funzione di recesso di cui all'articolo 54-*bis*;
 - v) qualsiasi clausola contrattuale che stabilisce la legislazione applicabile al contratto a distanza e/o il foro competente;
 - z) la lingua o le lingue in cui sono comunicate le condizioni contrattuali e le informazioni preliminari di cui al presente articolo, nonché la lingua o le lingue in cui il professionista, con l'accordo del consumatore, s'impegna a comunicare per la durata del contratto a distanza;
 - aa) se applicabile, la possibilità di avvalersi di un meccanismo extragiudiziale di reclamo e di ricorso cui sia assoggettato il professionista e le relative modalità di accesso;
 - bb) l'esistenza di fondi di garanzia o di altri dispositivi di indennizzo.
2. Se le informazioni di cui al comma 1 sono fornite meno di un giorno prima che il consumatore sia vincolato dal contratto a distanza, il professionista invia al consumatore un promemoria sulla possibilità di recedere dal contratto a distanza e sulla procedura da seguire per il recesso, conformemente all'articolo 59-*octies*. Tale promemoria è fornito al consumatore, su un supporto durevole, tra uno e sette giorni dopo la conclusione del contratto a distanza.
3. Le informazioni di cui al comma 1 sono fornite al consumatore su un supporto durevole e sono di facile lettura. Su richiesta, le informazioni di cui al comma 1 sono fornite ai consumatori con disabilità, compresi quelli con disabilità visive, in un formato adeguato e accessibile.
4. Fatta eccezione per le informazioni di cui al comma 1, lettere a), f), g), m) e r), il professionista può stratificare le informazioni fornite per via elettronica. Se le informazioni sono stratificate, è sempre possibile visualizzare, salvare e stampare le informazioni di cui al comma 1 come un unico documento. In tali casi, il professionista garantisce che al consumatore siano presentate tutte le informazioni precontrattuali di cui al comma 1 prima della conclusione del contratto a distanza.

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

59-quinquies. Comunicazioni mediante telefonia vocale.¹ – 1. In caso di comunicazioni mediante telefonia vocale, l'identità del professionista e lo scopo commerciale della chiamata avviata dallo stesso professionista sono dichiarati in modo inequivocabile all'inizio di qualsiasi chiamata telefonica con il consumatore. Se tale chiamata telefonica è o può essere registrata, il professionista ne informa

il consumatore.

2. In deroga all'articolo 59-*quater*, comma 1, in caso di comunicazioni mediante telefonia vocale di cui al comma 1, se il consumatore accetta esplicitamente, il professionista può fornire solo le informazioni di cui all'articolo 59-*quater*, comma 1, lettere a), f), g), m) e r), prima che il consumatore sia vincolato dal contratto a distanza. In tal caso il professionista informa il consumatore della natura e della disponibilità delle altre informazioni di cui all'articolo 59-*quater*, comma 1. Il professionista fornisce le altre informazioni di cui all'articolo 59-*quater*, comma 1, su un supporto durevole immediatamente dopo la conclusione del contratto a distanza.

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

59-sexies. Onere della prova.¹ – 1. L'onere della prova relativo all'adempimento degli obblighi di informazione di cui agli articoli 59-*quater* e 59-*quinquies*, nonché di quelli di cui all'articolo 59-*septies* ove applicabili, incombe sul professionista.

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

59-septies. Altre disposizioni in materia di informazioni precontrattuali.¹ – 1. Oltre alle informazioni di cui agli articoli 59-*quater* e 59-*quinquies*, sono applicabili le disposizioni più rigorose previste dalla normativa di settore che disciplina l'offerta del servizio o del prodotto interessato.

2. Se un atto dell'Unione europea diverso dalla direttiva (UE) 2023/2673 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 novembre 2023, recante la disciplina di specifici servizi finanziari, contiene norme sulle informazioni da fornire al consumatore prima della conclusione del contratto, a detti specifici servizi finanziari, si applicano soltanto le norme di tale atto dell'Unione europea, indipendentemente dal livello di dettaglio di tali norme, salvo che sia diversamente disposto in tale atto dell'Unione europea. Se tale atto dell'Unione europea diverso dalla citata direttiva non contiene norme sulle informazioni relative al diritto di recesso, il professionista informa il consumatore dell'esistenza o della mancanza di tale diritto conformemente all'articolo 59-*quater*, comma 1, lettera r).

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

59-octies. Diritto di recesso da contratti a distanza per servizi finanziari.¹ – 1. Il consumatore dispone di un termine di quattordici giorni di calendario per recedere dal contratto senza penali e senza dover indicare il motivo. Il predetto termine è esteso a trenta giorni di calendario per i contratti a distanza aventi per oggetto le forme pensionistiche complementari individuali di cui all'articolo 13 del decreto legislativo 5 dicembre 2005, n. 252, incluse le assicurazioni sulla vita.

2. Il termine durante il quale può essere esercitato il diritto di recesso decorre, alternativamente:
 - a) dalla data della conclusione del contratto a distanza;
 - b) dalla data in cui il consumatore riceve le condizioni contrattuali e le informazioni conformemente agli articoli 59-*quater*, 59-*quinquies* e 59-*septies*, se tale giorno è successivo a quello di conclusione del contratto.
3. L'efficacia dei contratti relativi ai servizi di investimento è sospesa durante la decorrenza del termine previsto per l'esercizio del diritto di recesso.
4. Se il consumatore non ha ricevuto le condizioni contrattuali e le informazioni di cui agli articoli 59-*quater*, 59-*quinquies* e 59-*septies*, il termine di recesso scade in ogni caso dopo dodici mesi e quattordici giorni dalla conclusione del contratto a distanza.

Questa disposizione non si applica se il consumatore non è stato informato del suo diritto di recesso conformemente all'articolo 59-*quater*, comma 1, lettera r).

5. Il diritto di recesso non si applica:

- a) ai servizi finanziari ai consumatori, diversi dal servizio di gestione su base individuale di portafogli di investimento se gli investimenti non sono stati già avviati, il cui prezzo dipende da fluttuazioni del mercato finanziario che il professionista non è in grado di controllare e che possono aver luogo durante il periodo di recesso, quali ad esempio i servizi riguardanti:

- 1) operazioni di cambio;
- 2) strumenti del mercato monetario;
- 3) valori mobiliari;
- 4) quote di un organismo di investimento collettivo;

- 5) contratti a termine fermo (futures) su strumenti finanziari, compresi gli strumenti equivalenti che si regolano in contanti;
- 6) contratti a termine su tassi di interesse (FRA);
- 7) contratti swaps su tassi d'interesse, su valute o contratti di scambio connessi ad azioni o a indici azionari (equity swaps);
- 8) opzioni per acquistare o vendere qualsiasi strumento previsto dalla presente lettera, compresi gli strumenti equivalenti che si regolano in contanti. Sono comprese in particolare in questa categoria le opzioni su valute e su tassi d'interesse;
- b) alle polizze di assicurazione viaggio e bagagli o alle analoghe polizze assicurative a breve termine di durata inferiore a un mese;
- c) ai contratti interamente eseguiti da entrambe le parti su esplicita richiesta scritta del consumatore prima che quest'ultimo eserciti il suo diritto di recesso.
6. Il diritto di recesso si considera esercitato dal consumatore entro il termine di recesso previsto dai commi 1, 2, 3, 4 e 5 se la dichiarazione di recesso è trasmessa dallo stesso consumatore prima della scadenza del termine di recesso.
7. Se un servizio accessorio relativo al contratto di servizi finanziari a distanza è prestato dal professionista o da un terzo sulla base di un accordo tra il medesimo soggetto terzo e il professionista, il consumatore non è vincolato dal contratto accessorio se esercita il suo diritto di recesso a norma del presente articolo. Se il consumatore sceglie di risolvere il contratto accessorio, ovvero di recedere dal contratto accessorio, non gli è addebitato alcun costo.
8. Rimangono impregiudicate le disposizioni nazionali che stabiliscono il periodo di tempo durante il quale l'esecuzione del contratto non può avere inizio.
9. Se un atto dell'Unione europea diverso dalla direttiva (UE) 2023/2673 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 novembre 2023, recante la disciplina di specifici servizi finanziari, contiene norme sul diritto di recesso, a detti specifici servizi finanziari si applicano soltanto le norme sul diritto di recesso di tale atto dell'Unione europea, salvo che sia diversamente disposto in tale atto dell'Unione europea. Se tale atto dell'Unione europea conferisce agli Stati membri il diritto di scegliere tra il diritto di recesso e un'alternativa, come un periodo di riflessione, solo le corrispondenti norme di tale atto dell'Unione europea si applicano a tali servizi finanziari specifici, salvo che sia diversamente disposto in tale atto dell'Unione europea.

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

59-novies. Pagamento del servizio prestato prima del recesso.¹ – 1. Il consumatore che esercita il diritto di recesso previsto dall'articolo 59-octies può essere tenuto a pagare solo l'importo del servizio finanziario effettivamente prestato dal professionista conformemente al contratto a distanza. Il consumatore paga senza indebito ritardo tale servizio. L'importo non può:

- a) eccedere un importo proporzionale all'importanza del servizio già prestato in rapporto a tutte le prestazioni previste dal contratto a distanza;
- b) essere tale da poter costituire una penale.
2. Il consumatore non è tenuto a pagare alcun importo se recede da un contratto di assicurazione.
3. Il professionista non può esigere dal consumatore il pagamento di un importo in base al comma 1 se non è in grado di provare che il consumatore è stato debitamente informato dell'importo dovuto, in conformità all'articolo 59-quater, comma 1, lettera r). Egli non può, comunque, esigere tale pagamento se ha dato inizio all'esecuzione del contratto prima della scadenza del termine di esercizio del diritto di recesso di cui all'articolo 59-octies, comma 1, senza che vi fosse una preventiva richiesta del consumatore.
4. Il professionista è tenuto a rimborsare al consumatore, quanto prima e non oltre trenta giorni di calendario dalla data in cui il professionista riceve la comunicazione di recesso, tutti gli importi da questo versatigli in conformità del contratto a distanza, ad eccezione dell'importo di cui al comma 1.
5. Il consumatore restituisce al professionista, quanto prima e non oltre trenta giorni di calendario dalla data in cui recede dal contratto, qualsiasi importo abbia ricevuto dal professionista.

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

59-decies. Chiarimenti adeguati.¹ – 1. Prima della conclusione del contratto, i professionisti offrono al

consumatore chiarimenti adeguati sui contratti di servizi finanziari proposti per consentirgli di valutare se il contratto e i servizi accessori proposti sono adatti alle sue esigenze e alla sua situazione finanziaria. Tali chiarimenti sono forniti al consumatore gratuitamente e hanno ad oggetto almeno:

- a) le informazioni precontrattuali obbligatorie;
 - b) le caratteristiche essenziali del contratto proposto, compresi gli eventuali servizi accessori;
 - c) gli effetti specifici che il contratto proposto può avere sul consumatore, incluse, se del caso, le conseguenze del mancato pagamento o di ritardi di pagamento da parte del consumatore.
2. Le disposizioni della normativa di settore che disciplinano l'offerta del servizio o del prodotto interessato specificano le modalità e la portata dei chiarimenti da fornire ai sensi del presente articolo anche in base al contesto nel quale il servizio finanziario è offerto, al destinatario e alla natura del servizio finanziario offerto.
 3. Se il professionista utilizza strumenti online, il consumatore ha il diritto di chiedere e ottenere l'intervento umano nella stessa lingua utilizzata per le informazioni precontrattuali fornite in conformità dell'articolo 59-*quater*, comma 1, nella fase precontrattuale e, in casi giustificati, dopo la conclusione del contratto a distanza. Per casi giustificati si intendono, a titolo esemplificativo, il rinnovo di un contratto, gravi difficoltà per il consumatore o la necessità di ulteriori spiegazioni in merito alle condizioni contrattuali.
 4. L'onere della prova relativo all'adempimento degli obblighi relativi ai chiarimenti adeguati di cui al presente articolo incombe sul professionista.
 5. Se un atto dell'Unione europea diverso dalla direttiva (UE) 2023/2673 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 novembre 2023, recante la disciplina di specifici servizi finanziari, contiene norme sui chiarimenti adeguati da fornire al consumatore, a detti specifici servizi finanziari si applicano soltanto le norme di tale atto dell'Unione europea, salvo che sia diversamente disposto in tale atto dell'Unione europea.

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

59-undecies. Protezione supplementare relativa alle interfacce online.¹ – 1. Fatte salve le disposizioni di cui agli articoli da 18 a 27-*quater* e le disposizioni di cui al decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, e al regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, il professionista adotta procedure interne volte a evitare che la struttura e le funzionalità delle interfacce online usate per la conclusione di contratti di servizi finanziari a distanza siano progettate, organizzate e gestite in modo da indurre in errore o manipolare i consumatori che sono destinatari del servizio o altrimenti distorcere o compromettere la loro capacità di prendere decisioni libere e informate. Le procedure interne assicurano in particolare che le interfacce online:

- a) non attribuiscono maggiore rilevanza a talune scelte nel chiedere ai consumatori che sono destinatari del loro servizio di prendere una decisione;
- b) non chiedono ripetutamente che i consumatori che sono destinatari del servizio effettuino una scelta laddove tale scelta sia già stata fatta, specialmente presentando pop-up che interferiscono con l'esperienza dell'utente;
- c) non rendono la procedura di recesso da un servizio più difficile della procedura di sottoscrizione dello stesso.

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

59-duodecies. Esercizio dei poteri di vigilanza.¹ – 1. Le autorità di vigilanza dei settori bancario, assicurativo, finanziario e della previdenza complementare, nell'esercizio dei rispettivi poteri, anche d'ufficio, ordinano ai soggetti vigilati la cessazione o vietano l'inizio di pratiche non conformi alle disposizioni della presente sezione.

2. Restano ferme le competenze dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato ai sensi del presente codice e del decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, nonché le disposizioni in materia bancaria, finanziaria, assicurativa e dei sistemi di pagamento e di previdenza complementare, ivi comprese le attribuzioni delle rispettive autorità di vigilanza di settore.

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

59-terdecies. Sanzioni.¹ – 1. Salvo che il fatto costituisca reato, il professionista che contravviene alle

norme di cui alla presente sezione è punito con la sanzione amministrativa pecuniaria, per ciascuna violazione, da euro 7.500 a euro 75.000, tenuto conto della gravità e della durata della violazione ed anche delle condizioni economiche e patrimoniali del professionista.

2. Nei casi di particolare gravità o di recidiva, nonché nell'ipotesi della violazione dell'articolo 59-duodecies, comma 1, i limiti minimo e massimo della sanzione indicata al comma 1 sono raddoppiati.
3. Le autorità di vigilanza dei settori bancario, assicurativo, finanziario e della previdenza complementare, ciascuna nel proprio ambito di competenza, accertano le violazioni alle disposizioni di cui alla presente sezione e le relative sanzioni sono irrogate secondo le procedure rispettivamente applicabili in ciascun settore.
4. Il contratto è nullo, nel caso in cui il professionista ostacola l'esercizio del diritto di recesso da parte del contraente ovvero non rimborsa le somme da questi eventualmente pagate, ovvero viola gli obblighi di informativa precontrattuale in modo da alterare in modo significativo la rappresentazione delle caratteristiche del servizio finanziario offerto.
5. La nullità può essere fatta valere dal consumatore o rilevata d'ufficio dal giudice e obbliga le parti alla restituzione di quanto ricevuto. Nei contratti di assicurazione l'impresa è tenuta alla restituzione dei premi pagati e deve adempiere alle obbligazioni concernenti il periodo in cui il contratto ha avuto esecuzione. Non sono ripetibili gli indennizzi e le somme eventualmente corrisposte dall'impresa agli assicurati e agli altri aventi diritto a prestazioni assicurative. È fatto salvo il diritto del consumatore ad agire per il risarcimento dei danni.
6. Alle violazioni della presente sezione rilevanti ai sensi dell'articolo 21 del regolamento (UE) 2017/2394 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2017, le autorità dei settori bancario, assicurativo, finanziario e della previdenza complementare applicano le sanzioni di cui ai commi 1 e 2. Ai procedimenti sanzionatori di competenza delle suddette autorità nazionali si applicano le disposizioni della legge 24 novembre 1981, n. 689 salvo che le disposizioni speciali della normativa di settore, anche in relazione alla competenza giurisdizionale, prevedano diversamente.
7. Sono fatte salve le sanzioni previste dal codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196.

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

SEZIONE IV

Disposizioni generali

- 65-ter. Avviso armonizzato ed etichetta armonizzata.**¹ – 1. Le informazioni di cui all'articolo 48, comma 1, lettera e), e all'articolo 49, comma 1, lettera n), sono fornite mediante l'utilizzo dell'avviso armonizzato di cui all'allegato II-*octies*, parte 1.
2. Le informazioni di cui all'articolo 48, comma 1, lettera e-bis), e all'articolo 49, comma 1, lettera n-bis), sono fornite mediante l'utilizzo dell'etichetta armonizzata di cui all'allegato II-*octies*, parte 2.
 3. Con decreto del Ministro delle imprese e del made in Italy, da pubblicare nella *Gazzetta Ufficiale*, è stabilito l'adeguamento dell'allegato II-*octies* alle modifiche apportate agli atti di esecuzione di cui all'articolo 22-bis della direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, recanti il formato e il contenuto dell'avviso armonizzato e dell'etichetta armonizzata di cui al presente articolo.

¹ Articolo ins. dall'art. 1, D.lgs. 20 feb. 2026, n. 30. La disposizione si applica a decorrere dal 27 set. 2026.

- 66. Tutela amministrativa e giurisdizionale.** – 1. Al fine di garantire il rispetto delle disposizioni contenute nelle Sezioni da I a IV del presente capo nonché dell'articolo 141-*sexies*, commi 1, 2 e 3 da parte degli operatori, trovano applicazione le disposizioni di cui agli articoli 27, 139, 140, 140-*bis*, 141 e 144 del presente codice.¹
2. L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, d'ufficio o su istanza di ogni soggetto o organizzazione che ne abbia interesse, accerta le violazioni delle norme di cui alle Sezioni I, II, III e IV del presente Capo del presente capo, ne inibisce la continuazione e ne elimina gli effetti.²

3. In materia di accertamento e sanzione delle violazioni, si applica l'articolo 27, commi da 2 a 15, del presente codice.
4. L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato svolge le funzioni di autorità competente ai sensi dell'articolo 3, numero 6), del regolamento (UE) 2017/2394 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2017, nelle materie di cui alle Sezioni I, II, III e IV del presente Capo.^{2,3}
5. È comunque fatta salva la giurisdizione del giudice ordinario. È altresì fatta salva la possibilità di promuovere la risoluzione extragiudiziale delle controversie inerenti al rapporto di consumo, nelle materie di cui alle sezioni da I a IV del presente capo, mediante il ricorso alle procedure di cui alla parte V, titolo II-*bis*, del presente codice.⁴

¹ Comma così modif. dall'art. 1, c. 6, D.lgs. 6 ago. 2015, n. 130.

² Comma così modif. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

² Comma così modif. dall'art. 37, c. 1, L. 23 dic. 2021, n. 238.

³ Comma così sost. dall'art. 1, c. 7, D.lgs. 6 ago. 2015, n. 130.

SEZIONE IV-*bis*

*Commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori*¹

¹ La sezione IV-*bis* è stata ins. dall'art. 9 D.lgs. 23 ott. 2007, n. 221, e quindi abrog. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

67-bis-67viciesbis.

¹ Articoli ins. dall'art. 9 D.lgs. 23 ott. 2007, n. 221, e quindi abrog. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

ALLEGATO I

Informazioni relative all'esercizio del diritto di recesso

A. Istruzioni tipo sul recesso - ai sensi dell'art. 49, comma 4 -

Diritto di recesso

Lei ha il diritto di recedere dal contratto, senza indicarne le ragioni, entro 14 giorni.

Il periodo di recesso scade dopo 14 giorni dal giorno [...1...].

Per esercitare il diritto di recesso, Lei è tenuto a informarci ([...2...]) della sua decisione di recedere dal presente contratto tramite una dichiarazione esplicita (ad esempio lettera inviata per posta o posta elettronica)¹. A tal fine può utilizzare il modulo tipo di recesso allegato, ma non è obbligatorio [...3...].

Per rispettare il termine di recesso, è sufficiente che Lei invii la comunicazione relativa all'esercizio del diritto di recesso prima della scadenza del periodo di recesso.

Effetti del recesso

Se Lei recede dal presente contratto, Le saranno rimborsati tutti i pagamenti che ha effettuato a nostro favore, compresi i costi di consegna (ad eccezione dei costi supplementari derivanti dalla Sua eventuale scelta di un tipo di consegna diverso dal tipo meno costoso di consegna standard da noi offerto), senza indebito ritardo e in ogni caso non oltre 14 giorni dal giorno in cui siamo informati della Sua decisione di recedere dal presente contratto. Detti rimborsi saranno effettuati utilizzando lo stesso mezzo di pagamento da Lei usato per la transazione iniziale, salvo che Lei non abbia espressamente convenuto altrimenti; in ogni caso, non dovrà sostenere alcun costo quale conseguenza di tale rimborso [...4...].

[...5...]

[...6...]

¹ Parole così modif. dall'art. 1, c. 22, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

Istruzioni per la compilazione:

1. Inserire uno dei seguenti testi tra virgolette:

- a) in caso di un contratto di servizi o di un contratto per la fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata, di teleriscaldamento o di contenuto digitale che non è fornito su un supporto materiale: «della conclusione del contratto.»;
- b) nel caso di un contratto di vendita: «in cui Lei o un terzo, diverso dal vettore e da Lei designato, acquisisce il possesso fisico dei beni.»;
- c) nel caso di un contratto relativo a beni multipli ordinati dal consumatore in un solo ordine e consegnati separatamente: «in cui Lei o un terzo, diverso dal vettore e da Lei designato, acquisisce il possesso fisico dell'ultimo bene.»;
- d) nel caso di un contratto relativo alla consegna di un bene consistente di lotti o pezzi multipli: «in cui Lei o un terzo, diverso dal vettore e da Lei designato, acquisisce il possesso fisico dell'ultimo lotto o pezzo.»;
- e) nel caso di un contratto per la consegna periodica di beni durante un determinato periodo di tempo: «in cui Lei o un terzo, diverso dal vettore e da Lei designato, acquisisce il possesso fisico del primo bene.»

2. Inserire il nome, l'indirizzo geografico e, qualora disponibili, il numero di telefono [e di fax]¹ e l'indirizzo di posta elettronica.

¹ Parole soppresse dall'art. 1, c. 22, D.lgs. 7 mar. 2023, n. 26.

3. Se si è tenuti a fornire una funzione per consentire al consumatore di recedere dal contratto concluso online, inserire quanto segue: “È inoltre possibile esercitare il diritto di recesso online su [inserire l'indirizzo Internet o un'altra spiegazione adeguata in merito a dove è disponibile la funzione di recesso]. Se si utilizza questa funzione online, trasmetteremo senza indebito ritardo un avviso di ricevimento del recesso su un supporto durevole (ad esempio tramite posta elettronica), compresi il suo contenuto e la data e l'ora della sua trasmissione.”. Se si dà al consumatore la possibilità di compilare e inviare elettronicamente le informazioni relative al suo recesso dal contratto sul proprio sito web, inserire quanto segue: “Il modulo tipo di recesso o qualsiasi altra esplicita dichiarazione si possono anche compilare e inviare elettronicamente sul nostro sito web [inserire l'indirizzo]. Nel caso si scelga detta opzione, trasmetteremo senza ritardo una conferma di ricevimento del recesso su un supporto durevole (ad esempio tramite posta elettronica).”.¹

¹ Numero così sost. dall'art. 1, D.lgs. 31 dic. 2025, n. 209.

4. Per i contratti di vendita nei quali Lei non ha offerto di ritirare i beni in caso di recesso, inserire quanto segue: «Il rimborso può essere sospeso fino al ricevimento dei beni oppure fino all'avvenuta dimostrazione da parte del consumatore di aver rispedito i beni, se precedente.»

5. Se il consumatore ha ricevuto i beni oggetto del contratto:

a) Inserire:

- «Ritireremo i beni.»; oppure
- «È pregato di ripredire i beni o di consegnarli a noi o a ... **[inserire il nome e l'indirizzo geografico, se del caso, della persona da Lei autorizzata a ricevere i beni]**, senza indebiti ritardi e in ogni caso entro 14 giorni dal giorno in cui ci ha comunicato il suo recesso dal presente contratto. Il termine è rispettato se Lei rispedisce i beni prima della scadenza del periodo di 14 giorni.»

b) Inserire:

- «I costi della restituzione dei beni saranno a nostro carico.»;
- «I costi diretti della restituzione dei beni saranno a Suo carico.»;
- Se, in un contratto a distanza, Lei non offre di sostenere il costo della restituzione dei beni e questi ultimi, per loro natura, non possono essere normalmente restituiti a mezzo posta: «Il costo diretto di ... EUR **[inserire l'importo]** per la restituzione dei beni sarà a Suo carico.»; oppure se il costo della restituzione dei beni non può essere ragionevolmente calcolato in anticipo: «Il costo diretto della restituzione dei beni sarà a Suo carico. Il costo è stimato essere pari a un massimo di circa ... EUR **[inserire l'importo]**», oppure

- Se, in caso di un contratto negoziato fuori dei locali commerciali, i beni, per loro natura, non possono essere normalmente restituiti a mezzo posta e sono stati consegnati al domicilio del consumatore alla data di conclusione del contratto: «Ritireremo i beni a nostre spese.»
 - c) inserire: «Lei è responsabile solo della diminuzione del valore dei beni risultante da una manipolazione del bene diversa da quella necessaria per stabilire la natura, le caratteristiche e il funzionamento dei beni.»
- 6.** In caso di un contratto per la fornitura di acqua, gas ed elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata, o di teleriscaldamento, inserire quanto segue: «Se Lei ha chiesto di iniziare la prestazione di servizi o la fornitura di acqua/gas elettricità/teleriscaldamento [cancellare la dicitura inutile] durante il periodo di recesso, è tenuto a pagarci un importo proporzionale a quanto fornito fino al momento in cui Lei ha ci comunicato il Suo recesso dal presente contratto, rispetto a tutte le prestazioni previste dal contratto.»