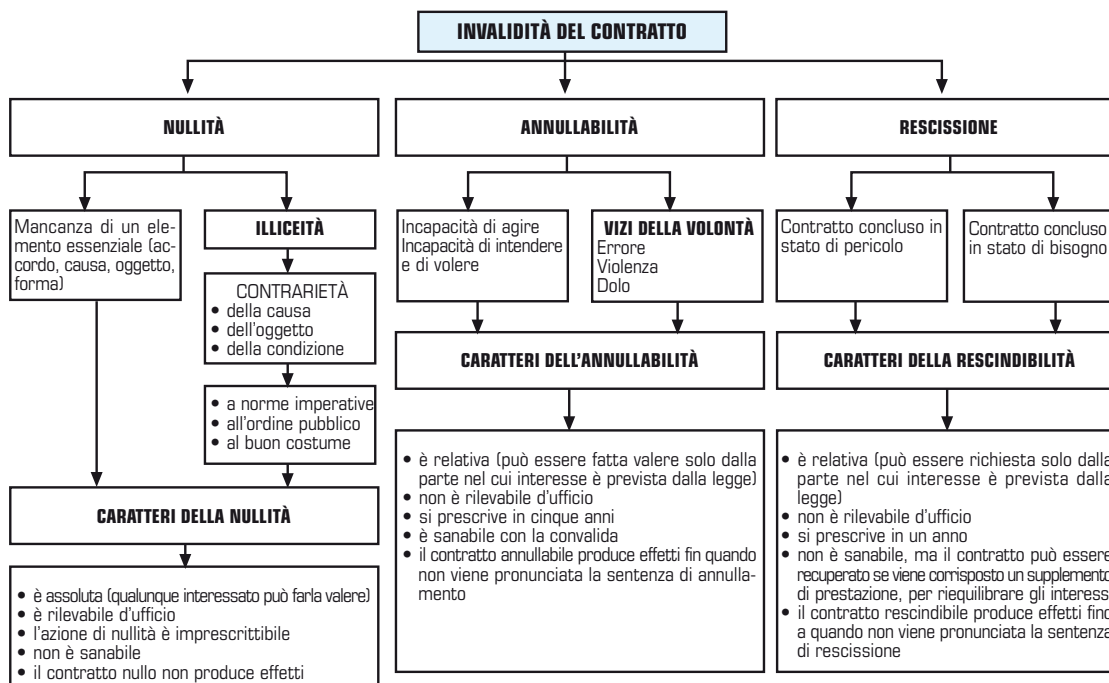
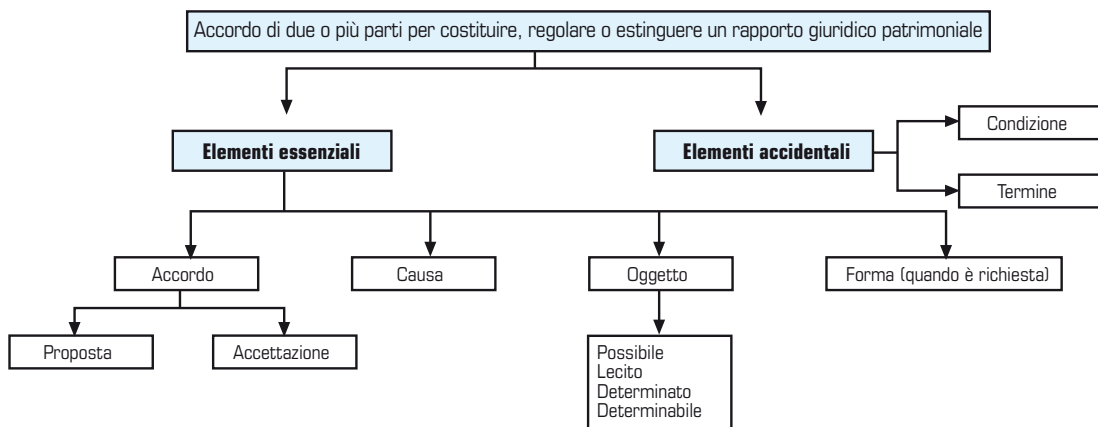
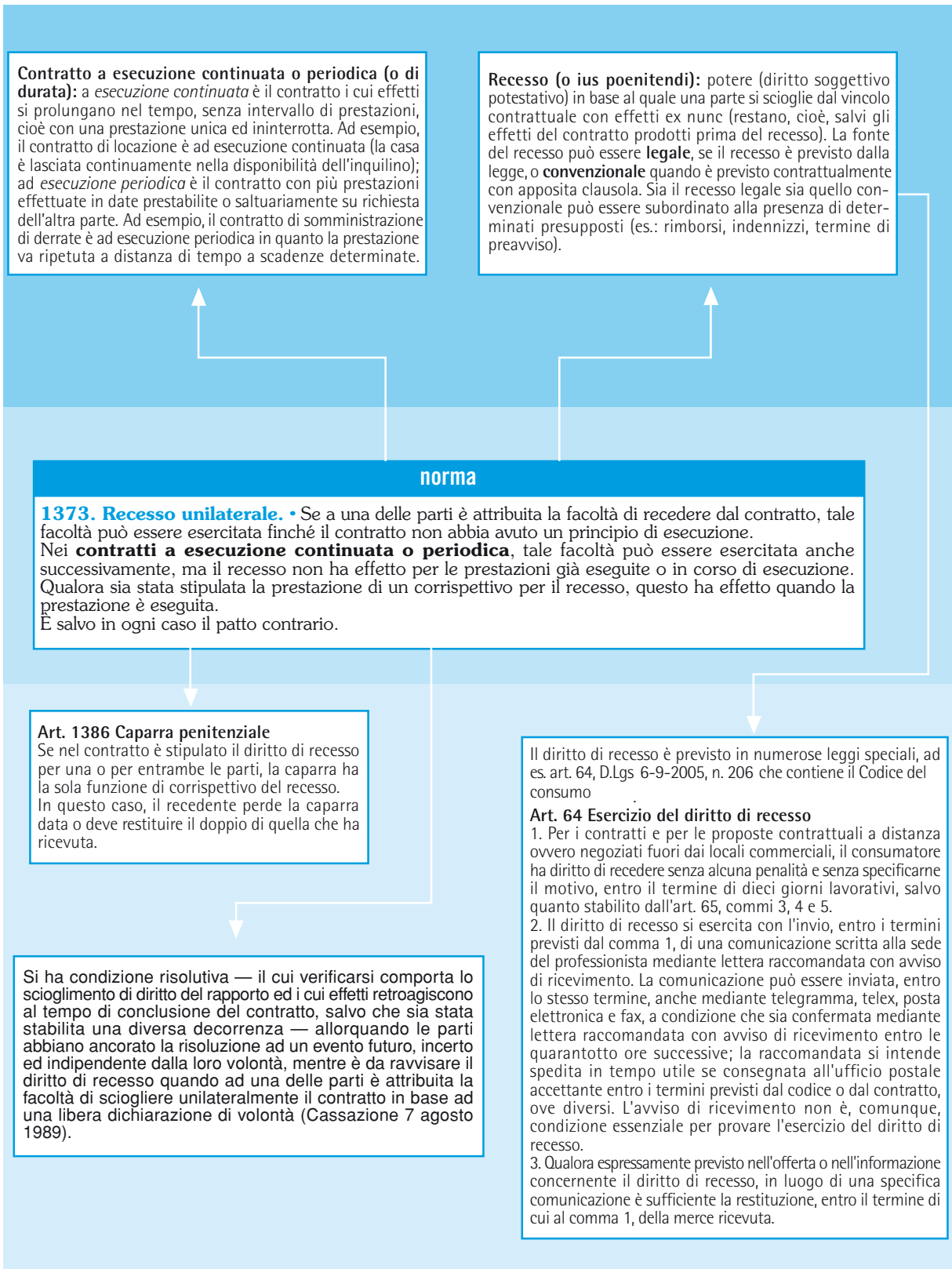




# APPROFONDIMENTO 6

## Il contratto





## Il caso pratico

### Il leasing

La società Alfa Spa, che produce macchinari per uso industriale, concede a Italo, tipografo, il godimento e l'uso per due anni di una macchina tagliatrice, pattuendo un corrispettivo di complessivi € 2.000,00, da corrispondersi in canoni bimestrali dell'importo di € 198,00 ciascuno.

Le parti prevedono espressamente che, ove due mesi prima della scadenza pattuita Italo non comunichi alla società Alfa una sua diversa volontà in merito, il contratto sarà rinnovato per un ulteriore anno.

È, altresì, prevista in favore di Italo la facoltà di acquistare il bene alla prima scadenza del contratto al prezzo di € 1.000,00 o, in caso di rinnovo, alla successiva scadenza al prezzo di € 600,00, entrambi estremamente convenienti, poiché deve ritenersi che il valore del bene sia superiore al prezzo convenuto per il riscatto.

Essendo Italo inadempiente per l'omesso pagamento di numerosi canoni, la società creditrice gli invia una lettera di messa in mora chiedendo l'immediato pagamento, con l'avvertimento che, in mancanza di pronto riscontro, agirà per la risoluzione del contratto e la restituzione del bene.

A questo punto Italo si reca da un legale in quanto vorrebbe restituire il bene, al quale in realtà non è più interessato, e chiedere alla Alfa Spa la restituzione delle «rate» già pagate.

Secondo te cosa dirà il legale ad Italo?

### Guida alla soluzione

- Lettura dell'art. 1322, 2° comma, sull'autonomia contrattuale.
- Ripassare la nozione di leasing e la disciplina ad essa applicabile.
- Lettura dell'art. 1458 c.c. con particolare attenzione al principio della retroattività tra le parti della risoluzione del contratto.
- Lettura dell'art. 1526 relativo alla risoluzione nella vendita con riserva di proprietà con particolare attenzione al terzo comma.
- Stabilire quale disciplina applicare al leasing in caso di inadempimento, se quella prevista dall'art. 1458 oppure quella prevista dall'art. 1526, aiutandosi attraverso la lettura di quanto stabilito dalla giurisprudenza:

Alla risoluzione del leasing per inadempimento dell'utilizzatore si applica l'art. 1458, primo comma, quando si tratta di leasing cosiddetto di godimento, pattuito rispetto a beni non idonei a conservare un apprezzabile valore residuale alla scadenza del rapporto, e dietro canoni che configurano esclusivamente il corrispettivo dell'uso dei beni stessi; di conseguenza la risoluzione non si estende alle prestazioni già eseguite e i canoni quindi non devono essere restituiti.

La risoluzione medesima, invece, resta soggetta all'applicazione delle disposizioni fissate dall'art. 1526 cod. civ. quando si tratta di leasing cosiddetto traslativo, pattuito con riferimento a beni atti a conservare alla scadenza un valore residuo superiore all'importo convenuto per il riscatto e dietro canoni che scontano anche una quota del prezzo in previsione del successivo acquisto; in tal caso quindi i canoni vanno restituiti salva la possibilità di trattenere un equo compenso per il periodo di godimento del bene (Cassazione, 14 aprile 2000, n. 4855; 10 giugno 2005, n. 12317).



### 1 Che cosa si intende con l'espressione conclusione del contratto?

- a) la restituzione delle prestazioni previste dal contratto
- b) il definitivo scioglimento del contratto
- c) la completa esecuzione di tutte le obbligazioni nascenti dal contratto
- d) il sorgere del vincolo contrattuale

### 2 Paola incarica Iolanda di vendere un appartamento di sua proprietà per una somma non inferiore a 50.000 euro; Iolanda, pur avendo ricevuto un'offerta di 80.000 euro, vende l'appartamento ad un suo parente per 50.000 euro. Quale figura ricorre in questo caso?

- a) eccesso di potere rappresentativo
- b) difetto di potere rappresentativo
- c) abuso di potere rappresentativo
- d) corretto uso di potere rappresentativo

### 3 Qual è la forma che deve rivestire la procura?

- a) atto pubblico
- b) scrittura privata
- c) nessuna forma particolare
- d) la stessa forma prevista per il negozio che autorizza a compiere

### 4 L'oggetto del contratto è:

- a) la cosa che il contratto trasferisce da una parte all'altra
- b) la cosa o il diritto che il contratto trasferisce da una parte all'altra
- c) la cosa o il diritto che il contratto trasferisce da una parte all'altra o la prestazione che una parte si obbliga ad eseguire in favore di un'altra
- d) la funzione economico-sociale che il contratto persegue

### 5 Tra gli elementi essenziali del contratto rientra:

- a) la causa
- b) la condizione
- c) il termine
- d) la garanzia

### 6 La causa del contratto è:

- a) la funzione economico-sociale svolta dal contratto
- b) lo scopo individuale che ha indotto le parti a concludere il contratto
- c) la cosa o il diritto che il contratto trasferisce da una parte all'altra
- d) un elemento accidentale del contratto

### 7 L'offerta al pubblico:

- a) può essere revocata solo per giusta causa
- b) non può mai essere revocata prima della scadenza del termine
- c) può essere sempre revocata fino alla conclusione del contratto
- d) può essere revocata purché sia fatta nella stessa forma dell'offerta o in forma equipollente



**8** Federico avvia con Alberto delle trattative per la vendita di un suo appartamento. In realtà Federico non ha nessuna intenzione di vendere e dopo alcuni mesi, quando occorre solo stabilire la data per la stipula dal notaio, Federico interrompe bruscamente le trattative. Alberto:

- a) può chiedere al giudice la stipula del contratto
- b) può chiedere il risarcimento del danno
- c) non può fare alcunchè trattandosi ancora della fase delle trattative
- d) può chiedere al notaio la stipula del contratto

**9** Condizione sospensiva:

- a) è un avvenimento futuro e incerto da cui le parti fanno dipendere l'inizio dell'efficacia del contratto
- b) è un avvenimento futuro e certo da cui le parti fanno dipendere l'inizio dell'efficacia del contratto
- c) è un avvenimento futuro e incerto da cui le parti fanno dipendere la cessazione degli effetti del contratto
- d) è un avvenimento futuro e certo da cui le parti fanno dipendere la cessazione degli effetti del contratto

**10** Maria stipula con Paola un contratto riservandosi la possibilità di nominare entro quindici giorni la persona che dovrà acquistare i diritti e assumere gli obblighi nascenti dal contratto. Alla scadenza del termine Maria nomina Dario, che accetta. Dario diventa parte del contratto:

- a) dal momento dell'accettazione
- b) dal momento in cui il contratto fu stipulato
- c) dalla data di dichiarazione della nomina
- d) dalla data indicata dal contratto

**11** Sono contratti reali quelli che:

- a) costituiscono diritti reali
- b) trasferiscono diritti reali
- c) fanno sorgere diritti di credito
- d) richiedono per la loro conclusione la consegna della cosa

**12** La risoluzione del contratto:

- a) è lo strumento con cui una parte può sciogliersi dal vincolo contrattuale quando presenta delle anomalie sopravvenute alla conclusione del contratto
- b) è il rimedio con cui una parte può sciogliersi dal contratto concluso a condizioni inique perché stipulato in condizioni di pericolo o in stato di bisogno
- c) è un'ipotesi di divergenza tra volontà e dichiarazione
- d) è uno strumento che consente ad una delle parti di recedere dal contratto

**13** Francesco, noto collezionista, sta per annegare presso i faraglioni. Dario trovandosi a passare di là si prodiga per salvarlo ma in cambio si fa vendere un quadro di Picasso al prezzo di 1.000 euro. Il contratto è:

- a) rescindibile
- b) risolubile
- c) annullabile
- d) nullo



**14** Il contratto concluso da una persona che, sebbene non interdetta, era incapace di intendere e volere al momento della conclusione del contratto:

- a) è nullo
- b) è sempre annullabile
- c) è annullabile quando risulta la malafede dell'altro contraente
- d) è annullabile quando lo stato di incapacità era riconoscibile dall'altro contraente

**15** Quando l'errore è causa di annullamento del contratto?

- a) quando è determinante
- b) quando è essenziale e riconoscibile
- c) quando non è scusabile
- d) quando è di calcolo

**16** Il contratto simulato è:

- a) annullabile
- b) privo di effetti tra le parti
- c) nullo
- d) efficace tra le parti ma inopponibile ai terzi e ai creditori

**17** Il contratto di compravendita è un contratto:

- a) reale
- b) ad efficacia obbligatoria
- c) consensuale
- d) unilaterale

**18** Il mandato generale:

- a) comprende solo gli atti eccedenti l'ordinaria amministrazione
- b) comprende gli atti di ordinaria e straordinaria amministrazione
- c) comprende solo gli atti di ordinaria amministrazione
- d) è inammissibile potendo il mandato essere conferito solo per i singoli atti

**19** Se Antonio si obbliga a far godere a Giovanni l'immobile di sua proprietà per un dato tempo verso un determinato corrispettivo, ha concluso:

- a) una locazione
- b) un comodato
- c) un deposito
- d) un mutuo

**20** Nella vendita con riserva di proprietà il rischio per il perimento della cosa passa al compratore:

- a) nel momento in cui acquista la proprietà
- b) al momento della consegna
- c) nel momento in cui il compratore paga la prima rata
- d) nel momento in cui il compratore versa una somma pari ad almeno la metà del prezzo dovuto



## Il dolo quale vizio del volere

Il *dolo*, considerato quale vizio della volontà, consiste in un *inganno* che induce un soggetto in errore, e che lo determina a stipulare un negozio che, se fosse mancata l'azione ingannatrice, egli non avrebbe affatto posto in essere. In questo caso il dolo è causa di annullamento del contratto (art. 1439, 1° comma, c.c.), in quanto i raggiri utilizzati da uno dei contraenti sono stati tali che, senza di essi, l'altra parte non avrebbe contrattato.

Da tale fattispecie di dolo definito determinante, va distinto il dolo incidente (art. 1440) che sussiste quando i raggiri non hanno determinato il consenso ma hanno influito sul contenuto del contratto (il contraente avrebbe infatti concluso ugualmente il contratto ma a condizioni diverse).

Due sono gli elementi in cui si enuclea la fattispecie del dolo vizio della volontà, e cioè il *raggiro* e l'*errore*. Quanto all'*errore*, la norma dell'art. 1439 c.c. prende in considerazione qualunque forma di errore, purché determinante della volontà contrattuale: sarà, in particolare, rilevante l'errore sul motivo, a differenza di quanto accade nell'ipotesi di errore non indotto dall'altrui inganno.

Oltre ai due indicati elementi, l'art. 1439 c.c.

non richiede ulteriori presupposti per l'annullabilità del contratto (salva, nel caso di dolo del terzo, la conoscenza dei raggiri da parte dell'altro contraente): non richiede in particolare che il soggetto ingannato abbia subito, per effetto della conclusione del contratto, una lesione (patrimoniale).

Quanto al raggio, la dottrina (MIRABELLI, MARICONDA) si chiede anzitutto se, al fine di far scattare le conseguenze contemplate negli artt. 1439 e 1440 c.c., sia richiesta una particolare attitudine ingannatoria dell'attività fraudolenta, o se invece sia rilevante una qualunque condotta purché in concreto abbia indotto a stipulare il contratto, ovvero a stipularlo a certe condizioni.

### Il dolo come reticenza

I raggiri con i quali si inganna l'altro contraente e se ne carpisce il consenso consistono, generalmente, in comportamenti commissivi.

Può accadere però che un contraente sia indotto in errore da un contegno puramente omissivo dell'altro (c.d. dolo omissivo), come nel caso dell'uomo d'affari, da tutti ritenuto solvibile, che compera a credito un immobile tacendo al venditore un sopraggiunto dissesto economico.

Per il contratto di assicurazione l'art. 1892 c.c. prevede che la semplice reticenza dell'assicurato costituisca causa di annullamento del contratto e ci si chiede se tale norma costituisca espressione di un principio generale.

In base al principio di buona fede di cui all'art. 1337 c.c. si può affermare che il dolo omissivo costituisce causa di annullamento del contratto ogniqualvolta, date le circostanze, si deve ritenere che il contraente avesse l'obbligo di informare l'altra parte.

I problemi più delicati in tema di reticenza consistono nell'esigenza di trovare il punto di equilibrio fra dovere di informazione e diritto al riserbo e nel tracciare il confine fra il dovere di informazione gravante su una parte e l'onere di autoinformazione incombente sull'altra. Può ritenersi in via generale che si abbia diritto di tacere fatti che concernono esclusivamente la propria sfera individuale (es: l'uso che si farà dell'oggetto acquistato, l'utile che si ricaverà dall'affare), mentre non possono essere tacite le qualità essenziali della cosa oggetto dell'acquisto.

È inoltre da notare che il semplice comportamento menzognero o reticente non può considerarsi dolo, quando l'altra parte

avrebbe potuto facilmente rilevarlo con l'uso della normale diligenza.

Sul problema della rilevanza tuttavia la dottrina è divisa. Alcuni autori (CARIOTA FERRARA) limitano la rilevanza all'ipotesi in cui la parte abbia il dovere di comunicare e dire la verità; altri (BETTI) osservano che nell'ambiente sociale odierno, sensibile alle esigenze della solidarietà civile, le parti debbono in ogni caso comportarsi secondo le regole della correttezza (art. 1175 c.c.) nello svolgimento delle trattative e nella conclusione del contratto (art. 1337 c.c.).

### Pubblicità menzognera

Il *dolus bonus* è costituito dal complesso di quei comportamenti tenuti di regola dai soggetti nella fase delle trattative per invogliare la controparte a concludere il contratto: si tratta, insomma, di quegli accorgimenti che sono normalmente tollerati in rapporto al costume ed alla pratica degli affari. BIANCA parla al riguardo di *millantata esaltazione* di un bene o di un servizio: l'irrelevanza del *dolus bonus* viene giustificata in ciò, che la normale inidoneità di tale pratica a trarre in inganno il cliente vale a far presumere che questi in concreto non sia stato tratto in inganno. Ogni



persona avveduta ed accorta sa che deve considerare con circospezione la *reclame* o la lode eccessiva che l'altra parte fa dei prodotti che offre.

In questo contesto largo spazio per la valutazione del comportamento dovrà essere dato alla *correttezza* ed alla *buona fede ex artt. 1175 e 1337 c.c.*

L'esaltazione millantata dei beni e dei servizi dell'impresa è tollerata anche nella pubblicità commerciale. Il limite è tuttavia superato quando si attribuiscono alla prestazione specifiche qualità non rispondenti al vero. La pubblicità deve allora considerarsi *menzognera* e fonte di responsabilità *extracontrattuale*.

Dunque, il vero problema è quello di difendere l'intera categoria dei consumatori rispetto alla categoria dei produttori che utilizzano le comunicazioni di massa (in particolare i

cd. *spot pubblicitari televisivi*) come mezzo per indurre all'acquisto.

Al riguardo una regolamentazione organica del fenomeno pubblicitario si è avuta con il D.Lgs. 25 gennaio 1992, n. 74 poi sostituito dal D.Lgs. 6 aprile 2005, n. 206 (Codice del consumo).

Fino all'entrata in vigore del decreto l'unica forma di tutela poteva essere costituita dalle norme in tema di concorrenza sleale, che però erano finalizzate in primo luogo alla tutela degli interessi imprenditoriali.

Così a partire dal 1966 gli imprenditori avevano realizzato un controllo volontario contro la pubblicità ingannevole attraverso il codice di autodisciplina pubblicitaria (C.A.P.), che vincolava le imprese pubblicitarie che vi avevano aderito e gli operatori economici che si avvalevano delle stesse per

la loro pubblicità. L'osservanza delle relative regole di comportamento nella pubblicità era garantita dal controllo di un apposito organo di giustizia privata (il *Giuri di autodisciplina*).

Si avvertiva però l'esigenza di una tutela più ampia, che si è realizzata con il D.Lgs. 74/1992 prima e con il Codice del consumo poi. Il decreto prevede infatti la possibilità per i consumatori di attivare l'intervento dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato (istituita con la c.d. *legge antitrust* n. 287 del 1990), che può anche sospendere provvisoriamente la pubblicità ingannevole.

La nozione di ingannevolezza accolta dal Codice del consumo è molto più estesa rispetto a quella formatasi in seno alla giurisprudenza civilistica a proposito della «pubblicità menzognera». Quest'ul-

tima, infatti, presuppone il contenuto non veritiero del messaggio o di singole affermazioni, mentre la ingannevolezza della comunicazione pubblicitaria può ricorrere anche quando, pur essendo veri tutti i fatti esposti, il contesto generale o le modalità o la forma di presentazione del messaggio possono indurre in errore il consumatore medio.

La nostra legislazione non legittima ancora qualsiasi consumatore ad agire per ottenere il risarcimento del danno.

Tale legittimazione spetta solo a coloro i quali esercitano un'attività commerciale in diretta concorrenza, che potranno perseguire la pubblicità menzognera, nel quadro della concorrenza sleale in base alla clausola generale che obbliga ad un comportamento corretto sul piano professionale (art. 2598, n. 3, c.c.).

### a) Rispondi alle seguenti domande:

1 • Cosa si intende per dolo determinante e dolo incidente?

.....  
.....  
.....

2 • Quali sono le conseguenze del dolo?

.....  
.....  
.....

3 • Cosa si intende per raggiiri?

.....  
.....  
.....





4 • Cosa si intende per pubblicità ingannevole?

.....  
.....  
.....

5 • Quali strumenti sono previsti contro la pubblicità ingannevole?

.....  
.....  
.....



## La vendita a rate con riserva della proprietà

Nella vendita a rate con riserva di proprietà, il compratore e il venditore si accordano affinché il prezzo venga pagato frazionatamente (a rate) entro un certo periodo di tempo, mentre la cosa (oggetto della vendita) viene consegnata subito senza però che immediatamente venga trasferita la proprietà. L'art. 1523 del codice civile stabilisce, infatti, che il compratore acquista la proprietà della cosa con il pagamento dell'ultima rata di prezzo ma assume i rischi dal momento della consegna.

La natura di tale contratto è discussa ed è stata espressa una notevole varietà di opinioni.

Secondo l'impostazione tradizionale (RESCIGNO), la vendita con patto di riservato dominio è una vendita sottoposta alla **condizione sospensiva del pagamento del prezzo**. Il trasferimento del diritto sul bene si verifica solo se e quando l'ultima rata del prezzo viene pagata al venditore. Il pagamento integrale, perciò, costituisce l'evento a cui è condizionata l'efficacia del contratto.

Questa ricostruzione, però, è criticata da chi evidenzia come la vendita con patto di riscatto produce effetti obbligatori fin dal momento della sua stipulazione. Da subito, infatti, il venditore è obbligato a consegnare il bene e il compratore da parte sua è vincolato a pagare le rate.

Secondo un'altra tesi (RUBINO) la vendita a rate è una **vendita obbligatoria**, durante il periodo che precede l'integrale corresponsione del prezzo, infatti, il venditore resta proprietario di quanto ha venduto, anche se questo suo diritto è limitato nelle facoltà di godimento che spettano al compratore. Tuttavia anche questa tesi non ha convinto del tutto poiché il trasferimento del diritto avviene automaticamente in seguito al pagamento e non come conseguenza dell'adempimento di un'obbligazione del venditore.

Per questo c'è chi preferisce parlare di una **vendita ad effetti reali differiti** poiché il trasferimento del diritto è conseguenza del consenso espresso dalle parti al momento della stipula del contratto. In tal caso però c'è da evidenziare che dal contratto sorgono delle obbligazioni, come l'obbligo di consegna a carico del venditore.

Possiamo, infine, riportare la tesi di chi vede nella **vendita un negozio collegato ad uno scopo di garanzia**: «in seguito al quale il venditore conserverebbe sul bene un diritto reale di garanzia (il cd. riservato dominio) mentre al compratore sarebbe trasferita la proprietà immediatamente, con ogni conseguenza in ordine ai poteri e alle facoltà di diritto sostanziale e processuale (così come gli oneri di manutenzione, fiscali ed altro) che spettano al proprietario» (GAZZONI).

Questa tesi condivisa anche da BIANCA sarebbe confermata dalla posizione che assume il compratore. Questi, infatti, oltre a subire le conseguenze del perimento del bene, ha la possibilità di fare uso della cosa come gli pare e piace, sia pure con il limite della conservazione della cosa; egli inoltre può vendere a propria volta la cosa comprata con patto di riservato dominio (il subacquirente diventerà proprietario soltanto ad avvenuto pagamento del prezzo); il compratore in fin dei conti sarebbe da subito il proprietario della cosa e al venditore non competerebbe nulla di più che una posizione di garanzia.

Tuttavia questa tesi seppur convincente è in contrasto con il dettato normativo che espressamente qualifica il venditore come colui che conserva la proprietà fino al momento del pagamento dell'ultima rata.





## Car sharing: l'auto condivisa tra molteplici utenti

Con car sharing si indica l'uso collettivo di un parco autoveicoli tra un gruppo di persone associatesi a tale scopo. Nato come iniziativa spontanea di alcuni privati cittadini svizzeri negli anni '80, si sviluppa come servizio di mobilità flessibile (prima in forma di associazione e poi di vera e propria impresa professionale) per spostamenti non soddisfatti dal trasporto pubblico, dal taxi e dal noleggio, con costi e prestazioni ambientali migliori rispetto a quelli dell'auto propria.

Esso **non è un servizio di noleggio, né un sistema per disporre della macchina in multiproprietà** ma, grazie all'integrazione con il sistema di trasporto pubblico, è una valida e sostenibile alternativa per chi percorre pochi chilometri o per chi non intende rinunciare all'auto di proprietà e deve fare, però, i conti con esigenze di mobilità oggi risolvibili solo con l'acquisto di una seconda o terza automobile. L'innovazione di tale servizio consiste nel pagare l'uso effettivo del mezzo, anziché il mezzo stesso! È chiaro, poi, che se una persona ha la possibilità di usare un'auto soltanto per il tempo necessario, più persone potranno usare il medesimo veicolo e che diminuendo le macchine in circolazione, aumenterà il numero dei parcheggi a disposizione con una considerevole riduzione dell'impatto ambientale del traffico.

In Italia, dal 26 gennaio 2000, si è costituita l'ICS (Iniziativa Car Sharing) cioè una struttura che coordina ben undici Comuni (fra i quali Firenze) interessati a rendere operativo il car sharing nella propria realtà locale attraverso un programma unitario nazionale, promossa e sostenuta dal Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio con un finanziamento che supera i nove milioni di euro. A questo punto vediamo di capire meglio:

- **Cos'è il car sharing?** Gestito da una società che sottoscrive un **contratto** di servizio con il Comune di riferimento, esso permette ai propri soci di avere una flotta comune di auto (city car, monovolume o berlina) situata su più aree di parcheggio, in prossimità di residenze o importanti nodi di trasporto pubblico.
- **Come funziona?** È molto semplice perché i veicoli, disponibili 24 ore su 24, sono prenotabili

tramite un call center o via internet e possono essere utilizzati autonomamente, anche per periodi limitati ad un'ora, nel pieno rispetto della privacy e con ampie garanzie per quanto riguarda l'assistenza in caso di necessità. L'utente al momento della richiesta deve comunicare il numero di identificazione, la zona di deposito preferito, l'orario di inizio e termine del viaggio. Una volta verificata la disponibilità, la centrale operativa comunica le informazioni utili per il prelievo della macchina. Ogni socio è munito di una carta che gli consente di accedere direttamente al veicolo o alla cassetta delle chiavi. Per il pagamento del servizio, l'organizzazione invia una fattura a domicilio con cadenza mensile o bimestrale. Inoltre, il progetto italiano differisce da quelli europei per aver introdotto una rete nazionale unica di car sharing alla quale si rivolgono tutte le città aderenti all'ICS: il call center, difatti, permette di prenotare e usare l'auto in tutti i centri che hanno attivato l'iniziativa senza nessun costo aggiuntivo, né cambiando abbonamento e card personale.

- **Quali costi ha?** Le tariffe prevedono di solito una cauzione iniziale rimborsabile, una quota d'iscrizione ed un abbonamento annuale. I costi, ovviamente, variano a seconda del tempo di utilizzo oppure in base al chilometraggio e, a loro volta, queste due tariffe dipendono dalla classe dell'auto, dal giorno e dalla fascia oraria scelti.
- **A cosa serve?** Alleggerisce l'inquinamento e il traffico in quanto diminuisce la percorrenza chilometrica, le emissioni di anidride carbonica e l'occupazione del suolo pubblico, basti pensare infatti che ogni veicolo sostituisce da 5 a 10 auto private! Favorisce l'uso dei mezzi pubblici in quanto le rimesse sono collocate vicino a stazioni dei treni e/o di metropolitana, autobus e tram. Infine, accelera l'adeguamento del parco macchine alle nuove tecnologie.
- **Quali sono i vantaggi?** I numerosi ed immediati vantaggi sono sia collettivi che individuali: i primi possono essere riassunti nella tutela ambientale e nella minimizzazione dello spazio occupato, che producono rilevanti benefici eco-

nomici per tutti (ad esempio, il risparmio del costo di costruzione di parcheggi nelle zone servite dal car sharing e quello legato all'adattamento delle strade e alla congestione!); i secondi riguardano l'abbattimento di quelle spese che, obbligatoriamente, comporta il possesso di un'automobile (assicurazione, bollo di circolazione, riparazioni, manutenzione, carburante e pulizia) e che, invece, sono a carico del gestore del servizio. In più, i soci godono di sconti sui prezzi ordinari dei trasporti pubblici, risparmiano tempo e soldi grazie ai posteggi riservati e al fatto di poter differenziare la scelta del veicolo in base ai propri bisogni, ma soprattutto il car sharing conviene a coloro che percorrono in media 10mila km l'anno.

Tra la documentazione raccolta, mi pare interessante riportare lo schema seguente che compara e chiarisce bene la differenza nell'uso, e quindi nella finalità, tra autonoleggio, car sharing e taxi:

#### AUTO-NOLEGGIO

- poche postazioni in posti distribuiti
- disponibilità in orario d'ufficio
- libera scelta del mezzo
- contratto per periodi limitati
- prezzi per giorni interi
- costo del mezzo economicamente vantaggioso
- pagamento immediato
- uso minimo di 1 giorno
- costi di gestione: alti

- obiettivi economici
- teleprenotazione tramite addetto

#### AUTO-CONDIVISA

- tante postazioni diffuse su tutto il territorio urbano
- disponibilità 24 ore su 24
- libera scelta del mezzo
- contratto permanente
- prezzi per ore e percorrenze concordati
- costo del mezzo economicamente vantaggioso
- pagamento differito su estratto conto (o tessera a scalare)
- uso minimo libero
- costi di gestione: bassi
- obiettivi ecologici
- teleprenotazione tramite addetto
- interoperabilità tra diversi gestori europei

#### TAXI

- poche postazioni nei nodi importanti
- disponibilità 24 ore su 24
- limitazioni nella scelta del mezzo
- inesistente
- prezzi per ore e percorrenze vincolanti
- costo imposto indipendente dal mezzo
- pagamento immediato in contanti
- uso minimo dalla partenza
- costi di gestione: alti
- obiettivi economici
- prenotazione telefonica

S. SANI, dal sito [www.consumatori.org](http://www.consumatori.org)

## Dal baratto all'outlet su internet. È lo shopping ai tempi della crisi

Delizia degli occhi e trionfo della vanità. È lo shopping. Incuranti dei tempi che corrono, sono in molti che ad abiti ed accessori non vogliono proprio rinunciare. Certo, diminuiscono gli zeri sul cartellino del prezzo. La griffe resiste ma comprata tramite il sito internet di second hand. Il pensiero per la migliore amica si acquista con la formula dello swap party. I negozi a cinque stelle sono belli per sognare, ma pullover e borsette è più opportuno acquistarli nelle vendite casalinghe. Insomma, pur di non rinunciare al gioco di vestirsi, vince l'arte dell'arrangiarsi. Soprattutto grazie ad internet.

La proposta più «avanti», che poi è antichissima, prevede il ritorno al baratto. Quante ragazze accumulano nell'armadio capi e oggetti di poca soddisfazione e darebbero qualsiasi cosa per la giacca o

la borsa della migliore amica? L'importante è incrociare i reciproci desideri. La formula più evoluta prevede lo scambio on line tramite siti internet ad hoc come [swapstyle.com](http://swapstyle.com), [barattoonline.com](http://barattoonline.com) e [barattopoli.com](http://barattopoli.com). Se invece c'è anche voglia di svagarsi la questione si può risolvere con uno *swap party*.

Funziona così: ognuna porta i suoi vestiti, accessori e bijoux e si aprono gli scambi. Naturalmente ci sono delle regole da seguire ben precise: evitare troppi invitati che generano confusione, presentare merce di qualità e perfettamente pulita, inserire nel giro gli amici degli amici, creare una minima omogeneità di stile (e di taglie) e trasformare l'avvenimento in una piccola festiciola. In modo che, se il business non va a buon fine, il divertimento è assicurato.



Sempre per rimanere tra le mura domestiche, vanno per la maggiore le vendite in appartamento. Le grandi, e piccole marche, in casa propria sono più convenienti che se acquistate nei negozi del centro. Spesso si tratta di prodotti artigianali, o di stiliste in erba, ed è un'occasione per conoscere nuovi brand. Anche in questo caso le location e l'organizzazione devono essere impeccabili: salotti confortevoli, tè, pasticcini e un selezionato gruppo di partecipanti.

Pigrizia alle stelle e pochi soldi in tasca? Da consultare senza esitazione è venteprive.com, un autentico paradiso dell'occasione: viaggi, computer, vestiti, film. Per ogni voce il sito offre le indicazioni dei link per un risparmio a colpo sicuro. Saldiprivati.com è invece un club privato di shopping online e l'unico modo per accedervi è quello di registrarsi al sito, dietro invito di qualcuno già iscritto. Il risparmio va dal 30 al 70% e le offerte hanno durata limitata nel tempo. Anche il club outlet on-line Born4shop.com, offre la possibilità di partecipare su invito, e per un tempo piuttosto breve, a proposte d'acquisto di vario genere.

«Due volte la settimana gli iscritti ricevono, via posta elettronica, l'invito a prendere parte ad una nuova vendita di prodotti di marca offerti con scon-

ti dal 40 al 70%», spiega l'amministratore delegato di Bnk4 Gionata Tedeschi, «naturalmente in periodi di saldi ovunque la nostra campagna di promozione è notevolmente potenziata. In più le aziende più famose, che normalmente hanno una certa riluttanza a partecipare alle vendite, sono in chiusura di bilancio e volendo stringere il fatturato ci offrono molti più capi ampliando il nostro bacino di offerte».

Stessa formula anche per buyvip.com, che vende prodotti griffati di abbigliamento, accessori, oggetti di design ed elettronica con uno sconto che arriva fino al 70%. Ma con qualcosa in più: è arrivata su BuyVIP anche Luna, un'assistente virtuale che accompagna gli utenti durante la navigazione e risponde a domande sulle funzionalità e i servizi. Se bisogna fare un regalo, e non comprare per se stessi, l'acquisto on line richiede qualche accortezza in più: ordinare capi non troppo difficili da indossare e prestare grande attenzione alle taglie. Altra forma di risparmio sicuro, se si ha un po' di tempo a disposizione, è quella di comprare i regali negli outlet. Negli ultimi anni, oltre alle tradizionali cittadelle dell'acquisto alle porte delle grandi città, molti outlet sono spuntati nei centri storici di Milano e Roma.

La Repubblica, 21 febbraio 2009

## L'esercizio del diritto di recesso nell'acquisto del software online

*Dopo il download di file autoinstallanti è possibile recedere come previsto dal Codice del Consumo?*

Negli ultimi anni è aumentato in maniera sostanziale l'uso delle **piattaforme di commercio elettronico** per acquistare beni e servizi da parte dei consumatori. Contemporaneamente è anche cresciuta la consapevolezza di questi ultimi dei diritti che sorgono in base alla conclusione di quelli che il Codice del Consumo definisce **contratti a distanza**.

Non sarà difficile constatare che, in particolare in relazione alle modalità di esercizio del diritto di recesso, vi è ormai una consapevolezza molto elevata da parte sia degli acquirenti che dei venditori. Eppure, non sempre è del tutto ovvia la tutela che il D.Lgs. 206/2005 (c.d. Codice del Consumo) offre in relazione all'acquisto di alcune tipologie di beni; in particolare, appare utile soffermarsi sulle modalità di esercizio del diritto di recesso in caso di acquisto di software attraverso Internet.

Prima di affrontare quelle che potrebbero essere considerate delle vere e proprie criticità nell'applicazione del diritto nel caso di acquisti di software online, è opportuno ricordare che la disciplina del diritto di recesso del consumatore è in via generale prevista dagli articoli 64 e seguenti del D.Lgs 206/2005; inoltre, tale diritto, nel caso in cui si sia concluso un acquisto online, deve essere coordinato con quanto stabilito dagli articoli 50 e seguenti del medesimo Decreto ed in particolare, per quel che a noi interessa, con l'articolo 55 in tema di esclusione del diritto di recesso. Quest'ultimo, infatti, disciplina i casi di esclusione del diritto di recesso e, come avremo modo di verificare a breve, diventa fondamentale negli acquisti del software.

Orbene, come noto, l'articolo 64 del Codice del Consumo stabilisce che per i contratti o le proposte contrattuali stipulate a distanza o fuori dai locali commerciali del venditore, il consumatore ha diritto di recedere senza alcuna penalità entro dieci giorni,

salve le ipotesi previste dall'art. 65, commi 3, 4 e 5. Se tale è la disciplina generale del diritto di recesso, ci si deve domandare se anche il software possa essere considerato un bene che, acquistato a distanza – e quindi online – possa godere della tutela offerta a tal uopo dal Codice del Consumo.

Per rispondere a quest'ultimo quesito, potremmo ritenere sufficiente leggere la lettera d) dell'articolo 55 del D.Lgs. 206/2005, laddove, nel prevedere le ipotesi di esclusione del diritto di recesso, viene menzionato esplicitamente il software (in particolare al comma 2, lett. d), come vedremo in seguito). Eppure ciò non è totalmente sufficiente ad affermare di poter sfruttare il diritto di recesso in tutte le ipotesi di acquisto software online. Al contrario, è opportuno verificare se, più in generale, il software possa essere considerato un bene che, ai sensi del combinato disposto degli articoli 3, 18 e 115, comma 1, sia ricompreso nella categoria che il Codice del Consumo definisce «prodotto». La risposta non può che essere affermativa, se si considera che i programmi per elaboratore sono certamente ascrivibili nella categoria dei beni mobili – seppure immateriali – e se si considera che gli stessi possono essere tutelati anche quali beni di consumo così come individuati dall'art. 128 del Codice del Consumo in relazione alla disciplina della garanzia legale di conformità.

Dunque, superato il problema dell'applicabilità della disciplina del diritto di recesso al software in quanto tale, possiamo affrontare un altro aspetto maggiormente pratico e legato all'acquisto tramite Internet dei programmi per elaboratore. L'articolo 55, comma 2, lett. d) del D.Lgs. 206/2005, stabilisce che è esclusa l'applicazione degli articoli sul diritto di recesso nei casi di «fornitura di prodotti audiovisivi o di **software informatici sigillati, aperti dal consumatore**». Sembrerebbe evidente che il Legislatore abbia preso in considerazione l'applicazione del diritto di recesso solo nell'ipotesi in cui il consumatore abbia acquistato un software fornito su un supporto materiale, ossia un classico cd o dvd e simili. D'altro canto solo in tali casi si può parlare di software informatico «sigillato» e che possa essere «aperto dal consumatore». Ne deriva che non v'è alcun dubbio sull'applicabilità della disciplina del diritto di recesso in tutte le ipotesi in cui l'acquisto a distanza abbia avuto ad oggetto un software su supporto confezionato e sigillato.

Tuttavia, sta diventando sempre più frequente l'ipotesi di acquisto di software su supporti diversi da quelli tradizionalmente riconosciuti come sigillati. Ci si riferisce in particolare a tutti i casi in cui il softwa-

re viene fornito attraverso il **download diretto di un file autoinstallante**. Accade sovente che il consumatore concluda un contratto a distanza che, a seguito di pagamento, non preveda l'invio materiale di alcun supporto, ma al contrario preveda lo scaricamento diretto di un file. È possibile ritenere che in tali casi non possa essere applicata la disciplina sul diritto di recesso? E ancora, se si ritiene applicabile tale disciplina, in che modo si può superare l'esclusione prevista dall'articolo 55, comma 2, lett. d)?

La risposta non è del tutto scontata. In primo luogo occorre rilevare come, a distanza di pochi anni dall'entrata in vigore del Codice del Consumo, la formulazione dell'art. 55 appaia poco felice e, probabilmente, non al passo con i tempi, in quanto ingenera dubbi sulla reale applicabilità dei diritti del consumatore ai sempre più frequenti casi di acquisto di software su supporto immateriale, quale può essere considerato un file autoinstallante. La conferma di ciò si può avere leggendo le condizioni di acquisto con le quali molti produttori di software escludono del tutto il diritto di recesso nel caso di acquisto con download diretto del file di installazione. Tuttavia, si ritiene possibile sostenere che la scelta di acquistare un prodotto fornito privo di supporto materiale, non debba rappresentare una discriminazione del consumatore e del suo diritto al ripensamento. È quindi necessario cercare di comprendere se quello che l'articolo 55 individua come ipotesi di esclusione del diritto di recesso, ossia l'apertura del software informatico sigillato, possa trovare un corrispettivo nel software «scaricato».

A tal proposito è possibile ipotizzare che possa considerarsi come software ancora sigillato, quello che, pur essendo stato scaricato direttamente dal sito del produttore sotto forma di file autoinstallante, richiede l'installazione del prodotto sul proprio personal computer e la successiva attivazione definitiva tramite l'inserimento di appositi codici forniti dal produttore medesimo o dal distributore. In tali casi, il software non ancora installato – o installato ma non attivato – potrebbe considerarsi ancora «immaterialmente» sigillato ed il consumatore dovrebbe vedersi riconosciuto il diritto di recesso entro dieci giorni dal download. Anche il produttore sarebbe in tal modo tutelato in quanto, in caso di esercizio del diritto di recesso, potrebbe non inviare il codice di attivazione definitiva del prodotto, evitando eventuali azioni di utilizzo o di distribuzione di copie illegali del proprio software. Accogliendo tale tesi, il consumatore che abbia scaricato il file autoinstallante potrebbe chiedere di avvalersi del diritto di









## Il contratto

---

Il contratto è l'accordo di due o più parti per costituire, regolare o estinguere un rapporto giuridico patrimoniale. Elemento essenziale del contratto è quindi l'accordo delle parti a cui si giunge attraverso lo svolgimento di diverse attività: il procedimento di formazione che ha inizio con la fase delle trattative e si articola in diverse possibili fasi fino a giungere a quella della conclusione del contratto.

### Esercitazione:

---

Anche con l'aiuto dell'insegnante di economia aziendale prova a simulare tutte le tappe di un contratto di compravendita di 100 paia di scarpe concluso tra un produttore e un rivenditore dalla fase delle trattative a quella della fatturazione.