



LEGGE 28 ottobre 2005 n.144

REPUBBLICA DI SAN MARINO

DISCIPLINA QUADRO IN MATERIA DI TUTELA DEI CONSUMATORI E DEGLI UTENTI

**Noi Capitani Reggenti
la Serenissima Repubblica di San Marino**

Promulghiamo e mandiamo a pubblicare la seguente legge approvata dal Consiglio Grande e Generale nella seduta del 28 ottobre 2005.

TITOLO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art.1

(Finalità ed oggetto della legge)

1. La presente legge intende assicurare la più ampia tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti nell'ambito della regolazione e dell'esercizio di tutte le attività economiche, pubbliche e private.
2. La Repubblica riconosce e garantisce come fondamentali i diritti dei consumatori e degli utenti:
 - a) alla protezione della salute;
 - b) all'erogazione dei servizi pubblici secondo standard di qualità ed efficienza;
 - c) alla sicurezza ed alla qualità dei prodotti e dei servizi;
 - d) ad una informazione completa ed adeguata;
 - e) ad una pubblicità corretta;
 - f) alla correttezza, trasparenza ed equità nei rapporti concernenti beni e servizi;
 - g) alla promozione dell'associazionismo consumerista democratico ed alla tutela collettiva dei diritti e degli interessi dei consumatori e degli utenti;
 - h) all'educazione al consumo.
3. Le disposizioni della presente legge sono, ove possibile, immediatamente applicabili a seguito della loro pubblicazione, fatta salva la necessaria emanazione da parte del Consiglio Grande e Generale delle leggi attuative.
4. La Repubblica si impegna a favorire il perseguimento delle finalità di tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori e degli utenti attraverso specifici programmi a ciò dedicati e disciplinando i rapporti tra associazioni dei consumatori e degli utenti e pubbliche amministrazioni.

Art.2

(Definizioni)

1. Ai fini della presente legge e con riferimento alle emanande disposizioni di settore, si intende per:

- a) consumatore o utente: la persona fisica alla quale sono dirette comunicazioni commerciali o che agisce prevalentemente per scopi estranei all'attività imprenditoriale e professionale eventualmente svolta;
- b) associazioni dei consumatori: le associazioni 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, pubblica o privata, che, nel quadro della sua attività imprenditoriale o professionale, offre o fornisce beni e servizi al consumatore o all'utente;
- d) venditore: il professionista che, nell'esercizio della propria attività imprenditoriale o professionale, offre al consumatore beni o fornisce servizi ovvero la persona che agisce in suo nome o per suo conto. Al venditore è equiparato altresì colui che, a qualsiasi titolo, promuove la costituzione, il trasferimento o la promessa di trasferimento del diritto oggetto dei contratti offerti al consumatore;
- e) produttore: il fabbricante del bene o il fornitore del servizio, o un suo intermediario, nonché l'importatore del bene o del servizio nel territorio della Repubblica, 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.

Art.3

(Tutela nei rapporti commerciali dei contraenti deboli diversi dai consumatori)

1. E' dato mandato al Congresso di Stato di proporre, entro trentasei mesi, dall'entrata in vigore della presente legge, un progetto di legge recante disposizioni in tema di tutela nei rapporti commerciali dei contraenti deboli diversi dai consumatori.

TITOLO II RAPPORTI DI UTENZA E SERVIZI PUBBLICI

Art.4

(Rapporti di utenza e standard di qualità)

1. I diritti degli utenti dei servizi pubblici sono garantiti dal rispetto dei principi di imparzialità ed efficienza da parte dell'ente o dell'impresa erogatrice del servizio pubblico.
2. Il rapporto di utenza deve svolgersi nel rispetto di standard di qualità predeterminati ed adeguatamente resi pubblici.
3. Agli utenti ed alle loro associazioni rappresentative è in ogni caso garantito il diritto alla partecipazione alle procedure di definizione ed alla conseguente valutazione degli standard di qualità dei servizi pubblici, ivi espressamente compresa la redazione delle carte dei servizi.

Art.5

(Rinvio alla legislazione in tema di rapporti di utenza e standard di qualità)

1. E' dato mandato al Congresso di Stato di proporre, entro quindici mesi, dall'entrata in vigore della presente legge, un progetto di legge recante disposizioni in tema di rapporti di utenza e servizi pubblici.
2. La legge di cui al comma 1 avrà ad oggetto:

- a) la determinazione, per enti o imprese erogatori di servizi pubblici, dell'obbligo di adottare carte dei servizi, nonché del contenuto essenziale delle medesime, nel rispetto del principio della concertazione di cui al precedente articolo 4, comma 3;
- b) l'istituzione di un'Autorità di Vigilanza sui Diritti dei Consumatori e degli Utenti alla quale dovranno essere affidate funzioni di regolazione e controllo in materia di servizi pubblici ed utenza, con devoluzione di poteri regolamentari e sanzionatori. I componenti dell'Autorità dovranno essere nominati in numero di tre e dovranno essere scelti dal Consiglio Grande e Generale tra professionisti e docenti universitari di riconosciuta competenza in materia consumeristica. La durata in carica dei componenti dell'Autorità, nonché l'organizzazione interna e le procedure di funzionamento della medesima, dovranno essere definite dalla legge attuativa;
- c) la previsione di obblighi di consultazione da parte degli organismi istituzionali, nell'esercizio delle rispettive prerogative e competenze, dell'Autorità di Vigilanza sui Diritti dei Consumatori e degli Utenti e delle associazioni dei consumatori e degli utenti.

TITOLO III ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI ED ACCESSO ALLA TUTELA COLLETTIVA

Art.6

(Associazioni dei consumatori e degli utenti)

1. Le associazioni dei consumatori e degli utenti hanno per scopo statutario esclusivo la tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori e/o degli utenti e non perseguono alcun fine di lucro. Le associazioni devono ottenere il riconoscimento giuridico e richiedere l'iscrizione all'apposito registro istituito presso il Tribunale Unico.
2. Sono condizioni per la costituzione:
 - a) il possesso di uno statuto che sancisca un ordinamento associativo democratico e preveda come scopo esclusivo, senza perseguire alcun fine di lucro, la tutela dei consumatori e degli utenti;
 - b) la tenuta di un elenco degli iscritti, la cui maggioranza deve essere residente, aggiornato annualmente con l'indicazione delle quote associative versate direttamente all'associazione per il perseguimento degli scopi statutari;
 - c) un numero di iscritti non inferiore all'uno per cento della popolazione residente;
 - d) l'indicazione della denominazione sociale;
 - e) l'indicazione della sede;
 - f) le norme di amministrazione e di funzionamento dell'associazione;
 - g) la previsione statutaria dell'approvazione, da parte dell'assemblea dell'associazione, del bilancio di esercizio annuale entro e non oltre l'aprile di ogni anno, con preventiva pubblicità del medesimo in termine utile per tutti gli iscritti;
 - h) l'elaborazione di una relazione tecnica a firma del legale rappresentante comprovante lo svolgimento di attività specificatamente dedicate all'informazione dei consumatori e degli utenti ed all'educazione al consumo;
 - i) non avere i suoi rappresentanti legali subito alcuna condanna, passata in giudicato, in relazione all'attività dell'associazione medesima, e non rivestire i medesimi rappresentanti la qualifica di imprenditori o di amministratori di imprese di produzione e servizi, in qualsiasi forma costituite, per gli stessi settori in cui opera l'associazione.

3. Per quanto non espressamente disposto dai precedenti commi del presente articolo si applicano alle associazioni dei consumatori e degli utenti, in quanto compatibili, le disposizioni di cui agli articoli 1, 2, 3, 4 e 5 della Legge 17 febbraio 1961 n.7.

4. Alle associazioni dei consumatori e degli utenti è altresì preclusa ogni attività di promozione o pubblicità commerciale avente per oggetto beni o servizi prodotti da terzi ed ogni connessione di interessi con imprese di produzione o di distribuzione; le medesime associazioni possono in ogni caso svolgere attività di carattere commerciale purché queste rivestano i caratteri dell'occasionalità e della marginalità e comunque allo scopo esclusivo di co-finanziare le proprie attività istituzionali, previste nello statuto.

Art.7

(Tutela collettiva dei consumatori e degli utenti)

1. Le associazioni dei consumatori e degli utenti di cui all'articolo 6 della presente legge sono legittimate ad agire a tutela dei diritti e delle altre situazioni giuridiche soggettive riconosciute dall'Ordinamento Sammarinese e riconducibili alle disposizioni di cui all'articolo 1, comma 2, della presente legge, esercitando dinanzi all'autorità giudiziaria competente le seguenti azioni di tutela collettiva:

- a) azioni a finalità cautelare e preventiva, volte ad inibire gli atti ed i comportamenti lesivi dei predetti diritti e situazioni giuridiche soggettive;
- b) azioni finalizzate alla condanna alla restituzione di cose e/o al rimborso di somme e/o al risarcimento dei danni e/o all'annullamento di atti amministrativi a favore di una pluralità di soggetti, in conseguenza di fatti o atti plurioffensivi, da chiunque commessi, che abbiano leso i diritti e/o le situazioni giuridiche soggettive imputabili ai predetti soggetti.

Le associazioni dei consumatori possono altresì richiedere all'autorità giudiziaria di ordinare la pubblicazione del provvedimento ottenuto su uno o più quotidiani, nei casi in cui la pubblicità del provvedimento possa contribuire a correggere o ad eliminare gli effetti delle violazioni accertate.

2. E' espressamente riconosciuta alle associazioni di cui all'articolo 6 della presente legge la facoltà di costituirsi parte civile nei procedimenti penali nei quali siano trattate questioni attinenti alla lesione di situazioni giuridiche soggettive riconosciute dall'Ordinamento Sammarinese e riconducibili alle disposizioni di cui all'articolo 1, comma 2, della presente legge.

Art.8

(Rinvio alla legislazione in tema di associazionismo dei consumatori e degli utenti ed accesso alla tutela collettiva)

1. E' dato mandato al Congresso di Stato di proporre, entro dodici mesi dall'entrata in vigore della presente legge, un progetto di legge recante disposizioni in tema di associazionismo dei consumatori e degli utenti ed accesso alla tutela collettiva.

2. La legge di cui al comma 1 avrà ad oggetto:

- a) la precisazione, in via generale e salve le disposizioni di settore, dei poteri e delle facoltà attribuiti alle associazioni dei consumatori e degli utenti, con riferimento agli strumenti di rappresentanza e tutela collettiva dei consumatori e degli utenti ed alla partecipazione a diverso titolo delle associazioni medesime ai procedimenti amministrativi;
- b) la disciplina delle agevolazioni e dei contributi statali alle associazioni dei consumatori, con precisazione delle tipologie di attività che dovranno essere svolte dalle associazioni in funzione dell'eventuale ottenimento dei benefici di legge, con prioritario riferimento alle tematiche dell'informazione, dell'educazione al consumo e della diffusione di una cultura dei diritti dei consumatori e degli utenti;
- c) la disciplina delle azioni di tutela collettiva con riguardo ai presupposti delle azioni, alle condizioni di esperibilità ed agli effetti delle medesime, all'eventuale attribuzione della

legittimazione attiva a soggetti diversi dalle associazioni di cui all'articolo 6 della presente legge, nonché la disciplina del rito applicabile a tali controversie collettive e la precisazione del giudice competente a conoscerle;

- d) l'individuazione di strumenti facoltativi di composizione extragiudiziale delle controversie individuali e collettive.

TITOLO IV INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

Art.9

(Contenuti essenziali dell'informazione al consumatore)

1. L'informazione al consumatore, da chiunque provenga, è finalizzata a garantire la massima trasparenza del contegno del professionista, deve essere sempre adeguata alla tecnica di comunicazione impiegata e deve essere espressa in modo chiaro e comprensibile.
2. L'informazione ha sempre ad oggetto la sicurezza e la qualità dei prodotti e dei servizi offerti.

Art.10

(Definizioni e caratteristiche essenziali delle comunicazioni pubblicitarie)

1. Si intende per pubblicità qualsiasi forma di messaggio che sia diffuso, in qualsiasi modo, nell'esercizio di un'attività professionale a scopo genericamente promozionale.
2. La pubblicità deve essere sempre palese, veritiera e corretta.
3. E' ingannevole qualsiasi pubblicità che, in qualunque modo, compresa la sua presentazione, induca in errore o possa indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento economico ovvero che, per questo motivo, leda o possa ledere un concorrente.
4. E' comparativa qualsiasi pubblicità che identifica in modo esplicito o implicito un concorrente o i beni o i servizi offerti da un concorrente.

Art.11

(Rinvio alla legislazione in tema di informazioni ai consumatori e di comunicazione pubblicitaria)

1. E' dato mandato al Congresso di Stato di proporre, entro ventiquattro mesi dall'entrata in vigore della presente legge, un progetto di legge recante disposizioni in tema di informazioni ai consumatori e di comunicazione pubblicitaria.
2. La legge di cui al comma 1 avrà ad oggetto:
 - a) la disciplina degli obblighi informativi da soddisfare in relazione alle diverse categorie merceologiche, anche con riferimento alle sanzioni irrogabili in caso di violazione delle prescrizioni dettate;
 - b) la disciplina della repressione della pubblicità ingannevole e delle condizioni di liceità della pubblicità comparativa, anche con riguardo alle specifiche esigenze di protezione dei bambini e degli adolescenti;
 - c) l'inclusione, tra le competenze dell'istituenda Autorità di Vigilanza sui Diritti dei Consumatori e degli Utenti di cui al precedente articolo 5, comma 2, lettera b), di funzioni di regolazione e

controllo in materia di informazioni e comunicazioni commerciali e repressione della pubblicità ingannevole, con devoluzione di poteri regolamentari e sanzionatori alla predetta Autorità.

TITOLO V SICUREZZA E QUALITÀ DEI PRODOTTI

Art.12

(Definizione di prodotto sicuro e responsabilità del produttore)

1. Fatte salve eventuali specifiche disposizioni della legislazione di settore, in via generale si definisce sicuro il prodotto che, in condizioni di uso normale o ragionevolmente prevedibile, compresa la durata, non presenta alcun rischio oppure presenta unicamente rischi minimi compatibili con l'impiego del prodotto o considerati accettabili nell'osservanza di un livello elevato di tutela della salute e della sicurezza delle persone, in funzione, in particolare, dei seguenti elementi:

- a) caratteristiche del prodotto, in particolare composizione, imballaggio, modalità di assemblaggio e di manutenzione;
- b) effetto del prodotto su altri prodotti, quando è ragionevolmente prevedibile il loro uso congiunto;
- c) presentazione del prodotto, etichettatura, eventuali istruzioni per l'uso, eliminazione, nonché qualsiasi altra indicazione o informazione fornita dal produttore;
- d) categorie di consumatori che si trovano in condizioni di maggiore rischio nell'utilizzazione del prodotto, con particolare riguardo ai minorenni.

2. Il produttore ed i soggetti a lui equiparati sono responsabili dei danni eventualmente cagionati dai prodotti che non rispettano le condizioni di cui al comma 1.

Art.13

(Rinvio alla legislazione in tema di sicurezza e qualità dei prodotti)

1. E' dato mandato al Congresso di Stato di proporre, entro trenta mesi dall'entrata in vigore della presente legge, un progetto di legge recante disposizioni in tema di sicurezza, qualità dei prodotti e responsabilità del produttore.

2. La legge di cui al comma 1 avrà ad oggetto:

- a) la disciplina degli obblighi di comportamento finalizzati a garantire la sicurezza dei prodotti commercializzati, anche con riguardo agli standard minimi di sicurezza per categoria merceologica ed alle procedure di prevenzione e controllo;
- b) le condizioni di autorizzazione e riconoscimento delle certificazioni volontarie di qualità da parte dei professionisti;
- c) la disciplina della responsabilità del produttore e dei soggetti a lui equiparati per i danni eventualmente cagionati da prodotti che non rispettano le condizioni di sicurezza.

TITOLO VI CONTRATTI DEI CONSUMATORI E GARANZIE

SEZIONE I
DISPOSIZIONI GENERALI E CLAUSOLE VESSATORIE

Art.14

(Tutela dei consumatori ed attività commerciali)

1. Le attività commerciali devono svolgersi nel rispetto dei principi di buona fede, di correttezza e di trasparenza.
2. Sono vietate la promozione e la realizzazione di attività e di strutture di vendita nelle quali l'incentivo economico primario dei componenti la struttura si fonda sul mero reclutamento di nuovi soggetti, piuttosto che sulla loro capacità di vendere o promuovere la vendita di beni o servizi direttamente o attraverso altri componenti la struttura. È vietata, altresì, la promozione o l'organizzazione di tutte quelle operazioni, quali giochi, piani di sviluppo, «catene di Sant'Antonio», che configurano la possibilità di guadagno attraverso il puro e semplice reclutamento di altre persone ed in cui il diritto a reclutare si trasferisce all'infinito previo il pagamento di un corrispettivo; in ogni caso l'utilizzo di tali strutture e tecniche di vendita determina la nullità del contratto, la quale opera ad esclusivo vantaggio del consumatore o del contraente debole e può essere rilevata d'ufficio dal giudice.
3. L'osservanza dei principi di cui al comma 1 deve essere valutata in relazione alle esigenze di protezione delle diverse categorie di consumatori.

Art.15

(Garanzie legali e garanzie convenzionali per i beni di consumo)

1. Sono beni di consumo i beni mobili, anche quelli da assemblare, con esclusione:
 - a) dei beni oggetto di vendita forzata o comunque venduti secondo altre modalità dall'autorità giudiziaria;
 - b) dell'acqua e del gas, quando non confezionati per la vendita in un volume delimitato o in una quantità determinata;
 - c) dell'energia elettrica.
2. Ferme le disposizioni di cui al Titolo V della presente legge, i beni di consumo devono essere conformi al contratto di cui sono oggetto, così come alle comunicazioni pubblicitarie concernenti i medesimi beni; la durata legale minima della garanzia di conformità per i beni di consumo è fissata in due anni, salve disposizioni migliorative stabilite dalla garanzia convenzionale offerta dal professionista.
3. La legge assicura, secondo le modalità ed i tempi previsti dal successivo articolo 21, le condizioni di applicabilità e di esercizio delle garanzie legali e convenzionali per i beni di consumo.

Art.16

(Clausole vessatorie nei contratti dei consumatori)

1. Nei contratti conclusi tra il consumatore ed il professionista si considerano vessatorie le clausole che determinano a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.
2. Le clausole contrattuali devono sempre essere redatte in modo chiaro e comprensibile; in caso di dubbio sul significato da attribuire al contenuto di una clausola prevale sempre l'interpretazione più favorevole al consumatore.

3. La valutazione del carattere vessatorio di una clausola non attiene alla determinazione dell'oggetto del contratto, né all'adeguatezza del corrispettivo dei beni e dei servizi, purché tali elementi siano individuati in maniera chiara e comprensibile.
4. Non sono vessatorie le clausole che riproducono disposizioni di legge o di convenzioni internazionali di cui sia parte la Repubblica di San Marino; le clausole riproduttive di disposizioni di rango regolamentare o secondario non sfuggono al giudizio di vessatorietà.
5. Non sono vessatorie le clausole o gli elementi di clausola che siano stati oggetto di trattativa individuale tra le parti; incombe in ogni caso sul professionista l'onere di fornire prova adeguata dell'intercorsa trattativa individuale.
6. Le clausole vessatorie sono nulle e prive di ogni efficacia giuridica; laddove possibile il contratto rimane efficace per il resto.
7. La nullità della clausola opera ad esclusivo vantaggio del consumatore e può essere rilevata d'ufficio dal giudice.
8. E' in ogni caso nulla la clausola contrattuale che, prevedendo l'applicabilità al contratto di una legislazione di uno Stato estero, abbia l'effetto di privare il consumatore delle tutele offertegli dall'Ordinamento Sammarinese; è consentito il rinvio ad una legislazione estera da parte del contratto ove ciò assicuri, secondo l'apprezzamento del giudice, maggiori livelli di protezione per il consumatore.
9. E' fatto salvo il diritto di regresso del professionista nei confronti del fornitore per i danni subiti in conseguenza della declaratoria di vessatorietà delle clausole contrattuali.

SEZIONE II PARTICOLARI TIPOLOGIE CONTRATTUALI

Art.17 *(Contratti conclusi fuori dai locali commerciali)*

1. Si definiscono contratti conclusi fuori dai locali commerciali quelli stipulati:
 - a) durante la visita del professionista, o di suo incaricato, al domicilio del consumatore o di un altro consumatore ovvero sul posto di lavoro del consumatore o nei locali nei quali il consumatore si trovi, anche temporaneamente, per motivi di lavoro, di studio, o di cura;
 - b) durante una escursione organizzata dal professionista al di fuori dei propri locali commerciali;
 - c) in area pubblica o aperta al pubblico, mediante la sottoscrizione di una nota d'ordine, comunque denominata;
 - d) per corrispondenza o, comunque, in base ad un catalogo che il consumatore ha avuto modo di consultare senza la presenza del professionista.
2. Sono equiparate ai contratti conclusi fuori dai locali commerciali le proposte contrattuali, sia vincolanti che non vincolanti, che risultino formalmente effettuate dal consumatore in condizioni analoghe a quelle specificate nel comma 1, e per le quali non sia ancora intervenuta l'accettazione del professionista.
3. La legge regola tale specifica tipologia contrattuale ed assicura, secondo le modalità ed i tempi previsti dal successivo articolo 21, mediante apposita disciplina, la più ampia protezione dei consumatori che siano parti dei contratti di cui al comma 1, riconoscendo in ogni caso il diritto di recedere dai contratti conclusi fuori dai locali commerciali ai consumatori, esercitabile secondo termini e condizioni normativamente predefinite.

Art.18 *(Contratti a distanza)*

1. Si definiscono contratti a distanza quelli aventi per oggetto beni o servizi stipulati tra un professionista e un consumatore nell'ambito di un sistema di vendita o di prestazione di servizi a distanza organizzato dal professionista che, ai fini della conclusione del contratto, impiega una o più tecniche di comunicazione a distanza.

2. Sono equiparate ai contratti a distanza le proposte contrattuali, sia vincolanti che non vincolanti, che risultino formalmente effettuate dal consumatore in condizioni analoghe a quelle specificate nel comma 1 e per le quali non sia ancora intervenuta l'accettazione del professionista.

3. La legge regolamenta tale specifica tipologia contrattuale, seleziona le tecniche di comunicazione rilevanti ai fini del comma 1 ed assicura, secondo le modalità ed i tempi previsti dal successivo articolo 21, mediante apposita disciplina, la più ampia protezione dei consumatori che siano parti dei contratti di cui al comma 1, riconoscendo in ogni caso il diritto di recedere dai contratti conclusi a distanza ai consumatori, esercitabile secondo termini e condizioni normativamente predefinite.

Art.19

(Contratti di acquisto di multiproprietà immobiliari e mobiliari)

1. Si definiscono contratti di acquisto di multiproprietà immobiliari i contratti della durata di almeno un anno con i quali, verso pagamento di un prezzo globale, si costituisce, si trasferisce, o si promette di costituire o trasferire, direttamente o indirettamente, un diritto reale ovvero un altro diritto avente ad oggetto il godimento su uno o più beni immobili, o parte di essi, per uso di abitazione anche turistico-ricettivo, per un periodo determinato o determinabile dell'anno non inferiore a sei giorni.

2. Si definiscono contratti di acquisto di multiproprietà mobiliari i contratti della durata di almeno sei mesi con i quali, verso pagamento di un prezzo globale, si costituisce, si trasferisce, o si promette di costituire o trasferire, direttamente o indirettamente, un diritto reale ovvero un altro diritto avente ad oggetto il godimento su uno o più beni mobili, per un periodo determinato o determinabile dell'anno non inferiore a trenta giorni.

3. La legge regolamenta tale specifica tipologia contrattuale ed assicura, secondo le modalità ed i tempi previsti dal successivo articolo 21, mediante apposita disciplina, la più ampia protezione dei consumatori che siano parti dei contratti di cui ai commi precedenti, riconoscendo in ogni caso il diritto di recedere dai contratti di acquisto di multiproprietà immobiliari e mobiliari, esercitabile secondo termini e condizioni normativamente predefinite.

Art.20

(Pacchetti turistici)

1. Si definiscono pacchetti turistici i contratti aventi ad oggetto i viaggi, le vacanze ed i circuiti "tutto compreso", risultanti dalla prefissata combinazione di almeno due degli elementi di seguito indicati, venduti od offerti in vendita ad un prezzo forfetario, e di durata superiore alle quarantotto ore ovvero che si prolunghino per un periodo di tempo comprendente almeno due notti:

a) trasporto;

b) alloggio;

c) servizi turistici non accessori al trasporto o all'alloggio, i quali costituiscano parte significativa del "pacchetto turistico".

2. La legge regolamenta tale specifica tipologia contrattuale ed assicura, secondo le modalità ed i tempi previsti dal successivo articolo 21, mediante apposita disciplina, la più ampia protezione dei consumatori che siano parti dei contratti di cui al comma 1.

Art.21

(Rinvio alla legislazione in tema di contratti dei consumatori e disciplina delle garanzie legali e convenzionali dei beni di consumo)

1. E' dato mandato al Congresso di Stato di proporre, entro diciotto mesi dall'entrata in vigore della presente legge, un progetto di legge recante disposizioni in tema di contratti dei consumatori e disciplina delle garanzie legali e convenzionali dei beni di consumo.
2. La legge di cui al comma 1 avrà ad oggetto:
 - a) la precisazione di direttive attuative dei principi di buona fede, di correttezza e di trasparenza ai quali si informano le transazioni commerciali tra professionista e consumatore, ivi espressamente compresa la disciplina di protezione dei consumatori dalle forme di vendita piramidale e/o a catena;
 - b) la definizione delle condizioni di applicabilità delle garanzie legali e convenzionali per i beni di consumo;
 - c) per quanto non già previsto dall'articolo 16, la disciplina delle clausole vessatorie inserite nei contratti in cui sia parte un consumatore, ivi espressamente compresa la precisazione di un elenco esemplificativo di tali clausole e di un elenco di clausole vessatorie quantunque siano state oggetto di trattativa individuale, nonché la disciplina del diritto di regresso del professionista nei riguardi del fornitore;
 - d) la disciplina dei contratti conclusi fuori dai locali commerciali;
 - e) la disciplina dei contratti a distanza;
 - f) la disciplina dei contratti di acquisto di multiproprietà immobiliari e mobiliari;
 - g) la disciplina dei pacchetti turistici.

TITOLO VII NORME TRANSITORIE E FINALI

Art.22

(Istituzione Commissione Tecnica)

1. E' dato mandato al Congresso di Stato di istituire una apposita Commissione Tecnica per lo studio e la redazione dei progetti di legge di cui ai precedenti articoli 3, 5, 8, 11, 13 e 21.
2. La composizione della Commissione Tecnica, data la diversità delle materie oggetto di studio, potrà variare in funzione del progetto di legge da emanare.

Art.23

(Norma provvisoria per le associazioni dei consumatori già riconosciute)

1. Le associazioni dei consumatori e degli utenti che, alla data di entrata in vigore della presente legge, abbiano già ottenuto il riconoscimento giuridico hanno l'obbligo di conformarsi alle prescrizioni di cui all'articolo 6 entro e non oltre dodici mesi dall'entrata in vigore della legge.

Art.24
(Entrata in vigore)

1. La presente legge entra in vigore il quinto giorno successivo a quello della sua legale pubblicazione.

Dato dalla Nostra Residenza, addì 31 ottobre 2005/1705 d.F.R

I CAPITANI REGGENTI
Claudio Muccioli – Antonello Bacciocchi

p. IL SEGRETARIO DI STATO
PER GLI AFFARI INTERNI
Il Segretario di Stato
Pier Marino Mularoni