

Più vigilanza sulla correttezza nel commercio

IL CRITERIO

È il pregiudizio economico che «svia» il consumatore e determina la pratica scorretta

LO STANDARD

Dai giudici amministrativi i chiarimenti sulla «diligenza professionale»

di **Valeria Falce***

In base alla disciplina sulle pratiche commerciali scorrette - contenuta negli articoli 18 e seguenti del Codice del Consumo - sono vietate le condotte poste in essere da un professionista in relazione alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto, che contrastino con la diligenza professionale e interferiscano in maniera significativa sulla capacità di autodeterminazione del consumatore medio cui la pratica è rivolta, inducendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti (a fronte, cioè, di una corretta rappresentazione) non avrebbe assunto.

In altri termini, per integrare un illecito, non è sufficiente che la pratica sotto scrutinio si discosti dall'onere di diligenza che grava sul professionista, ma è necessario che per suo effetto il comportamento economico del consumatore sia o possa essere sostanzialmente sviato.

L'elemento della correttezza e quello del pregiudizio economico, infatti, sono legati da un «nesso di implicazione causale», nel senso che - come ha di recente puntualizzato il Tar del Lazio - la non correttezza della pratica com-

merciale deve identificare un «antecedente logico necessario (ancorché non necessariamente unico) a fronte delle scelte che il consumatore abbia posto in essere».

Requisiti noti

Il presupposto dell'incidenza sul comportamento economico del consumatore non introduce specifici profili di novità in sede di *enforcement*: è mutuato dalla previgente materia della pubblicità ingannevole, che già lo riteneva soddisfatto per il fatto che la condotta all'esame si caratterizzasse per «potenzialità lesiva» e non anche e necessariamente per «una concreta attuazione pregiudizievole».

Quanto al requisito sullo standard di diligenza, la sua sussistenza va accertata sulla base del normale grado di speciale competenza e attenzione che ragionevolmente si attendono da un professionista nei confronti di un consumatore mediamente avveduto e informato, tenuto conto dei principi generali di correttezza e di buona fede nel settore di attività del professionista.

Nemmeno la declinazione di questo onere è del tutto innovativa perché rimanda ai tradizionali principi della diligenza e della buona fede og-

gettiva. Né tantomeno è casuale il riferimento alla «correttezza», in quanto, invocandolo, il legislatore intende saldare la nozione di «diligenza» (nei rapporti tra professionista e consumatori) a quella di «correttezza» (che si applica ai rapporti tra concorrenti) disciplinata dalle norme repressive sulla concorrenza sleale.

La «correttezza»

Se, come si crede, l'indicazione contenuta nel Codice del Consumo è effettivamente in tal senso, allora il travaso della nozione della correttezza-diligenza dalla materia della concorrenza sleale a quella delle pratiche commerciali scorrette esprime una precisa scelta funzionale. Vale a dire che il legislatore, nel promuovere il raccordo tra le due discipline, ha inteso compiere un primo passo verso l'innalzamento della correttezza professionale a modello di comportamento che permea e informa le relazioni del mercato: sia che queste si svolgano tra concorrenti («professionisti»), sia che esse intercorrano tra «professionisti» e consumatori.

Questo significa che nel definire i contorni dell'onere della diligenza si può ragionevolmente attingere, con i dovuti

adattamenti, agli indirizzi interpretativi che si sono affermati in relazione alla corrispondente nozione di correttezza professionale. Ne consegue che la adeguatezza allo standard della diligenza va commisurata al rispetto alle pratiche di mercato oneste nel settore di attività del professionista e dunque intesa come coerenza a un modello di costituzione economica in cui il «mercato» è il punto di equilibrio di una serie composta e variegata di interessi: quelli degli imprenditori, quelli dei consumatori, quelli «pubblici» a un assetto efficiente, e così via.

In pratica, la corrispondenza al canone della diligenza dipende non tanto e solo dal grado di aderenza della pratica commerciale alle regole deontologiche, soggettive interne o alle best practice che governano il settore di attività in cui la pratica insiste. Piuttosto, queste possono fornire un utile parametro nella misura in cui riflettono regole oggettive esterne che in quello specifico settore di attività

esprimono i principi fondamentali attinenti al buon funzionamento dei mercati.

L'indicazione del Tar

Il Tar del Lazio ha di recente confermato che i contorni della nozione di diligenza sono mobili. Dato che «non esiste un astratto paradigma suscettibile di integrare un univoco termine di riferimento quanto all'individuazione di un comportamento diligente», per rafforzare la tutela oggettiva dei consumatori «l'adempimento dell'obbligo di diligenza va valutato non alla stregua di criteri rigidi e predeterminati, ma tenendo conto delle cautele e degli accorgimenti che le circostanze del caso concreto suggeriscono e/o impongono».

Ciò in quanto, avverte e conclude il giudice amministrativo, la concreta commisurazione del relativo obbligo va «necessariamente parametrata con la condotta concretamente esigibile nella particolare fattispecie».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

* Osservatorio di Proprietà Intellettuale
Concorrenza e Comunicazioni,
Università Luiss Guido Carli