

di Beatrice Nardo

CONTRATTI TIPO: UNA TUTELA PER IL CONSUMATORE UNA RISORSA PER LE IMPRESE

La problematica delle condizioni generali di contratto nei contratti per adesione ha un notevole rilievo economico-sociale.

Le **condizioni generali di contratto** sono modelli contrattuali uniformi o standard, predisposti unilateralmente dalle imprese per gestire un numero indeterminato di rapporti contrattuali.

Il **fenomeno appartiene all'esperienza quotidiana**, i contratti di fornitura (acqua luce gas) come i contratti bancari o assicurativi sono tutti stipulati mediante la mera sottoscrizione di moduli predisposti dall'impresa.

Si tratta dei cosiddetti “**contratti per adesione**”, terminologia che allude alla principale caratteristica di tali contratti, ovvero la mancanza di trattativa individuale. In sostanza, il consumatore ha solo la possibilità di aderire – ma accettando in blocco le varie clausole predisposte anticipatamente e unilateralmente dall'impresa mediante sottoscrizione di moduli prestampati – ovvero di non aderire, ma non di modificarne i contenuti.

Il fenomeno risale già ai primi anni del '900, con l'apparire dello **sviluppo tecnologico avanzato**, ovvero quando la rapidità delle transazioni commerciali diventa un elemento essenziale della concorrenza e dell'economia in generale, ed acquista un enorme rilievo con l'avvento della società dei consumi.

Quindi, i contratti in cui la trattativa individuale è inesistente e che vengono sostanzialmente stipulati con la sottoscrizione di moduli prestampati, vengono anche definiti “**contratti di massa**”, per significare che destinatari sono una massa potenzialmente infinita di clienti, indistinti per quanto riguarda le posizioni contrattuali. **Viene meno il paradigma dell'autonomia negoziale per approdare ad un sistema contrattuale confezionato.**

I vantaggi per l'imprenditore sono molteplici: la comodità di predisporre regolamenti negoziali uniformi per tutti, con notevole risparmio di tempi e di costi nella contrattazione; la rapidità della conclusione del contratto; la predisposizione di schemi contrattuali più vantaggiosi per l'impresa di quelli derivanti dalla contrattazione individuale, senza contare che,

se si ricorre in maniera sistematica e generalizzata a determinate condizioni generali, è possibile che **tali condizioni si trasformino di fatto in clausole d'uso o usi negoziali**.

In questo caso le clausole si intendono inserite nel contratto salvo che risultino non volute dalle parti.

I contratti per adesione si caratterizzano per la presenza di parti in **posizione di forza contrattuale differente**, dove tipicamente nella posizione di forza si trova il professionista od imprenditore.

Il **diverso peso contrattuale può determinare situazioni di squilibrio**, lo schema contrattuale si altera e le prestazioni corrispettive non rispettano una proporzione accettabile, in particolare in presenza di **consumatori, ritenuti i contraenti deboli rispetto all'impresa che viene ritenuta in una posizione dominante.**, sia in quanto il cliente/aderente non è messo nelle condizioni di modificare il contratto, sia per la mancanza di conoscenze tecniche di cui al contrario l'imprenditore dispone.

La tematica della posizione dominante, ovvero la disparità di forza contrattuale a favore di alcune imprese, è stata ritenuta gravemente lesiva della posizione anzitutto dei consumatori ma anche in via indiretta delle imprese che si comportano con maggiore equilibrio e correttezza contrattuale, determinando in sostanza una concorrenza sleale: **è chiaro infatti che i vantaggi abusivi in danni di clienti determina un abbattimento dei costi, con danno dei concorrenti leali e in ultima analisi di un mercato unitario e corretto.**

Il Legislatore comunitario è quindi intervenuto con proprie direttive per contrastare l'asimmetria contrattuale.

La disciplina più interessante sul tema è sicuramente quella delle **clausole vessatorie**, con la quale viene introdotto – in deroga al principio dell'autonomia negoziale privata – un **controllo sostanziale nei contratti** di cui sia parte un soggetto che riveste lo status di consumatore, nozione che da meramente descrittiva è divenuta giuridica con l'approvazione del Codice del Consumo con il D.Lgs. 206/2005.

Prima dell'adozione del Codice del Consumo nel 2005, la tutela del consumatore nel caso di contratti conclusi sulla base delle condizioni generali di contratto era affidata all'art. 1341 cod. civ. che tuttavia prevedeva che le clausole fossero valide ed efficaci se specificamente

approvate dal consumatore, ovvero il regime della cd “**doppia firma**”, con una tutela solo formale.

Con la normativa del Codice del Consumo, di derivazione europea, la nuova tutela del consumatore ha natura sostanziale e non meramente formale, per cui **il giudice** non si limiterà a verificare l'esistenza o meno della “doppia sottoscrizione” ma **potrà anche**, diversamente da prima, valutare e **sindacare il contenuto del contratto**.

Varie sono le previsioni normative attraverso cui si articola la tutela del consumatore nel Codice del Consumo: vi sono **obblighi informativi** concernenti prodotti e/o servizi erogati dal professionista , la cui violazione comporta l'irrogazione di sanzioni pecuniarie; è sancito il **divieto di pratiche commerciali scorrette, ingannevoli e aggressive** e l'Autorità garante della concorrenza e del mercato opera come autorità indipendente responsabile dell'esecuzione della normativa che tutela i consumatori; fondamentale è l'art. **33 del Codice del Consumo**, il quale precisa che si considerano **vessatorie le clausole** contenute nel contratto fra consumatore e professionista che – **malgrado la buona fede** – **determinano** a carico del consumatore un significativo **squilibrio dei diritti ed obblighi derivanti dal contratto**.

Vengono poi elencate dall'art. 33 venti ipotesi di clausole che, fino a prova contraria, si presumono vessatorie – la cd Grey list - mentre l'art. 36 prevede le clausole sicuramente vessatorie, la cd. Black list .

Il Codice del Consumo introduce anche una misura che non esisteva precedentemente nel panorama giuridico italiano, ovvero la cd “**nullità di protezione**” che consiste in sostanza in una nullità del contratto che opera solo a vantaggio del consumatore, ovvero può essere azionata solo dal consumatore, mentre è preclusa ogni azione volta a far dichiarare nullo il contratto da parte del professionista e può essere rilevata d'ufficio dal Giudice, in base alla quale decade solo la parte vessatoria ma tutto il resto del contratto rimane valido.

Se si riflette sul regime di **estrema protezione** che l'attuale normativa riconosce al consumatore; sul fatto che, in base all'art. 3 del Codice del Consumo, **Consumatore è la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività professionale** eventualmente svolta - e quindi in tale definizione rientrano la maggioranza dei clienti delle zone

montane/aree sciabili; sul fatto che, in caso di clausola contrattuale che determina uno significativo squilibrio, **il consumatore può vantare la nullità di protezione** e, pertanto, **il professionista non può pretendere l'adempimento derivante dalla clausola dichiarata nulla**, ben si comprende la necessità che le condizioni generali di contratto siano scevre di clausole vessatorie, lo schema contrattuale sia nel suo complesso ben equilibrato e quindi tale da poter non solo definire gli obblighi ed i diritti del professionista da un lato e del consumatore dall'altro con chiarezza e senza ambiguità, ma anche che tali diritti ed obblighi siano fra loro bilanciati.

Non vale la pena dilungarsi su un dibattito dottrinario e giurisprudenziale che anima gli esperti della materia, ma sta avanzando il fronte di coloro che ritengono che la **tutela del consumatore vada estesa anche alle piccole imprese**, ovvero quelle che si trovano comunque in una posizione di svantaggio rispetto alla controparte contrattuale. Questo argomento potrebbe divenire degno di attenzione per gli imprenditori della montagna, nel momento in cui ad esempio un modesto tour operator potesse apparire la parte debole rispetto ad un grosso comprensorio sciistico.

Va comunque ricordata, in questo ambito, in tema di soggetti deboli diversi dai consumatori, la tutela dischiusa dall'art. 9 l.192/1998 che -sebbene all'interno della legge sulla subfornitura- è norma di portata generale, che prevede che:

Art. 9.

Abuso di dipendenza economica

1. È vietato l'abuso da parte di una o più imprese dello stato di dipendenza economica nel quale si trova, nei suoi o nei loro riguardi, una impresa cliente o fornitrice. Si considera dipendenza economica la situazione in cui un'impresa sia in grado di determinare, nei rapporti commerciali con un'altra impresa, un eccessivo squilibrio di diritti e di obblighi. La dipendenza economica è valutata tenendo conto anche della reale possibilità per la parte che abbia subito l'abuso di reperire sul mercato alternative soddisfacenti.

2. *L'abuso può anche consistere nel rifiuto di vendere o nel rifiuto di comprare, nella imposizione di condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose o discriminatorie, nella interruzione arbitraria delle relazioni commerciali in atto.*

3. *Il patto attraverso il quale si realizzi l'abuso di dipendenza economica è nullo.*

Questo il preambolo è necessario per comprendere le motivazioni che hanno suggerito a Regione Lombardia e ad Unioncamere Lombardia di avviare, nell'ambito dell'Accordo di Programma per la competitività - Asse 2, una iniziativa congiunta, finalizzata al rilancio delle aree sciabili e a vocazione sportiva della Lombardia, nonché degli sport invernali, mediante un innalzamento della qualità dei servizi offerti dai professionisti delle attività ludiche e sportive della montagna ai consumatori nelle Aree sciabili della Lombardia.

E' infatti intuibile come **l'eventuale assenza** - da parte degli impiantisti come delle Scuole di Sci – **di condizioni generali di erogazione dei servizi offerti**, si traduca in pratica in una incertezza degli obblighi e dei diritti delle parti contrattuali, con conseguente rischio di contenzioso, mentre la **presenza di condizioni generali di contratto che tuttavia rechino al proprio interno degli elementi di squilibrio contrattuale a favore dell'impresa**, espone quest'ultima alla valutazione dell'autorità giudiziaria, in caso di insorgenza di un contenzioso, in quanto il giudice è chiamato ora a valutare l'inserimento di clausole vessatorie, essendo venuto meno il principio della autonomia negoziale in tema di contratti dei consumatori.

L'eventuale caducazione di singole clausole per effetto della nullità di protezione, ma non dell'intero contratto, che rimane valido per la parte non vessatoria, comporta la modifica delle condizioni contrattuali, con ricadute anche sui profitti che l'imprenditore si era immaginato di conseguire, oltre naturalmente alle conseguenze in tema di buon nome commerciale.

Le conseguenze descritte sono sicuramente penalizzanti, sia sotto il profilo dell'immagine di accoglienza di un comprensorio montano nei confronti della propria clientela che sotto il profilo economico.

Ben diverso è per l'imprenditore poter offrire condizioni generali di contratto che he individuino con precisione i contenuti delle reciproche obbligazioni e garantiscano al cliente/consumatore servizi chiari, ben definiti e individuati anticipatamente e

l'indicazione delle modalità di gestione del reclamo/contenzioso, in un sostanziale equilibrio fra le parti.

Regione Lombardia e l'Unioncamere Lombardia – **con l'intento di definire per la prima volta regole chiare e condivise per la fruizione dei servizi erogati nelle aree sciabili lombarde, tutelare adeguatamente i consumatori/sciatori, nell'interesse generale del sistema economico e per promuovere il riposizionamento competitivo del comparto turistico montano attraverso il miglioramento della qualità e dell'affidabilità dei servizi offerti** - hanno ritenuto che tale risultato potesse essere perseguito anche mediante la predisposizione di un modello di contratto tipo per la regolazione dei rapporti commerciali fra gestori degli impianti di risalita e utenti/consumatori e mediante la predisposizione di contratto tipo in materia di Scuole di Sci

Sono stati quindi predisposti nel 2011 il *“Contratto tipo per la regolazione dei rapporti commerciali tra gestori degli impianti di risalita ad uso prevalentemente sciistico e consumatori/utenti”* e nel 2012 il *“Contratto tipo per la definizione di standard di qualità per le scuole di sci, snowboard e maestri di sci nel territorio della Lombardia”*.

Poiché nel preambolo ho parlato di condizioni generali di contratto e ora mi riferisco ai contratti tipo, vale la pena precisare che le condizioni generali di contratto vanno distinte dai contratti tipo, in quanto le **condizioni generali** costituiscono il regolamento che disciplina in maniera uguale i rapporti contrattuali del predisponente, mentre il **contratto tipo** rappresenta un modello di contratto da utilizzare per la conclusione di una serie indefinita di contratti mediante il riempimento delle parti in bianco. Va detto che tali distinzioni sono dottrinarie, nella pratica le due espressioni vengono usate indistintamente.

La predisposizione dei contratti tipo è stata sviluppata mediante un tavolo di lavoro al quale sono stati chiamati a partecipare funzionari della Regione Lombardia, Direzione Generale Sport e Giovani; L'unioncamere Lombardia; Camera di Commercio di Brescia; l'Associazione Nazionale Esercenti Funiviari (ANEF), sezione Lombardia; il Collegio dei maestri di sci della Lombardia; il rappresentante delle Associazioni dei consumatori della Lombardia, con il prezioso apporto, per quanto riguarda il primo dei contratti tipo ovvero il *“Contratto tipo per la regolazione dei rapporti commerciali tra gestori degli impianti di risalita ad uso*

prevalentemente sciistico e consumatori/utenti” del prof. Umberto Izzo docente di Diritto privato comparato della responsabilità civile presso la Facoltà di Giurisprudenza dell'Università degli Studi di Trento ed esperto di responsabilità sciistica e sicurezza nella pratica degli sport invernali, appositamente incaricato da Unioncamere Lombardia d'intesa con il gruppo di lavoro Regolazione del Mercato, che ha integrato il progetto redigendo il testo del “Contratto tipo per il trasporto di persone in montagna mediante impianto traente a fune nel territorio della Regione Lombardia”.

Il coinvolgimento degli Enti camerali nel progetto impone di ricordare il ruolo delle Camere di Commercio in materia di Regolazione del Mercato e redazione di contratti tipo.

Le Camere di commercio svolgono funzioni di interesse generale per le imprese e per lo sviluppo del medesimo sistema imprenditoriale; contribuiscono alla regolazione delle dinamiche del mercato in seguito alla legge di riforma 29 dicembre 1993, n. 580, che attribuisce loro il potere di promuovere la redazione di contratti-tipo relativi ai più diffusi rapporti sia fra imprenditori, sia fra questi ed i consumatori; di esercitare il controllo sulle pratiche contrattuali d'impresa al fine di contrastare l'inserimento nei contratti di clausole inique; di costituirsi parte civile nei giudizi relativi ai delitti contro l'economia pubblica, l'industria e il commercio, potendo altresì promuovere le opportune azioni per la repressione della concorrenza sleale.

Con le politiche di liberalizzazione, si fa più evidente il ruolo centrale della funzione di armonizzazione e di tutela del mercato, che deve - fra l'altro - supportare quelle dinamiche concorrenziali che si traducono in benefici per il sistema imprenditoriale e per i consumatori.

Per quanto concerne, in particolare, l'approntamento di contratti-tipo, il ruolo camerale è affermato anche dalla l. 18 giugno 1998 n. 192, recante la disciplina della subfornitura industriale, il cui art. 3 consente alle Camere stesse di farsi promotrici di accordi fra le associazioni di categoria della grande e della piccola impresa al fine di integrare la disciplina legale, eventualmente derogandola.

Le Camere di commercio assicurano i servizi di regolazione del mercato, e quindi anche l'approntamento dei contratti-tipo, mediante commissioni all'uopo costituite, che si avvalgono oltre che del personale delle stesse Camere, di docenti universitari e professionisti e sono di

volta in volta integrate da funzionari delle organizzazioni ed associazioni rappresentative dei contrapposti interessi che costituiscono l'oggetto del rapporto contrattuale da disciplinare.

I gruppi di lavoro così costituiti sviluppano le condizioni generali di contratto idonee a regolare in modo non conflittuale fenomeni dalla spiccata rilevanza economica, privilegiando le migliori pratiche commerciali e formulando la regolazione negoziale atta all'equo contemperamento degli interessi in giuoco.

La Camera di Commercio di Brescia già da diversi anni vede attiva al proprio interno una Commissione per l'esame delle clausole vessatorie, di cui fanno parte, oltre a dirigenti e funzionari camerale, professori universitari, professionisti iscritti agli Albi professionali e rappresentanti delle Associazioni dei Consumatori.

Tale Commissione ha licenziato molti importanti pareri, a seguito di esame sulla presenza di clausole vessatorie nelle condizioni generali di contratto adottate da importanti soggetti dell'attuale panorama economico – banche, gestori dei servizi di telefonia e dei servizi ebergetici etc. - oltre ad un cospicuo lavoro nella redazione dei contratti tipo in materia di intermediazione immobiliare, messi poi a disposizione dell'utenza gratuitamente, quindi tanto delle imprese che dei consumatori.

Va in proposito osservato che, **nelle attuali dinamiche di mercato, le norme autoregolamentari possono presentare maggiore efficacia di quelle statuali**, spesso non attuali o non adeguate ai rapidi mutamenti del mercato.

Onde **evitare la salvaguardia di meri interessi corporativi**, all'elaborazione dei canoni di comportamento di determinate categorie di operatori partecipano le associazioni dei consumatori e degli utenti.

Se la regolazione delle dinamiche del mercato è quindi ineludibile, **le associazioni di categoria e quelle esponenti interessi collettivi possono contribuire allo sviluppo di regole deputate a sovrintendere in modo non conflittuale fenomeni di rilevanza economica e sociale, acquisendo insieme alle Camere di commercio promotrici credibilità proporzionale all'efficacia dei servizi resi**: così l'esigenza di conferire maggiori garanzie ai consumatori si coniuga con l'esigenza degli operatori più seri di differenziarsi dagli imprenditori che erogano servizi scadenti.

Una parola sui lavori svolti.

Il Gruppo di lavoro ha individuato il primo obiettivo del proprio compito nella redazione di un testo contrattuale aggiornato, organico, sistematico, e dal linguaggio comprensibile a tutti, partendo comunque dalle condizioni generali già esistenti che, va detto, presentavano elementi di asimmetria contrattuale a favore degli imprenditori.

Lo schema seguito nella redazione del nuovo contratto-tipo è modulare, in quanto ogni tema è trattato ed esaurito all'interno di uno specifico articolo, cui è apposto un titolo che consente con Immediatezza di identificarne il contenuto.

Ogni argomento trattato, è stato frutto del confronto fra gli operatori del settore, i rappresentanti delle istituzioni ed il rappresentante regionale delle Associazioni dei Consumatori.

Il prodotto finale è un testo condiviso ed apprezzato da tutte le componenti del tavolo di lavoro, che si sono ripromesse di mettere a disposizione dei fruitori uno strumento utile a garantire le posizioni di entrambe le parti, nella reciprocità di diritti e doveri ben delineati, certi e conosciuti anticipatamente.

In definitiva, **l'utilizzazione dei contratti-tipo consente la riduzione del rischio di contenzioso** - collegato sia alla sopravvivenza di regole ormai estranee all'economia del rapporto, sia a divergenti interpretazioni delle norme contrattuali - **in quanto ogni cura è stata dedicata affinché il testo sia immune da ambiguità, rischi di letture alternative**, che potrebbero anche derivare da interpretazioni giurisprudenziali adottate da giurisdizioni territorialmente lontane - tenuto conto che il foro di competenza, in caso di rapporto con il consumatore, è sempre quello della sede di residenza del consumatore stesso.

E' stata sancita, a livello giurisprudenziale, l'abusività, ai sensi dell'art. 33, 2° comma, lett. u), d.lgs. 6 settembre 2005 n.206, codice del consumo (nel prosieguo cod. cons.) delle clausole, nei contratti stipulati tra professionista e consumatore, che prevedono quale foro competente un luogo diverso da quello di residenza o domicilio elettivo di quest'ultimo. La norma richiamata stabilisce, infatti, che «Si presumono vessatorie fino a prova contraria le clausole che hanno per oggetto o per effetto di:(...)u)stabilire come sede del foro competente sulle controversie località diversa da quella di residenza o domicilio elettivo del consumatore» (art.

33, 2° co., lett. u), cod. cons.).

Va infine ricordata la scelta di indicare il Servizio di Conciliazione della Camera di Commercio competente per territorio per gestire l'eventuale contenzioso che non fosse stato risolto direttamente fra le parti, eventualmente anche tramite le Associazioni dei Consumatori, privilegiando quindi un sistema di composizione bonaria delle controversie, idoneo alla conservazione dei buoni rapporti commerciali.

Anche nel campo dei metodi di risoluzione alternativi delle controversie, le Camere di Commercio hanno maturato una approfondita esperienza, che le pone ai primi livelli in Italia sia come numero di contenziosi gestiti che come qualità dei servizi offerti.