

A CODIFICAÇÃO DO DIREITO DO CONSUMO NA ITÁLIA

ÂNGELA FROTA

Subdiretora do CEDC – Centro de Estudos de Direito
do Consumo de Coimbra

EXCERTOS

“As disposições vertidas refletem as normas impostas quer por diretivas minimalistas (que definem uma plataforma mínima que os Estados-membros da União Europeia não poderão ofender, deixando-se-lhes, porém, a faculdade de oferecer aos seus destinatários níveis mais elevados de proteção), quer por diretivas-quadro (que segregam normas de proteção máxima, não sendo lícito aos Estados-membros legislar de modo diferente. infra ou supra ao quadro normativo imperativamente imposto), como é o caso da Directiva 2005/29/CE, de 11 de maio, que disciplina as práticas comerciais desleais”

“Outra crítica que se desfere é a de que se terá perdido uma excelente oportunidade para ampliar o âmbito do próprio Código, em particular com a inserção do regime dos contratos de consumo na sua integralidade, e não só o dos seguros, tal como hoje se disciplinam: dos serviços públicos essenciais a contratos outros com uma ocorrência assinalável no dia a dia”

“Há domínios como os dos contratos, maxime o dos seguros, e os da segurança na cadeia alimentar que dele deveriam constar”

1. Generalidades

A Itália, pelo Decreto-Legislativo 206/2005, de 6 de setembro, ofereceu à sua comunidade jurídica o *Codice del Consumo*. E tal surge em obediência a uma nova concepção ante a dispersão normativa: “legislar menos, legislar melhor”.

P. M. PUTTI, in *Il diritto dei consumi tra memoria storica e nuove prospettive*, in G. VILLANACCI (a cura di), *Manuale del diritto dei consumi*, Napoli, 2007, pág. 12, sublinha como a «novità di piu ampio respiro introdotta dalla nuova normativa sia senza dubbio il dato formale della *reductio ad unum* della ipertrofica e disorganica disciplina in materia di protezione del consumatore».

Mário Frota denomina amiúde este fenómeno normativo como o dos 3 P: já que se trata de uma legislação – *plúrima, prolífera e prolixa*.

Mas a expressão de Putti é francamente muito expressiva: a hipertrófica e desorgânica disciplina em matéria de protecção do consumidor.

Numa época de descodificação, empreender a recodificação pareceria tarefa ingente, como no caso do *codice del consumo*, como o assinala Mazzasette Federica, em tese em que se discutem aspetos tamanhos:

[“ Adottato in attuazione dell’art. 7 della legge delegata 29 luglio 2003, n. 229, dal titolo «Interventi in materia di qualita della regolazione, riassetto normativo e codificazione – Legge di semplificazione 2001» (in G.U. del 25 agosto 2003, n. 196): per un commento v. N. LUPO, *Dai testi unici “misti” ai codici: un nuovo strumentario per le politiche di semplificazione*, in *Studium iuris*, 2004, p. 157 ss.; A. ZACCARIA, *Dall’“età della decodificazione” all’“età della ricodificazione”*: a proposito della Legge n. 229 del 2003, *ivi*, 2005, p. 697 ss.. In base alla l. n. 229 del 2003 sono stati adottati anche altri «codici di settore» e, piu in particolare, *ex art. 4, comma 1*, il «codice delle assicurazioni private» (d.lg. 7 settembre 2005, n. 209) ed in base all’art. 10, comma 1, il «codice dell’amministrazione digitale» (d.lg. 7 marzo 2005, n. 82, successivamente integrato e corretto dal d.lg. 4 aprile 2006, n. 159). A questi si aggiungono, poi, il «codice in materia di protezione dei dati personali» (d.lg. 30 giugno 2003, n. 196, in attuazione della delega di cui alla l. 24 marzo 2001, n. 127); il «codice delle comunicazioni elettroniche» (d.lg. 1° agosto 2003, n. 259, emanato in virtu della l. 1° agosto 2002, n. 166); il «codice dei beni culturali e del paesaggio» (d.lg. 22 gennaio 2004, n. 42, previsto dalla l. 6 luglio 2002, n. 137); il «codice dei diritti di proprietà industriale» (d.lg., 10 febbraio 2005, n. 30, in attuazione della l. 12 dicembre 2002, n. 273); il «codice della nautica da diporto» (d.lg., 18 luglio 2005, n. 171, contemplato

dalla l. 8 luglio 2003, n. 172); il «codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi, forniture» (d.lg., 12 aprile 2006, n. 163, adottato in base alla l. 18 aprile 2005, n. 62); il «codice dell'ambiente» (d.lg. 3 aprile 2006, n. 152, ora modificato dal d.lg. 8 novembre 2006, n. 284 e dal d.lg. 16 gennaio 2008, n. 4, ed emanato in attuazione della l. 15 dicembre 2004, n. 308).”]

Para uns, “uma oportunidade perdida”: por escaparem ao código outras matérias da fileira da proteção do consumidor, como impressivamente realça Federica.

(G. DE CRISTOFARO, *Il «Codice del consumo». Un'occasione perduta?*, in *Studium iuris*, 2005, p. 1148, il quale mette in evidenza che «la formulazione testuale della quasi totalità delle disposizioni è rimasta inalterata (e irrisolti rimangono pertanto i numerosi dubbi interpretativi da essi suscitati) e le poche integrazioni o modificazioni che sono state apportate non bastano certo a porre rimedio ai difetti contenutistici e “stilistici” che esse presentano, né ad eliminare i profili di possibile incompatibilità con il diritto comunitario che caratterizzano non poche di esse. Le disposizioni “nuove” introdotte, poi, sono poche, per lo più di modesto rilievo, e talora foriere di gravi problemi interpretativi e di sovrapposizioni»; ID., *Il «Codice del consumo»*, cit., p. 749. Nello stesso senso v. anche F. BILOTTA, *Un riassetto della normativa esistente centrato sull'atto e non sul soggetto*, in *Giuda dir.*, 2005, f. 48, p. 63, secondo il quale «l'impressione che si ricava a una sua prima lettura e che si poteva fare di più. Si è persa l'occasione per sciogliere alcune aporie e alcuni dubbi interpretativi segnalati in questi anni dalla dottrina e dalla giurisprudenza, (tanto per fare un esempio in materia di clausole vessatorie). Non basta riassemble norme sparse qua e là in un unico testo per semplificare il lavoro degli operatori del diritto»; F. ADDIS, *o.c.*, § 1, per il quale «Parlare di “nuova era delle codificazioni” sembra dunque improprio e fuorviante, sia sotto il profilo temporale, sia sotto quello propriamente contenutistico e il termine “codice” con il quale si indica questi provvedimenti normativi appare certamente eccedente rispetto alle operazioni compiute. Esso manifesta, piuttosto, una scelta politicamente consapevole ma non necessaria. Il legislatore voleva procedere ad una semplificazione e ad una riorganizzazione della materia, cioè al raggiungimento di obiettivi certamente meno impegnativi, attraverso il ricorso a fonti che, utilizzando la ben nota teoria costituzionalista, si avvicinano più ai testi unici che alle raccolte di leggi o ai codici veri e propri”)

“Tovani Flavio pondera *em um apontamento insito na rede* – “*Codice del Consumo*”: *un'occasione mancata*. Il diritto del consumatore, in Italia, è

il frutto di una lunga opera iniziata a livello europeo negli anni 70', il cui punto d'approdo è oggi costituito dal cd. "Codice del Consumo" (d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206). Giova innanzitutto soffermarsi sulla scelta del legislatore di definire "Codice" tale complesso normativo. E' chiaro che non siamo in presenza di un codice tradizionale, con caratteri di novità e con regole rivolte alla generalità dei consociati. Esso, infatti, da un lato, si limita a riorganizzare la quasi totalità delle norme in materia (pur lasciando fuori importanti settori riguardanti il consumatore, *in primis* il diritto delle assicurazioni e il diritto alimentare), prima sparse in una serie di testi che erano, per lo più, il recepimento di direttive comunitarie, dall'altro si rivolge esclusivamente ai rapporti fra professionisti e consumatori. Insomma, paradossalmente, tale codice è espressione proprio del processo di decodificazione, cioè della progressiva uscita dal tessuto del codice civile di interi settori della materia, che vengono così ad essere regolati in base a principi particolari e distinti da quelli generali del codice civile (cui, peraltro, l'art. 38 del "Codice del Consumo" rinvia ove manchi una disciplina specifica nel "Codice del Consumo" stesso). La novità del "Codice del Consumo" non è data, quindi, dalle norme, trattandosi della mera riproduzione di norme preesistenti, ma piuttosto dal contesto in cui tali norme vengono inserite, che consente di interpretarle in un quadro complessivo e in base a principi molto diversi, pur facendo salvo il richiamo al codice civile e alle altre leggi (come il d.lgs. 114/1998, "Riforma della disciplina relativa al settore del commercio"), che potranno continuare ad essere applicate anche al consumatore quando manchi una disciplina specifica nel "Codice del Consumo" o, comunque, qualora assicurino al consumatore una maggiore tutela (artt. 38, 127, 135 e, in generale, nuovo art. 1469-*bis* c.c.)

O Código do
Consumo italiano
tem uma estrutura
ajustada às
matérias entretanto
legisladas e
constantes de
diplomas avulsos

Para outros, um marco na conformação do direito do consumo, de enaltecer.

Guido Alpa, que presidiu à comissão encarregada da elaboração do projeto, disse aquando da apresentação do trabalho:

"*Le novità del testo.* Rispetto al modello consegnato nell'ottobre del 2003 alcune novità debbono tuttavia essere rimarcate, perché sono d'ausilio alla interpretazione del testo e alla sua applicazione da parte di consumatori,

professionisti, delle loro rispetti associazioni, e, naturalmente, dei giudici e degli avvocati. Le premesse da cui aveva preso le mosse la Commissione ministeriale erano due: (i) raccogliere la normativa vigente in materia di rapporti con i consumatori (una normativa alluvionale e disorganica, anche per ragioni di técnica normativa comunitaria) e trasporla in un contesto ragionato, assumendo come filo conduttore le fasi del rapporto di consumo; (ii) conservare nel codice civile le regole concernenti le clausole vessatorie e le vendite ai consumatori, per soddisfare quella esigenza di “generalità” delle disposizioni che la dottrina civilistica aveva loro assegnato, essendo il codice civile la normativa generale dei rapporti tra privati. Il testo finale è per questi aspetti diverso: dal código civile sono stati espunti gli artt. 1469 bis-sexies e gli artt. 1519 bis-nonies, per essere inseriti nel codice di settore. Spetterà ora all’interprete stabilire se questa scelta implichi solo un’operazione di “maquillage” normativa, oppure se rivesta un significato ulteriore, e cioè che quelle disposizioni, avulse dal codice civile, abbiano perso il loro carattere “generale” e debbano subire l’interpretazione propria delle *leggi speciali*, che non può essere, per sua natura, né estensiva, né analogica. Oppure se si debba ritenere che la loro inserzione in un “codice” di settore non incida né sulla loro interpretazione e applicazione pregressa né su quelle future. Così per la mancata correzione della formula – erroneamente contenuta nel codice civile, ed ora riprodotta all’art. 33 del Codice del consumo – sulla valutazione di vessatorietà delle clausole “malgrado la buona fede”, che la Commissione aveva proposto di mutare, tenendo conto della dottrina italiana e dei testi degli altri ordinamenti d’Europa – nella più esatta formula “in contrasto con la buona fede”.

Si deve anche notare che l’esigenza di concentrare nel “codice del consumo” tutte le disposizioni riguardanti i consumatori non è stata soddisfatta compiutamente, perché – a parte le regole sul credito al consumo, estratte dal t.u.bancario – ve ne sono altre concernenti i contratti bancari, del mercato finanziario e i contratti assicurativi che sono rimaste fuori dalla compilazione: all’origine, l’esclusione era giustificata, in quanto si era ritenuto di procedere solo con norme di rinvio; oggi lo è meno, essendo prevalsa la linea della tendenziale completezza del codice.”

Mas Guido Alpa não só contesta as críticas desferidas, como assinala as vantagens do texto, como segue:

“I vantaggi del testo. Avere raccolto tutte (o al meno quasi tutte) le disposizioni in un “codice di settore” costituisce comunque un notevole vantaggio per i consumatori, ma, credo, anche per i professionisti. E ciò non solo per ragioni di técnica normativa, ma anche per ragioni di

politica del diritto. In fin dei conti, solo la Spagna ha una legge generale onnicomprensiva, la Francia ha un testo unico (e non un codice di settore come lo intendiamo noi), il Belgio una proposta di legge non ancora attuata, mentre in altri Paesi si è preferito novellare il codice civile, come in Olanda e, più di recente, in Germania. Il cittadino in quanto *consumatore* trova dunque un riconoscimento ulteriore nei testi normativi, oltre alla proclamazione dei suoi diritti contenuta nel Trattato dell'Unione europea, nella Carta di Nizza e nella Costituzione europea. Già i diritti fondamentali dei consumatori erano stati codificati nella l. n. 281 del 1998, ma oggi questi diritti sono integrati nel codice del consumo da disposizioni che riguardano l'educazione e l'informazione dei consumatori oltre dalle regole che sono state incluse o corrette per dare maggior chiarezza a questo *corpus normativo*".

O Código não
integra tudo o que
poderia e deveria
regular

O Código do Consumo italiano tem oscilado entre acerbas críticas e ternos consensos.

Uma coisa parece, porém, emergir: contraria a fragmentariedade das leis avulsas, introduz um elemento sistémico, garante o acesso ao microsistema de proteção do consumidor, oferece uma perspectiva integrada de normas dispersas e de costas voltadas.

(Mazzasette Federica: "Si collocano in questa prospettiva, con diverse argomentazioni, le tesi di V. ROPPO, *Parte generale del contratto, contratti del consumatore e contratti asimmetrici (con postilla sul «terzo contratto»*), in *Riv. dir. priv.*, 2007, p. 674 ss., per il quale il codice del consumo – ed anche gli altri codici di settore- «nel momento in cui raccolgono e organizzano entro una cornice unitaria norme prima disperse in tanti diversi luoghi della legislazione, esprimono in generale un certo recupero di "pensiero sistematico", introducendo elementi di ordine e di unità in un panorama normativo prima contrassegnato da frammentazione e disordine: fanno insomma qualcosa che appartiene al *proprium* delle codificazioni»; L. ROSSI CARLEO, *Art. 3, Defnizioni, comma 1, lett. f), codice*, in G. ALPA e L. ROSSI CARLEO (a cura di), *Codice del consumo. Commentario*, cit., p. 90, secondo la quale si può ritenere che «il riassetto "sistematico" vada ben oltre la consolidazione, in quanto non fotografa solo la situazione esistente, ma permette di individuare e svelare principi di carattere generale che la disciplina frammentaria delle diverse leggi non consente di enucleare con chiarezza e con certezza»;

ID., *Il Codice del consumo: prime impressioni fra critiche e consensi*, cit., p. 34, ove è specificato che «l'operatore non trova nulla di nuovo, ma trova ciò che prima, sovente, non poteva vedere»; E. MINERVINI, *Codice del consumo*, cit., p. 183; G. CHINE, *Art. 3. Definizioni*, in V. CUFFARO (a cura di), *Codice del consumo e norme collegate*, cit., p. 29, per il quale «l'obiettivo ultimo perseguito, al di là degli obblighi comunitari, e pertanto di accrescere la fruibilità complessiva delle fonti da parte dei destinatari, giacché una maggiore chiarezza e sistematicità e pienamente apprezzata sia nelle fasi del contenzioso e di attuazione della tutela, sia in quelle antecedenti, più importanti, in cui è possibile agevolare una funzione deterrente di comportamenti scorretti ai danni dei consumatori. Per tale via, la codificazione restituisce effettività alle norme codificate e garantisce maggiormente il ruolo del consumatore di "arbitro del mercato", favorendo l'opera di eliminazione delle distorsioni del meccanismo concorrenziale».

Analoghe osservazioni sono svolte in relazione ad altri codici di settore. V., in particolare, con riferimento al codice in materia di protezione dei dati personali, le considerazioni di M.D. GRAMUNT FOMBUENA, *Dati personali e comunicazioni elettroniche. L'attuazione della direttiva CE n. 220/58 nell'ordinamento spagnolo*, in V. CUFFARO, R. D'ORAZIO e V. RICCIUTO (a cura di), *Il Codice del trattamento dei dati personali*, Torino, 2007, p. 949 s.)

Uma certeza, porém, sobressai: o código nem tudo abarca.

Deixa de fora um considerável número de domínios.

Nele figura, no entanto, a disciplina de matérias como:

Educação do Consumidor

Informação do Consumidor

Práticas Comerciais

Publicidade

Particulares Modalidades de informação: o preço

Outras comunicações comerciais

Particulares modalidades de comunicação comercial: as televendas

A relação de consumo

Dos contratos de consumo em geral

Exercício da atividade comercial

Promoção da venda
Crédito ao consumo
Modalidades contratuais
Particular modalidade de contratos celebrados fora dos estabelecimentos comerciais
Contratos à distância
Comercialização à distância de serviços financeiros
Comércio eletrónico
Disposições relativas a contratos singulares
Contratos de aquisição de direitos reais de habitação periódica
Serviços turísticos
Fornecimento de serviços públicos
Segurança e qualidade
Responsabilidade por danos de produtos defeituosos
Garantia legal de conformidade e garantia comercial pelos bens de consumo

Associações de consumidores e acesso à justiça.

Mas nem todas estas matérias dele constam. Há aqui e além remissões para legislação avulsa, que avulsa se mantém.

Remissão para:

- o Código Civil, subsidiariamente em matéria de cláusulas abusivas;
- um diploma extravagante que rege em matéria de contratos à distância;
- o diploma próprio do comércio electrónico: Decreto Legislativo 70/2003, de 9 de abril e Directiva 2000/31/CE, de 8 de junho;
- o regime dos serviços públicos;
- o regime de segurança de particulares categorias de produtos.

O Código absorve o regime de 18 decretos legislativos, entretanto revogados.

E a disciplina de diretivas europeias, como:

– Directiva 84/450/CEE do Conselho, de 10 de setembro de 1984, relativa à aproximação das disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-membros em matéria de publicidade enganosa

– Directiva 85/374/CEE do Conselho, de 25 de julho de 1985, relativa à aproximação das disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-membros em matéria de responsabilidade decorrente dos produtos defeituosos

– Directiva 85/577/CEE do Conselho, de 20 de dezembro de 1985, relativa à proteção dos consumidores no caso de contratos negociados fora dos estabelecimentos comerciais

– Directiva 87/102/CEE do Conselho, de 22 de dezembro de 1986, relativa à aproximação das disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados- membros relativas ao crédito ao consumo

– Artigos 10º a 17º da Directiva 89/552/CEE do Conselho, de 3 de outubro de 1989, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-membros relativas ao exercício de atividades de radiodifusão televisiva (*publicidade na televisão e a parte alusiva à televenda*)

– Directiva 90/314/CEE do Conselho, de 13 de junho de 1990, relativa às viagens organizadas, férias organizadas e circuitos organizados

– Directiva 93/13/CEE do Conselho, de 5 de abril de 1993, relativa às cláusulas abusivas nos contratos celebrados com os consumidores

– Directiva 94/47/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de outubro e 1994, relativa à proteção dos adquirentes quanto a certos aspectos dos contratos de aquisição de um direito de utilização a tempo parcial de bens imóveis

– Directiva 97/7/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de maio de 1997, relativa à proteção dos consumidores em matéria de contratos à distância

– Directiva 98/6/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 16 de fevereiro de 1998, relativa à defesa dos consumidores em matéria de indicações dos preços dos produtos oferecidos aos consumidores

– Directiva 98/27/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de maio de 1998, relativa às ações inibitórias em matéria de protecção dos interesses dos consumidores

– Directiva 1999/44/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de maio de 1999, relativa a certos aspectos da venda de bens de consumo e das garantias a ela relativas

– Directiva 2001/95/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 3 de dezembro de 2001, relativa à segurança geral dos produtos

– Directiva 2002/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23 de setembro de 2002, relativa à comercialização à distância de serviços financeiros prestados a consumidores

– Directiva 2005/29/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de maio de 2005, relativa às práticas comerciais desleais das empresas face aos consumidores no mercado interno.

2. Conteúdo

O Código do Consumo italiano tem uma estrutura ajustada às matérias entretanto legisladas e constantes de diplomas avulsos.

É de um código compilação que se trata, com remissões para legislação avulsa num ponto ou noutra, como se assinalou.

Em 2011, através do Decreto Legislativo 79, de 23 de maio de 2011, incorporou tanto o regime do contrato de serviço financeiro à distância, como pela Lei 99, de 23 de julho de 2009, o da ação de classe (*class action*).

Estrutura de base:

O Código comporta 6 partes:

- a primeira estabelece “disposições gerais”;
- a segunda versa sobre “educação, informação, práticas comerciais e publicidade”;
- a terceira contempla “as relações de consumo”;
- a quarta articula “segurança e qualidade”;
- a quinta rege sobre “associações de consumidores e acesso à justiça” e
- a sexta, “disposições finais”.

E tem 172 artigos (146 na versão original, a que se acrescentou outros 26, em sucessivas reformas).

Na primeira parte figuram apenas as disposições gerais.

Na segunda, a disciplina da educação do consumidor e da informação ao consumidor (aqui com destaque para os preços por unidade de medida), para além da publicidade e outras formas de comunicação comercial (publicidade enganosa e comparativa, peculiaridades da comunicação comercial e regime privativo das tele vendas).

Na terceira parte o enfoque é na relação de consumo: dos contratos do consumidor em geral e do exercício da atividade comercial. E aqui as promoções de vendas com uma seção reservada ao crédito ao consumo

Para melhor percepção, importa mostrar – só e tão só – o esqueleto, na versão original:

CODICE DEL CONSUMO

Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (com modificazioni ulteriori)

PARTE I – DISPOSIZIONI GENERALI

Titolo I – Disposizioni generali e finalità

PARTE II – EDUCAZIONE, INFORMAZIONE, PUBBLICITÀ

Titolo I – Educazione del consumatore

Titolo II – Informazioni ai consumatori

Capo I – Disposizioni Generali

Capo II – Indicazione dei prodotti

Capo III – Particolari modalità di informazione

Sezione I – Indicazione dei prezzi per unità di misura

Titolo III – Pubblicità e altre comunicazioni commerciali

Capo I – Disposizioni generali

Capo II – Caratteri della pubblicità

Sezione I – Pubblicità ingannevole e comparativa

Capo III – Particolari modalità della comunicazione pubblicitaria

Sezione I – Rafforzamento della tutela del consumatore in materia di televendite

PARTE III – IL RAPPORTO DI CONSUMO

Titolo I – Dei contratti del consumatore in generale

Titolo II – Esercizio dell'attività commerciale

Capo I – Disposizioni generali

Capo II – Promozione delle vendite

Sezione I – Credito al consumo

Titolo III – Modalità contrattuali

Capo I – Particolari modalità di conclusione del contratto

Sezione I – Contratti negoziati fuori dei locali commerciali

Sezione II – Contratti a distanza

Sezione III – Disposizioni comuni

Sezione IV – Diritto di recesso

Capo II – Commercio elettronico

Titolo IV – Disposizioni relative ai singoli contratti

Capo I – Contratti relativi all'acquisizione di un diritto di godimento ripartito di beni immobili

Capo II – Servizi turistici

Titolo V – Erogazione di servizi pubblici

Capo I – Servizi pubblici

PARTE IV – SICUREZZA E QUALITÀ

Titolo I – Sicurezza dei prodotti

Titolo II – Responsabilità per danno da prodotti difettosi

*Titolo III – Garanzia legale di conformità e garanzie commerciali
per i beni di consumo
Capo I – Della vendita dei beni di consumo*

PARTE V – ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI E ACCESSO
ALLA GIUSTIZIA

*Titolo I – Le associazioni rappresentative a livello nazionale
Titolo II – Le azioni inibitorie e l’accesso alla giustizia*

PARTE VI – DISPOSIZIONI FINALI

O código parte da enunciação da alguns dos direitos fundamentais dos consumidores, na esteira, de resto, da Lei de 1998:

- à tutela da saúde
- à segurança e qualidade de produtos e serviços
- a uma adequada informação, ao direito de desistência e a uma publicidade veraz e leal
- ao exercício de práticas comerciais segundo o princípio da boa-fé, da retidão e da lealdade
- à educação para o consumo
- à lealdade, à transparência e à equidade nas relações contratuais
- à promoção e ao desenvolvimento do associativismo livre, voluntário e democrático entre consumidores e usuários
- ao fornecimento de serviços públicos segundo quadros normalizados de qualidade e eficiência.

De imediato, detém-se nos objetivos da educação do consumidor, como poder-dever a cargo do Estado e das associações.

Seguem-se as obrigações gerais consignadas no artigo 5º – as de *informação* – de um modo singular, mas significativo:

“1. Fatto salvo quanto disposto dall’articolo 3, comma 1, lettera a), ai fini del presente titolo, si intende per consumatore o utente anche la persona fisica alla quale sono dirette le informazioni commerciali.

2. Sicurezza, composizione e qualità dei prodotti e dei servizi costituiscono contenuto essenziale degli obblighi informativi.

3. Le informazioni al consumatore, da chiunque provengano, devono essere adeguate alla tecnica di comunicazione impiegata ed espresse in modo chiaro e comprensibile, tenuto anche conto delle modalità di conclusione del contratto o delle caratteristiche del settore, tali da assicurare la consapevolezza del consumatore.”

E as peculiaridades da informação em especial e os demais aspectos que transcorrem da radiografia do *codice del consumo* revelada no passo precedente.

Mutatis mutandis, as disposições vertidas refletem as normas impostas quer por diretivas minimalistas (que definem uma plataforma mínima que os Estados-membros da União Europeia não poderão ofender, deixando-se-lhes, porém, a faculdade de oferecer aos seus destinatários níveis mais elevados de proteção), quer por diretivas-quadro (que segregam normas de proteção máxima, não sendo lícito aos Estados-membros legislar de modo diferente *infra* ou *supra* ao quadro normativo imperativamente imposto), como é o caso da Directiva 2005/29/CE, de 11 de maio, que disciplina as práticas comerciais desleais.

3. Crítica

Parece ser menos relevante a discussão terminológico-conceitual: um *verdadeiro código*, na acepção tradicional, ou um *código “sectorial”* que se limita a “consolidar” leis pré-existentes esparsas por diplomas avulsos?

Um mero ensaio de *recodificação* ante a *descodificação*, a que se assiste, e é uma característica frisante de uma época em que se legisla muito, se legisla mal, se legisla sem deixar que o pó assente, sem se permitir que se branda a pluma do legislador só e quando as necessidades da *salus publica* o imponham?

Crítica não menos incisiva é a de que o código não inova. Limita-se a nele deixar exaradas normas já em vigor ainda que em diplomas extravagantes. E deveria ir mais além. Oferecendo soluções inovadoras, mormente nos segmentos em que se “transcrevem” regras constantes de diretivas minimalistas. Em que se faculta aos Estados-membros o poder de irem mais além, assegurando níveis de proteção mais elevados.

Crítica que se destaca ainda é a de que o código não integra tudo o que poderia e deveria regular: que há domínios como os dos contratos, *maxime* o dos seguros, e os da segurança na cadeia alimentar que dele deveriam constar. O que não sucede.

Outra crítica que se desfere é a de que se terá perdido uma excelente oportunidade para ampliar o âmbito do próprio código, em particular com a inserção do regime dos contratos de consumo na sua integralidade, e não só o dos seguros, tal como hoje se disciplinam: dos serviços públicos essenciais a contratos outros com uma ocorrência assinalável no dia a dia.

Claro que há críticas e críticas. Em termos sistemáticos nem todas as críticas procedem. Há melhores como há piores sistematizações.

Claro que os seus autores, em particular Guido Alpa, reagem às críticas com os limites do mandato que lhes fora outorgado. Ponto é saber, porém, se poderiam ou não ter provocado os ajustamentos indispensáveis para que se fosse mais além. E, ao que parece, não o provocaram.

Decerto que critérios mais exigentes propiciariam uma arrumação distinta das matérias pelas partes, títulos, capítulos e seções por que se desdobra o Código.

Uma certeza, porém, ressalta: houve um esforço que, conseguido ou não, aí está com reflexos no quotidiano.

A maior parte dos países europeus nada tem que os dignifique...