



[Pagina iniziale](#) > [Formulario di ricerca](#) > [Elenco dei risultati](#) > **Documenti**



[Avvia la stampa](#)

Lingua del documento :

ECLI:EU:C:2019:47

Edizione provvisoria

SENTENZA DELLA CORTE (Terza Sezione)

23 gennaio 2019 (\*)

«Rinvio pregiudiziale – Protezione dei consumatori – Direttiva 2011/83/UE – Contratti a distanza – Articolo 6, paragrafo 1, lettera h) – Obbligo di informazione sul diritto di recesso – Articolo 8, paragrafo 4 – Contratto concluso mediante un mezzo di comunicazione a distanza che consente uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni – Nozione di «spazio o (...) tempo limitato per visualizzare le informazioni» – Opuscolo incluso in un periodico – Cartolina postale di ordine contenente un collegamento ipertestuale che rinvia alle informazioni sul diritto di recesso»

Nella causa C-430/17,

avente ad oggetto la domanda di pronuncia pregiudiziale proposta alla Corte, ai sensi dell'articolo 267 TFUE, dal Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia, Germania), con decisione del 14 giugno 2017, pervenuta in cancelleria il 17 luglio 2017, nel procedimento

**Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG**

contro

**Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV,**

LA CORTE (Terza Sezione),

composta da M. Vilaras, presidente della Quarta Sezione, facente funzione di presidente della Terza Sezione, J. Malenovský, L. Bay Larsen, M. Safjan (relatore) e D. Šváby, giudici,

avvocato generale: E. Tanchev

cancelliere: R. Șereș, amministratrice

considerate le osservazioni presentate:

– per la Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG, da R. Becker, Rechtsanwalt;

- per la Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV, da C. Rohnke, Rechtsanwalt;
- per il governo tedesco, da T. Henze, M. Hellmann, E. Lankenau e J. Techert, in qualità di agenti;
- per il governo polacco, da B. Majczyna, in qualità di agente;
- per il governo finlandese, da H. Leppo, in qualità di agente;
- per la Commissione europea, da M. Kellerbauer e N. Ruiz García, in qualità di agenti,

sentite le conclusioni dell'avvocato generale, presentate all'udienza del 20 settembre 2018, ha pronunciato la seguente

## **Sentenza**

1 La domanda di pronuncia pregiudiziale verte sull'interpretazione dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera h), e dell'articolo 8, paragrafo 4, della direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori, recante modifica della direttiva 93/13/CEE del Consiglio e della direttiva 1999/44/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 85/577/CEE del Consiglio e la direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio (GU 2011, L 304, pag. 64).

2 Tale domanda è stata presentata nell'ambito di una controversia tra la Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG, società di diritto tedesco, e la Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV, associazione per la lotta contro le pratiche commerciali sleali (in prosieguo: la «Zentrale»), in merito all'informazione relativa al diritto di recesso del consumatore che figura nella pubblicità realizzata da tale società sotto forma di un opuscolo pubblicitario allegato a vari giornali e riviste.

## **Contesto normativo**

### **Diritto dell'Unione**

#### *La Carta*

3 L'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea (in prosieguo: la «Carta»), intitolato «Libertà di espressione e d'informazione», al paragrafo 1 enuncia quanto segue:

«Ogni persona ha diritto alla libertà di espressione. Tale diritto include la libertà di opinione e la libertà di ricevere o di comunicare informazioni o idee senza che vi possa essere ingerenza da parte delle autorità pubbliche e senza limiti di frontiera».

4 Ai sensi dell'articolo 16 della Carta, intitolato «Libertà d'impresa»:

«È riconosciuta la libertà d'impresa, conformemente al diritto dell'Unione e alle legislazioni e prassi nazionali».

5 L'articolo 38 della Carta, rubricato «Protezione dei consumatori», stabilisce quanto segue:

«Nelle politiche dell'Unione è garantito un livello elevato di protezione dei consumatori».

*La direttiva 2011/83*

6 I considerando da 3 a 5, 7, 34, 36 e 44 della direttiva 2011/83 enunciano quanto segue:

«(3) L'articolo 169, paragrafo 1, e paragrafo 2, lettera a), [TFUE] prevedono che l'Unione deve contribuire al conseguimento di un livello elevato di protezione dei consumatori mediante misure adottate a norma dell'articolo 114 [TFUE].

(4) (...) L'armonizzazione di taluni aspetti dei contratti a distanza conclusi dai consumatori e dei contratti da essi negoziati fuori dei locali commerciali è necessaria per promuovere un effettivo mercato interno dei consumatori, che raggiunga il giusto equilibrio tra un elevato livello di tutela dei consumatori e la competitività delle imprese, assicurando nel contempo il rispetto del principio di sussidiarietà.

(5) (...) La completa armonizzazione delle informazioni e il diritto di recesso nei contratti a distanza e nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali contribuirà quindi a un livello elevato di protezione dei consumatori e a un migliore funzionamento del mercato interno tra imprese e consumatori (...)

(...)

(7) L'armonizzazione completa di alcuni aspetti normativi chiave dovrebbe aumentare considerevolmente la certezza giuridica sia per i consumatori che per i professionisti. (...) Inoltre, i consumatori dovrebbero beneficiare di un elevato livello di tutela in tutta l'Unione.

(...)

(34) Prima che il consumatore assuma gli obblighi derivanti da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali, da un contratto diverso dalle due tipologie appena menzionate o da una corrispondente offerta, il professionista dovrebbe fornire al consumatore informazioni chiare e comprensibili. (...)

(...)

(36) Nel caso dei contratti a distanza, gli obblighi di informazione dovrebbero essere adattati per tenere conto dei limiti tecnici di taluni media, come la limitazione del numero di caratteri su taluni schermi di telefoni mobili o il limite di tempo per gli spot televisivi. In tali casi il professionista dovrebbe conformarsi ad un insieme minimo di obblighi di informazione e rinviare il consumatore a un'altra fonte di informazione, ad esempio fornendo un numero di telefono gratuito o un link ipertestuale ad una pagina web del professionista dove le informazioni pertinenti sono direttamente e facilmente accessibili. (...)

(...)

(44) Le differenze nel modo in cui il diritto di recesso è esercitato negli Stati membri sono fonte di costi per i professionisti che vendono a livello transfrontaliero. L'introduzione di un modulo tipo armonizzato di recesso che il consumatore possa utilizzare dovrebbe semplificare il processo di recesso e comportare una certezza giuridica. Per questi motivi gli Stati membri dovrebbero astenersi dall'aggiungere prescrizioni relative alla presentazione al modulo tipo dell'Unione riguardanti, ad

esempio, la dimensione dei caratteri. Tuttavia, il consumatore dovrebbe restare libero di recedere con parole proprie, purché la dichiarazione con cui esplicita la sua decisione di recedere dal contratto al professionista sia inequivocabile. Una lettera, una telefonata o il rinvio dei beni con una chiara dichiarazione potrebbero soddisfare tale condizione, ma l'onere della prova dell'avvenuto recesso entro i termini stabiliti nella direttiva dovrebbe incombere al consumatore. (...)».

7 L'articolo 1 di tale direttiva, intitolato «Oggetto», così dispone:

«La presente direttiva, tramite il conseguimento di un livello elevato di tutela dei consumatori, intende contribuire al corretto funzionamento del mercato interno mediante l'armonizzazione di taluni aspetti delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di contratti conclusi tra consumatori e professionisti».

8 L'articolo 2 della citata direttiva, intitolato «Definizioni», enuncia quanto segue:

«Ai fini della presente direttiva si intende per:

(...)

7) “contratto a distanza”: qualsiasi contratto concluso tra il professionista e il consumatore nel quadro di un regime organizzato di vendita o di prestazione di servizi a distanza senza la presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, mediante l'uso esclusivo di uno o più mezzi di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso;

(...)».

9 L'articolo 6 della medesima direttiva, intitolato «Obblighi di informazione per i contratti a distanza e per i contratti negoziati fuori dei locali commerciali», dispone quanto segue:

«1. Prima che il consumatore sia vincolato da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali o da una corrispondente offerta, il professionista fornisce al consumatore le informazioni seguenti, in maniera chiara e comprensibile:

(...)

h) in caso di sussistenza di un diritto di recesso, le condizioni, i termini e le procedure per esercitare tale diritto conformemente all'articolo 11, paragrafo 1, nonché il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B;

(...)

4. Le informazioni di cui al [paragrafo 1, lettera h)], possono essere fornite mediante le istruzioni tipo sul recesso di cui all'allegato I, parte A. Il professionista ha adempiuto agli obblighi di informazione di cui al [paragrafo 1, lettera h),] se ha presentato dette istruzioni al consumatore, debitamente compilate.

5. Le informazioni di cui al paragrafo 1 formano parte integrante del contratto a distanza o del contratto negoziato fuori dei locali commerciali e non possono essere modificate se non con l'accordo espresso delle parti.

(...))».

10 L'articolo 8 della direttiva 2011/83, intitolato «Requisiti formali per i contratti a distanza», è così formulato:

«1. Per quanto riguarda i contratti a distanza il professionista fornisce o mette a disposizione del consumatore le informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, in modo appropriato al mezzo di comunicazione a distanza impiegato in un linguaggio semplice e comprensibile. Nella misura in cui dette informazioni sono presentate su un supporto durevole, esse devono essere leggibili.

(...)

4. Se il contratto è concluso mediante un mezzo di comunicazione a distanza che consente uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni, il professionista fornisce, su quel mezzo in particolare e prima della conclusione del contratto, almeno le informazioni precontrattuali riguardanti le caratteristiche principali dei beni o servizi, l'identità del professionista, il prezzo totale, il diritto di recesso, la durata del contratto e, nel caso di contratti a tempo indeterminato, le condizioni di risoluzione del contratto, conformemente all'articolo 6, paragrafo 1, lettere a), b), e), h) e o). Le altre informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, sono fornite dal professionista in un modo appropriato conformemente al paragrafo 1 del presente articolo.

(...)

7. Il professionista fornisce al consumatore la conferma del contratto concluso su un mezzo durevole, entro un termine ragionevole dopo la conclusione del contratto a distanza e al più tardi al momento della consegna dei beni oppure prima che l'esecuzione del servizio abbia inizio. Tale conferma comprende:

a) tutte le informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, a meno che il professionista non abbia già fornito l'informazione al consumatore su un mezzo durevole prima della conclusione del contratto a distanza; (...)

(...))».

11 L'articolo 9 di detta direttiva, che reca il titolo «Diritto di recesso», ai paragrafi 1 e 2 prevede quanto segue:

«1. Fatte salve le eccezioni di cui all'articolo 16, il consumatore dispone di un periodo di quattordici giorni per recedere da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali senza dover fornire alcuna motivazione e senza dover sostenere costi diversi da quelli previsti all'articolo 13, paragrafo 2, e all'articolo 14.

2. Fatto salvo l'articolo 10, il periodo di recesso di cui al paragrafo 1 del presente articolo scade dopo quattordici giorni (...)

(...))».

12 Ai sensi dell'articolo 11 della stessa direttiva, intitolato «Esercizio del diritto di recesso»:

«1. Prima della scadenza del periodo di recesso, il consumatore informa il professionista della sua decisione di esercitare il diritto di recesso dal contratto. A tal fine il consumatore può:

- a) utilizzare il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B; oppure
- b) presentare una qualsiasi altra dichiarazione esplicita della sua decisione di recedere dal contratto.

Gli Stati membri non prevedono requisiti formali applicabili al modulo tipo di recesso diversi da quelli indicati all'allegato I, parte B.

(...)

3. Il professionista, oltre alle possibilità di cui al paragrafo 1, può offrire al consumatore l'opzione di compilare e inviare elettronicamente il modulo di recesso tipo riportato all'allegato I, parte B, o una qualsiasi altra dichiarazione esplicita sul sito web del professionista. In tali casi il professionista comunica senza indugio al consumatore una conferma di ricevimento del recesso su un supporto durevole.

(...))».

13 L'articolo 12 della stessa direttiva, intitolato «Effetti del recesso», prevede quanto segue:

«L'esercizio del diritto di recesso pone termine agli obblighi delle parti:

- a) di eseguire il contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali; oppure
- b) di concludere un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali nei casi in cui un'offerta sia stata fatta dal consumatore».

14 L'allegato I della direttiva 2011/83, riguardante le «Informazioni relative all'esercizio del diritto di recesso», contiene una parte A, intitolata «Istruzioni tipo sul recesso», e una parte B, rubricata «Modulo di recesso tipo».

### **Normativa tedesca**

15 L'articolo 355 del Bürgerliches Gesetzbuch (codice civile; in prosieguo: il «BGB»), recante il titolo «Diritto di recesso nei contratti con i consumatori», al paragrafo 1 stabilisce quanto segue:

«Nel caso in cui la legge attribuisca al consumatore un diritto di recesso ai sensi della presente disposizione, il consumatore e il professionista cessano di essere vincolati alle proprie dichiarazioni di volontà dirette alla conclusione del contratto qualora il consumatore eserciti il diritto di recesso entro il termine previsto. Il recesso è esercitato mediante una dichiarazione rivolta al professionista. La dichiarazione esprime in modo inequivoco la decisione del consumatore di recedere dal contratto. Il consumatore non è tenuto a indicare i motivi del recesso. L'invio della dichiarazione di recesso in tempo utile è sufficiente ai fini del rispetto del termine prescritto».

16 L'articolo 312 g del BGB, intitolato «Diritto di recesso», al paragrafo 1 dispone quanto segue:

«Nel caso di contratti negoziati fuori dei locali commerciali e di contratti a distanza, al consumatore è attribuito un diritto di recesso ai sensi dell'articolo 355 [del BGB]».

17 L'articolo 246 a dell'Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch (Disposizioni preliminari al codice civile), rubricato «Obblighi di informazione per i contratti negoziati fuori dei locali commerciali e i contratti a distanza diversi dai contratti di servizi finanziari», al paragrafo 1 enuncia quanto segue:

«(...)

2) Se il consumatore gode di un diritto di recesso ai sensi dell'articolo 312 g, paragrafo 1, del BGB, il professionista è tenuto a informare il consumatore:

1. delle condizioni, dei termini e della procedura per l'esercizio del diritto di recesso ai sensi dell'articolo 355, paragrafo 1, del BGB, nonché del modulo tipo di recesso di cui all'allegato 2,

(...)».

### **Procedimento principale e questioni pregiudiziali**

18 Nel 2014 la Walbusch Walter Busch diffondeva, a mezzo di inserto in diverse riviste e giornali, un opuscolo pubblicitario di sei facciate, nel formato 19 x 23,7 cm. L'opuscolo conteneva un buono d'ordine in forma di cartolina postale staccabile. Il diritto di recesso era segnalato sia sul lato anteriore sia sul lato posteriore di detta cartolina postale, la quale indicava anche il numero di telefono e di fax, l'indirizzo Internet e l'indirizzo postale della Walbusch Walter Busch. Sul sito Internet indicato, vale a dire [www.klepper.net](http://www.klepper.net), sotto la voce «AGB» [Allgemeine Geschäftsbedingungen (Condizioni generali di contratto)], erano riportate le istruzioni relative al recesso e al modulo tipo di recesso.

19 La Centrale contestava la correttezza dell'opuscolo in questione per assenza di adeguate informazioni in merito al diritto di recesso del consumatore e per mancanza, in allegato, del modulo tipo di recesso.

20 La Centrale investiva quindi il Landgericht Wuppertal (Tribunale del Land, Wuppertal, Germania) di una domanda di cessazione della pubblicazione di detto opuscolo nonché di una domanda di rimborso delle spese che aveva sostenuto nella fase precontenziosa.

21 Il Landgericht Wuppertal (Tribunale del Land di Wuppertal) accoglieva tale domanda, ma la decisione emessa da tale giudice veniva parzialmente riformata dall'Oberlandesgericht Düsseldorf (Tribunale superiore del Land, Düsseldorf, Germania).

22 La Walbusch Walter Busch proponeva un ricorso per cassazione (Revision) avverso la sentenza dell'Oberlandesgericht Düsseldorf (Tribunale superiore del Land, Düsseldorf) dinanzi al Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia, Germania).

23 Il giudice del rinvio afferma che, sebbene la cartolina postale facente parte dell'opuscolo di cui trattasi faccia riferimento, sul lato anteriore e posteriore, all'esistenza di un diritto di recesso previsto dalla legge, tale opuscolo è privo di qualunque indicazione relativa alle condizioni, al termine e alle modalità di esercizio di detto diritto e non contiene alcun modulo tipo di recesso.

24 In proposito, secondo il giudice del rinvio, si potrebbero adottare due diversi approcci riguardo all'interpretazione dell'articolo 8, paragrafo 4, della direttiva 2011/83 per quanto concerne la portata dell'obbligo di informazione del consumatore in caso di ricorso a un mezzo di

comunicazione a distanza che consente uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni.

25 Secondo un primo approccio, detta disposizione si applicherebbe qualora il mezzo di comunicazione a distanza consenta per sua natura, astrattamente, uno spazio o un tempo limitato. Pertanto, i cataloghi e gli opuscoli dovrebbero sempre riportare tutte le indicazioni in merito al diritto di recesso, mentre, per un'inserzione su un quotidiano o un volantino in formato cartolina che consentano di inoltrare un ordine, sarebbe sufficiente la mera indicazione della sussistenza del diritto di recesso.

26 In base a un secondo approccio, sarebbe decisiva la configurazione concreta del mezzo di comunicazione a distanza da parte del professionista, in particolare la sua decisione in merito al design, al layout, alla grafica o alle dimensioni del supporto pubblicitario. La deroga di cui all'articolo 8, paragrafo 4, della direttiva 2011/83 potrebbe applicarsi qualora la presentazione di informazioni esaustive sul diritto e sulle modalità di recesso comportasse il rischio di occupare una parte rilevante del supporto pubblicitario, ipoteticamente oltre il 10% della superficie del medesimo.

27 Inoltre, il giudice del rinvio rileva che l'interpretazione di detta disposizione della direttiva 2011/83 dovrebbe tener conto della libertà di impresa, riconosciuta all'articolo 16 della Carta. In particolare, come risulta dalla sentenza della Corte del 17 dicembre 2015, Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823, punto 67), tale libertà comprenderebbe la libertà di pubblicità e la scelta del professionista riguardo ai mezzi utilizzati a tal fine non deve essere limitata in modo sproporzionato, conformemente all'articolo 52, paragrafo 1, della Carta.

28 Da un lato, l'obbligo di inserire all'interno di una pubblicità tutte le informazioni richieste in merito al diritto di recesso potrebbe compromettere l'utilità, per il professionista, di determinate forme di messaggi pubblicitari, poiché sussiste il rischio che dette informazioni dominino tali messaggi. Dall'altro lato, in una situazione del genere, il consumatore sarebbe esposto a una quantità elevata di informazioni di cui non potrebbe prendere opportunamente conoscenza.

29 È in tale contesto che il Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia) ha deciso di sospendere il procedimento e di sottoporre alla Corte le seguenti questioni pregiudiziali:

«1) Se, nell'applicazione dell'articolo 8, paragrafo 4, della direttiva [2011/83], ai fini della questione se un mezzo di comunicazione a distanza (nella specie: opuscolo pubblicitario con cartolina per ordine) consenta uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni, rilevi

a) se il mezzo di comunicazione a distanza consenta (astrattamente) per sua natura solamente spazi o tempi limitati,

oppure

b) se esso consenta (concretamente), nella configurazione scelta dall'impresa, solamente spazi o tempi limitati.

2) Se sia compatibile con gli articoli 8, paragrafo 4, e 6, paragrafo 1, lettera h), della direttiva [2011/83] limitare le informazioni sul diritto di recesso, in caso di possibilità di visualizzazione limitata ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 4, di detta direttiva, al solo richiamo alla sussistenza del diritto di recesso.

3) Se gli articoli 8, paragrafo 4, e 6, paragrafo 1, lettera h), della direttiva [2011/83] impongano sempre tassativamente, prima della conclusione di un contratto a distanza, anche nel caso di possibilità di visualizzazione limitata, di allegare al mezzo di comunicazione a distanza il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B, della direttiva [2011/83]».

### **Sulle questioni pregiudiziali**

30 Con le sue questioni, che occorre esaminare congiuntamente, il giudice del rinvio chiede, in sostanza, secondo quali criteri si debba valutare se un contratto possa essere considerato concluso mediante un mezzo di comunicazione a distanza che consente uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni, ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 4, della direttiva 2011/83, e, se del caso, quale sia la portata dell'obbligo di informazione sul diritto di recesso, previsto all'articolo 6, paragrafo 1, lettera h), di tale direttiva.

31 In via preliminare va ricordato che, a norma dell'articolo 6, paragrafo 1, della direttiva 2011/83, prima che il consumatore sia vincolato da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali o da una corrispondente offerta, il professionista fornisce al consumatore, in maniera chiara e comprensibile, determinate informazioni relative a tale contratto o a tale offerta. In particolare, in caso di sussistenza di un diritto di recesso, l'articolo 6, paragrafo 1, lettera h), della stessa direttiva impone al professionista di portare a conoscenza del consumatore le condizioni, i termini e le procedure per esercitare tale diritto, conformemente all'articolo 11, paragrafo 1, di detta direttiva, e di fornirgli il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B, della medesima.

32 L'articolo 11, paragrafo 1, della direttiva 2011/83 prevede che il consumatore che intenda esercitare il diritto di recesso debba informare il professionista utilizzando il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B, di tale direttiva oppure presentando una qualsiasi altra dichiarazione esplicita della sua decisione di recedere dal contratto. Inoltre, l'articolo 11, paragrafo 3, della stessa direttiva stabilisce che il professionista, oltre alle possibilità previste in tale articolo 11, paragrafo 1, può offrire al consumatore l'opzione di compilare e inviare elettronicamente il modulo di recesso tipo riportato all'allegato I, parte B, della medesima direttiva o una qualsiasi altra dichiarazione esplicita sul sito web del professionista.

33 Nel caso in cui il contratto sia concluso mediante un mezzo di comunicazione a distanza che consente uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni, l'articolo 8, paragrafo 4, della direttiva 2011/83 obbliga il professionista soltanto a fornire al consumatore, sul mezzo in questione e prima della conclusione del contratto, alcune delle informazioni precontrattuali previste all'articolo 6, paragrafo 1, di detta direttiva, tra cui figura l'informazione sul diritto di recesso, quale enunciata all'articolo 6, paragrafo 1, lettera h), della medesima direttiva. In un caso del genere, le altre informazioni precontrattuali devono essere fornite al consumatore in modo appropriato al mezzo di comunicazione a distanza impiegato in un linguaggio semplice e comprensibile.

34 In proposito, come risulta dall'articolo 1 della direttiva 2011/83, letto alla luce dei considerando 4, 5 e 7 di quest'ultima, tale direttiva mira ad assicurare un livello elevato di tutela dei consumatori garantendo la loro informazione e la loro sicurezza nelle operazioni con i professionisti. Inoltre, la tutela dei consumatori nelle politiche dell'Unione è sancita all'articolo 169 TFUE e all'articolo 38 della Carta (v., in tal senso, sentenza del 2 marzo 2017, *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main*, C-568/15, EU:C:2017:154, punto 28).

35 La direttiva 2011/83 è volta a far beneficiare i consumatori di una tutela ampia, conferendo loro una serie di diritti in materia, in particolare, di contratti a distanza. L'obiettivo del legislatore dell'Unione è evitare che l'impiego di mezzi di comunicazione a distanza porti ad una diminuzione

delle informazioni fornite al consumatore (v., per analogia, sentenza del 5 luglio 2012, Content Services, C-49/11, EU:C:2012:419, punto 36).

36 Orbene, le informazioni fornite prima della conclusione di un contratto riguardo alle condizioni contrattuali e alle conseguenze di detta conclusione sono, per il consumatore, di fondamentale importanza (sentenza del 13 settembre 2018, Wind Tre e Vodafone Italia, C-54/17 e C-55/17, EU:C:2018:710, punto 46). È infatti sulla base di tali informazioni che quest'ultimo decide se intende vincolarsi contrattualmente ad un professionista.

37 Tuttavia, come enuncia il considerando 36 della direttiva 2011/83, nel caso dei contratti a distanza, gli obblighi di informazione dovrebbero essere adattati per tenere conto dei limiti tecnici di taluni media, come la limitazione del numero di caratteri su taluni schermi di telefoni mobili o il limite di tempo per gli spot televisivi. In tali casi, il professionista dovrebbe conformarsi ad un insieme minimo di obblighi di informazione e rinviare il consumatore a un'altra fonte di informazione, ad esempio fornendo un numero di telefono gratuito o un link ipertestuale ad una pagina web del professionista dove le informazioni pertinenti sono direttamente e facilmente accessibili.

38 Pertanto, qualora il professionista, per concludere un contratto con il consumatore, ricorra a un determinato mezzo di comunicazione a distanza, esso può trovarsi nell'impossibilità di fornire al consumatore, nell'ambito di tale comunicazione, tutte le informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, della direttiva 2011/83. Una situazione del genere si verifica nel caso in cui il mezzo scelto dal professionista consenta uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni, limitazioni risultanti dalle caratteristiche inerenti al mezzo di cui trattasi oppure derivanti dalla scelta economica del professionista relativa, in particolare, alla durata e allo spazio di comunicazione commerciale.

39 La valutazione della questione se, in un caso concreto, il mezzo di comunicazione consenta uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni, ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 4, della direttiva 2011/83, dev'essere effettuata tenendo conto dell'insieme delle caratteristiche tecniche della comunicazione commerciale del professionista. Al riguardo, occorre verificare se, in considerazione dello spazio e del tempo occupati dalla comunicazione e delle dimensioni minime del carattere tipografico che sarebbero appropriate per un consumatore medio destinatario di tale comunicazione, tutte le informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, di detta direttiva possano essere oggettivamente presentate nell'ambito di detta comunicazione. Per contro, le scelte effettuate dal professionista interessato in merito alla configurazione e all'utilizzo dello spazio e del tempo di cui dispone sulla base del mezzo di comunicazione che ha deciso di impiegare non sono pertinenti ai fini di tale valutazione.

40 Nell'ipotesi in cui si constati che il mezzo di comunicazione a distanza consente uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni, si deve allora verificare se il professionista, conformemente all'articolo 8, paragrafi 1 e 4, della direttiva 2011/83, abbia fornito al consumatore le altre informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, di tale direttiva attraverso un'altra fonte, in un linguaggio semplice e comprensibile.

41 Va rilevato, in proposito, che la soluzione adottata all'articolo 8, paragrafi 1 e 4, della direttiva 2011/83, quale descritta ai punti da 37 a 40 della presente sentenza, mira a garantire un giusto equilibrio tra un livello elevato di protezione dei consumatori e la competitività delle imprese, come enunciato al considerando 4 della stessa direttiva.

42 Infatti, l'obbligo di informazione di cui all'articolo 8, paragrafi 1 e 4, della direttiva 2011/83 permette al consumatore di ricevere in modo appropriato, prima della conclusione del contratto a distanza, le informazioni necessarie che gli consentono di decidere se concludere o meno il contratto, rispondendo così all'obiettivo legittimo di interesse generale di tutela dei consumatori, conformemente all'articolo 169 TFUE, ricordato al considerando 3 di tale direttiva, senza tuttavia pregiudicare il contenuto essenziale della libertà di espressione e di informazione né la libertà di impresa dell'imprenditore, quali sancite agli articoli 11 e 16 della Carta.

43 In proposito, da un lato, lungi dal vietare il ricorso a determinati mezzi di comunicazione, l'articolo 8, paragrafi 1 e 4, della direttiva 2011/83 si limita, in un settore ben circoscritto, a delimitare il contenuto della comunicazione commerciale diretta alla conclusione di un contratto a distanza con il consumatore. Dall'altro lato, l'obbligo di fornire, in qualsiasi circostanza, le informazioni di cui all'articolo 8, paragrafo 4, prima frase, di tale direttiva riguarda soltanto alcune delle informazioni di cui è obbligatoria la comunicazione al consumatore prima della conclusione del contratto a distanza, conformemente all'articolo 6, paragrafo 1, di detta direttiva. Infatti, come ricordato al punto 40 della presente sentenza, nell'ipotesi prevista all'articolo 8, paragrafo 4, della stessa direttiva, le altre informazioni devono essere fornite attraverso un'altra fonte, in un linguaggio semplice e comprensibile.

44 Tra dette informazioni, che devono essere fornite al consumatore in qualsiasi circostanza, figura quella concernente il diritto di recesso, quale enunciata all'articolo 6, paragrafo 1, lettera h), della direttiva 2011/83.

45 Infatti, il diritto di recesso è finalizzato a tutelare il consumatore nella particolare situazione di una vendita a distanza, in cui egli non ha in concreto la possibilità di visionare il bene o di prendere conoscenza delle caratteristiche del servizio prima della conclusione del contratto. Si reputa pertanto che il diritto di recesso compensi lo svantaggio che risulta per il consumatore da un contratto a distanza, accordandogli un termine di riflessione appropriato durante il quale egli ha la possibilità di esaminare e testare il bene acquistato (v., per analogia, sentenza del 3 settembre 2009, *Messner*, C-489/07, EU:C:2009:502, punto 20).

46 Tenuto conto dell'importanza del diritto di recesso per la tutela del consumatore, l'informazione precontrattuale riguardante tale diritto è di fondamentale importanza per quest'ultimo e gli consente di decidere con cognizione di causa se concludere o meno il contratto a distanza con il professionista. Per poter beneficiare pienamente di tale informazione, il consumatore deve conoscere in anticipo le condizioni, il termine e le modalità di esercizio del diritto di recesso. Nel caso in cui il contratto sia concluso mediante un mezzo di comunicazione a distanza che consente uno spazio o un tempo limitato di visualizzazione delle informazioni, il professionista non è tenuto a fornire al consumatore, nello stesso momento in cui ricorre a tale mezzo, il modulo tipo di recesso che figura all'allegato I, parte B, di detta direttiva. Invero, da un lato, il fatto di disporre, mediante tale mezzo, prima della conclusione del contratto, di un modulo del genere non è una circostanza che possa influenzare la decisione del consumatore di concludere o meno un contratto a distanza e, dall'altro lato, l'obbligo di fornire, in ogni circostanza, detto modulo al consumatore comporterebbe il rischio di imporre un onere sproporzionato al professionista, se non addirittura, in alcuni casi, come in particolare in quello dei contratti conclusi per telefono, un onere insostenibile. Al riguardo, la comunicazione di detto modulo attraverso un'altra fonte, in un linguaggio semplice e comprensibile, è sufficiente.

47 Alla luce dell'insieme delle considerazioni che precedono, si deve rispondere alle questioni poste dichiarando che:

– la valutazione della questione se, in un caso concreto, il mezzo di comunicazione consenta uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni, ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 4, della direttiva 2011/83, dev'essere effettuata tenendo conto dell'insieme delle caratteristiche tecniche della comunicazione commerciale del professionista. Al riguardo, spetta al giudice nazionale verificare se, in considerazione dello spazio e del tempo occupati dalla comunicazione e delle dimensioni minime del carattere tipografico che sarebbero appropriate per un consumatore medio destinatario di tale comunicazione, tutte le informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, di detta direttiva possano essere oggettivamente presentate nell'ambito di detta comunicazione;

– l'articolo 6, paragrafo 1, lettera h), e l'articolo 8, paragrafo 4, della direttiva 2011/83 devono essere interpretati nel senso che, nel caso in cui il contratto sia concluso mediante un mezzo di comunicazione a distanza che consente uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni e qualora sussista il diritto di recesso, il professionista è tenuto a fornire al consumatore, sul mezzo in questione e prima della conclusione del contratto, le informazioni relative alle condizioni, al termine e alle modalità di esercizio di detto diritto. In un caso del genere, tale professionista deve fornire al consumatore il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B, della suddetta direttiva attraverso un'altra fonte, in un linguaggio semplice e comprensibile.

### **Sulle spese**

48 Nei confronti delle parti nel procedimento principale la presente causa costituisce un incidente sollevato dinanzi al giudice del rinvio, cui spetta quindi statuire sulle spese. Le spese sostenute da altri soggetti per presentare osservazioni alla Corte non possono dar luogo a rifusione.

Per questi motivi, la Corte (Terza Sezione) dichiara:

**La valutazione della questione se, in un caso concreto, il mezzo di comunicazione consenta uno spazio o un tempo limitato per visualizzare le informazioni, ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 4, della direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori, recante modifica della direttiva 93/13/CEE del Consiglio e della direttiva 1999/44/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 85/577/CEE del Consiglio e la direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dev'essere effettuata tenendo conto dell'insieme delle caratteristiche tecniche della comunicazione commerciale del professionista. Al riguardo, spetta al giudice nazionale verificare se, in considerazione dello spazio e del tempo occupati dalla comunicazione e delle dimensioni minime del carattere tipografico che sarebbero appropriate per un consumatore medio destinatario di tale comunicazione, tutte le informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, di detta direttiva possano essere oggettivamente presentate nell'ambito di detta comunicazione.**

**L'articolo 6, paragrafo 1, lettera h), e l'articolo 8, paragrafo 4, della direttiva 2011/83 devono essere interpretati nel senso che, nel caso in cui il contratto sia concluso mediante un mezzo di comunicazione a distanza che consente uno spazio o un tempo limitato di visualizzazione delle informazioni e qualora sussista il diritto di recesso, il professionista è tenuto a fornire al consumatore, sul mezzo in questione e prima della conclusione del contratto, le informazioni relative alle condizioni, al termine e alle modalità di esercizio di detto diritto. In un caso del genere, tale professionista deve fornire al consumatore il modulo tipo di recesso di cui all'allegato I, parte B, della suddetta direttiva attraverso un'altra fonte, in un linguaggio semplice e comprensibile.**

Firme

---

\* Lingua processuale: il tedesco.

---