



Raccolta della giurisprudenza

SENTENZA DELLA CORTE (Quinta Sezione)

12 giugno 2019*

«Rinvio pregiudiziale – Tutela dei consumatori – Direttiva 2005/29/CE – Pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori – Nozione di “pratica commerciale aggressiva” – Obbligo del consumatore di assumere una decisione definitiva di natura commerciale in presenza del corriere che gli ha consegnato le condizioni generali del contratto»

Nella causa C-628/17,

avente ad oggetto la domanda di pronuncia pregiudiziale proposta alla Corte, ai sensi dell’articolo 267 TFUE, dal Sąd Najwyższy (Corte suprema, Polonia), con decisione del 14 settembre 2017, pervenuta in cancelleria l’8 novembre 2017, nel procedimento

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

contro

Orange Polska S.A.,

LA CORTE (Quinta Sezione),

composta da E. Regan, presidente di sezione, C. Lycourgos, E. Juhász (relatore), M. Ilešič e I. Jarukaitis, giudici,

avvocato generale: M. Campos Sánchez-Bordona

cancelliere: K. Malacek, amministratore

vista la fase scritta del procedimento e in seguito all’udienza del 28 novembre 2018,

considerate le osservazioni presentate:

- per l’Orange Polska S.A., da K. Szczepanowska-Kozłowska, radca prawny, e M. Gajdus, adwokat;
- per il governo polacco, da B. Majczyna, S. Żyrek ed E. Borawska-Kędzierska, in qualità di agenti;
- per la Commissione europea, da N. Ruiz García e A. Szmytkowska, in qualità di agenti,

sentite le conclusioni dell’avvocato generale, presentate all’udienza del 30 gennaio 2019,

ha pronunciato la seguente

* Lingua processuale: il polacco.

Sentenza

- 1 La domanda di pronuncia pregiudiziale verte sull'interpretazione dell'articolo 2, lettera j) e degli articoli 8 e 9 della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio (GU 2005, L 149, pag. 22).
- 2 Tale domanda è stata presentata nell'ambito di una controversia tra il Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Presidente dell'Autorità per la tutela della concorrenza e dei consumatori, Polonia) e l'Orange Polska S.A., relativamente alla qualificazione di una pratica commerciale come «pratica commerciale aggressiva».

Contesto normativo

Diritto dell'Unione

- 3 I considerando 7, 16 e 17 della direttiva 2005/29 sono così formulati:
 - «7. (...) In sede di applicazione della direttiva, in particolare delle clausole generali, è opportuno tenere ampiamente conto delle circostanze del singolo caso in questione.
 - (...)
 - (16) Le disposizioni sulle pratiche commerciali aggressive dovrebbero riguardare le pratiche che limitano considerevolmente la libertà di scelta del consumatore. Si tratta di pratiche che comportano il ricorso a molestie, coercizione, compreso l'uso di forza fisica, e indebito condizionamento.
 - (17) È auspicabile che le pratiche commerciali che sono in ogni caso sleali siano individuate per garantire una maggiore certezza del diritto. L'allegato I riporta pertanto l'elenco completo di tali pratiche. Si tratta delle uniche pratiche commerciali che si possono considerare sleali senza una valutazione caso per caso in deroga alle disposizioni degli articoli da 5 a 9. L'elenco può essere modificato solo mediante revisione della presente direttiva».
- 4 Ai sensi dell'articolo 2 della direttiva in parola, intitolato «Definizioni»:
 - «Ai fini della presente direttiva, si intende per:
 - (...)
 - e) “falsare in misura rilevante il comportamento economico dei consumatori”: l'impiego di una pratica commerciale idonea ad alterare sensibilmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole, inducendolo pertanto ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso;
 - (...)

- j) “indebito condizionamento”: lo sfruttamento di una posizione di potere rispetto al consumatore per esercitare una pressione, anche senza il ricorso alla forza fisica o la minaccia di tale ricorso, in modo da limitare notevolmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole;
- k) “decisione di natura commerciale”: una decisione presa da un consumatore relativa a se acquistare o meno un prodotto, in che modo farlo e a quali condizioni, se pagare integralmente o parzialmente, se tenere un prodotto o disfarsene o se esercitare un diritto contrattuale in relazione al prodotto. Tale decisione può portare il consumatore a compiere un’azione o all’astenersi dal compierla;

(...).».

- 5 L’articolo 5 della suddetta direttiva, intitolato «Divieto delle pratiche commerciali sleali», contenuto nel capo 2 di quest’ultima, intitolato «Pratiche commerciali sleali», dispone quanto segue:

«1. Le pratiche commerciali sleali sono vietate.

2. Una pratica commerciale è sleale se:

a) è contraria alle norme di diligenza professionale,

e

b) falsa o è idonea a falsare in misura rilevante il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che raggiunge o al quale è diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori.

3. Le pratiche commerciali che possono falsare in misura rilevante il comportamento economico solo di un gruppo di consumatori chiaramente individuabile, particolarmente vulnerabili alla pratica o al prodotto cui essa si riferisce a motivo della loro infermità mentale o fisica, della loro età o ingenuità, in un modo che il professionista può ragionevolmente prevedere sono valutate nell’ottica del membro medio di tale gruppo. Ciò lascia impregiudicata la pratica pubblicitaria comune e legittima consistente in dichiarazioni esagerate o in dichiarazioni che non sono destinate ad essere prese alla lettera.

4. In particolare, sono sleali le pratiche commerciali:

a) ingannevoli di cui agli articoli 6 e 7

o

b) aggressive di cui agli articoli 8 e 9.

5. L’allegato I riporta l’elenco di quelle pratiche commerciali che sono considerate in ogni caso sleali. Detto elenco si applica in tutti gli Stati membri e può essere modificato solo mediante revisione della presente direttiva».

- 6 Al medesimo capo 2 della direttiva 2005/29, la sezione 2, intitolata «Pratiche commerciali aggressive», contiene gli articoli 8 e 9 della direttiva in parola.

7 L'articolo 8 della suddetta direttiva, a sua volta intitolato «Pratiche commerciali aggressive», enuncia quanto segue:

«È considerata aggressiva una pratica commerciale che, nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, mediante molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica, o indebito condizionamento, limiti o sia idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto e, pertanto, lo induca o sia idonea ad indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso».

8 L'articolo 9 della medesima direttiva, intitolato «Ricorso a molestie, coercizione o indebito condizionamento», è così redatto:

«Nel determinare se una pratica commerciale comporti molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica, o indebito condizionamento, sono presi in considerazione i seguenti elementi:

- a) i tempi, il luogo, la natura o la persistenza;
- b) il ricorso alla minaccia fisica o verbale;
- c) lo sfruttamento da parte del professionista di qualsivoglia evento tragico o circostanza specifica di gravità tale da alterare la capacità di valutazione del consumatore, al fine di influenzarne la decisione relativa al prodotto;
- d) qualsiasi ostacolo non contrattuale, oneroso o sproporzionato, imposto dal professionista qualora un consumatore intenda esercitare diritti contrattuali, compresi il diritto di risolvere un contratto o quello di cambiare prodotto o rivolgersi ad un altro professionista;
- e) qualsiasi minaccia di promuovere un'azione legale ove tale azione non sia giuridicamente ammessa».

9 L'allegato I della direttiva 2005/29, intitolato «Pratiche commerciali considerate in ogni caso sleali», elenca e definisce, ai punti da 24 a 31, le «[p]ratiche commerciali aggressive».

Diritto polacco

10 Ai sensi dell'articolo 8, paragrafi 1 e 2, della ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (legge relativa alla prevenzione delle pratiche commerciali sleali), del 23 agosto 2007 (Dz. U. n. 171, posizione 1206), nella sua versione applicabile ai fatti del procedimento principale:

«1. È considerata aggressiva una pratica commerciale che, mediante inaccettabile condizionamento, limiti o sia idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto e pertanto lo induca o sia idonea ad indurlo ad assumere una decisione relativa al contratto che non avrebbe altrimenti preso.

2. È considerata inaccettabile condizionamento ogni forma di sfruttamento della posizione di vantaggio rispetto al consumatore ed in particolare il ricorso o la minaccia di ricorrere alla forza fisica o psichica con modalità idonee a limitare considerevolmente la capacità del consumatore medio di prendere una decisione contrattuale consapevole».

Procedimento principale e questione pregiudiziale

- 11 L'impresa nei cui diritti è subentrata l'Orange Polska stipulava con i consumatori contratti per la fornitura di servizi di telecomunicazioni e procedeva, mediante clausole aggiuntive, a modifiche delle condizioni contrattuali, tramite la vendita a distanza per mezzo del suo negozio online o del canale di vendita telefonica.
- 12 Il processo di conclusione o di modifica del contratto attraverso un negozio virtuale comprendeva le fasi seguenti:
 - ingresso del consumatore nel sito web del professionista e consultazione dell'offerta; possibilità di accesso da parte del consumatore ai modelli contrattuali proposti tramite un link;
 - scelta di un prodotto o di un contratto da parte del consumatore;
 - ordine del consumatore senza che quest'ultimo dichiarasse di conoscere il modello contrattuale scelto;
 - conferma dell'ordine da parte del consumatore;
 - realizzazione dell'ordine per mezzo del corriere; il corriere consegna al consumatore il modello di contratto o di addendum al medesimo nonché i documenti che ne fanno parte, ossia gli allegati, le condizioni di contratto e i tariffari, già sottoscritti dal professionista;
 - stipula del contratto o dell'addendum ed eventuale consegna dei prodotti; al momento della sottoscrizione del contratto o dell'addendum, in presenza del corriere; il consumatore dichiara di aver preso visione dei documenti consegnati e di accettarne il contenuto, essendo precisato che, in caso di mancata sottoscrizione, il consumatore deve recarsi presso un punto vendita oppure procedere a un nuovo ordine da effettuarsi online oppure tramite il canale di vendita telefonica; e
 - attivazione del contratto.
- 13 Il processo di conclusione o di modifica di un contratto tramite il canale di vendita telefonica si svolgeva in maniera simile; tale processo prevedeva una comunicazione telefonica tra il consumatore e l'operatore del professionista.
- 14 Con decisione del 30 dicembre 2010, il Presidente dell'Autorità per la tutela della concorrenza e dei consumatori ha ritenuto che la pratica in discussione costituisse una pratica commerciale sleale lesiva degli interessi collettivi dei consumatori, ai sensi della legge relativa alla prevenzione delle pratiche commerciali sleali, nella sua versione applicabile ai fatti di cui al procedimento principale, e ha disposto la cessazione di tale pratica. In base alla menzionata decisione, detta pratica obbligava i consumatori a prendere una decisione riguardante il contratto e i modelli contrattuali in presenza del corriere, senza consentire loro di consultare liberamente il contenuto di questi ultimi.
- 15 Con sentenza del 27 ottobre 2014, il Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Tribunale regionale di Varsavia – Tribunale per la tutela della concorrenza e dei consumatori, Polonia) ha annullato la suddetta decisione.
- 16 Il Presidente dell'Autorità per la tutela della concorrenza e dei consumatori ha interposto appello avverso tale pronuncia, che è stata respinta con sentenza del 4 marzo 2017 dal Sąd Apelacyjny w Warszawie (Corte d'appello di Varsavia, Polonia).
- 17 Il Presidente dell'Autorità per la tutela della concorrenza e dei consumatori ha proposto ricorso avverso detta sentenza dinanzi al Sąd Najwyższy (Corte suprema, Polonia).

18 Ritenendo che la soluzione della controversia di cui è investito necessita dell'interpretazione delle disposizioni della direttiva 2005/29, il Sąd Najwyższy (Corte suprema) ha deciso di sospendere il procedimento e di sottoporre alla Corte la seguente questione pregiudiziale:

«Se occorre interpretare l'articolo 8 [della direttiva 2005/29], in combinato disposto con gli articoli 9 e 2, lettera j), [di quest'ultima] (...) nel senso che costituisce una pratica commerciale aggressiva mediante indebito condizionamento il ricorso da parte di un professionista a una modalità di stipulazione a distanza di contratti per la fornitura di servizi di telecomunicazioni in forza del quale viene richiesto al consumatore di assumere una decisione definitiva di natura commerciale in presenza del corriere, all'atto di consegna dei modelli contrattuali:

- a) sempre, poiché, al momento della visita del corriere, il consumatore non può consultare liberamente il contenuto dei modelli contrattuali consegnatigli;
- b) soltanto qualora il consumatore non abbia ricevuto tutti i modelli contrattuali con anticipo e in modo individuale (come, per esempio, posta elettronica, spedizione a domicilio), anche se, prima della visita del corriere, aveva la possibilità di consultarli autonomamente sul sito web del professionista;
- c) soltanto qualora ulteriori elementi dimostrino che il professionista o un altro soggetto che agisce in base alle sue indicazioni ricorre alle pratiche sleali finalizzate a limitare la libertà di scelta del consumatore riguardo all'adozione della decisione di natura commerciale».

Sulla questione pregiudiziale

19 Con la sua questione, il giudice del rinvio chiede, in sostanza, se l'articolo 2, lettera j), e gli articoli 8 e 9 della direttiva 2005/29 debbano essere interpretati nel senso che il ricorso da parte di un professionista a una modalità di stipulazione o di modifica dei contratti per la fornitura di servizi di telecomunicazioni, come quello in discussione nel procedimento principale, in forza del quale il consumatore deve assumere una decisione definitiva di natura commerciale in presenza di un corriere, all'atto di consegna del modello contrattuale, senza poter consultare liberamente il contenuto di quest'ultimo durante la visita di detto corriere,

- costituisca una pratica commerciale aggressiva in ogni caso;
- costituisca una pratica commerciale aggressiva mediante indebito condizionamento in assenza di invio al consumatore in anticipo e in modo individuale, segnatamente mediante messaggio di posta elettronica o spedizione al suo domicilio, di tutti i modelli contrattuali, anche se tale consumatore ha avuto la possibilità, prima della visita del corriere, di consultare il loro contenuto, e/o
- costituisca una pratica commerciale aggressiva mediante indebito condizionamento qualora il professionista o il suo corriere adottino comportamenti sleali che limitano la scelta del consumatore.

20 Per quanto riguarda, in primo luogo, la questione se la modalità di stipulazione dei contratti di cui trattasi nel procedimento principale costituisca in ogni caso una pratica commerciale aggressiva, occorre ricordare che il capo 2 della direttiva 2005/29, intitolato «Pratiche commerciali sleali», contiene due sezioni, ossia la sezione 1, relativa alle pratiche commerciali ingannevoli, e la sezione 2, relativa alle pratiche commerciali aggressive.

21 L'articolo 5 della suddetta direttiva, contenuto nel capo 2 di quest'ultima, vieta, al paragrafo 1, le pratiche commerciali sleali e stabilisce, al paragrafo 2, i criteri che consentono di stabilire se una pratica commerciale sia sleale.

- 22 Detto articolo 5 precisa, al suo paragrafo 4, che sono sleali, segnatamente, le pratiche commerciali «ingannevoli», ai sensi degli articoli 6 e 7 della direttiva 2005/29, e quelle che sono «aggressive», ai sensi degli articoli 8 e 9 della direttiva in parola.
- 23 Il paragrafo 5 del suddetto articolo 5 prevede, inoltre, che l'allegato I della direttiva 2005/29 riporti l'elenco delle pratiche commerciali che sono considerate in ogni caso sleali e che detto elenco, che si applica in tutti gli Stati membri, possa essere modificato soltanto mediante revisione di tale direttiva.
- 24 A tal riguardo, il considerando 17 della direttiva 2005/29 precisa che, al fine di garantire una maggiore certezza del diritto, solo le pratiche elencate in tale allegato I sono considerate in ogni caso sleali, senza che debbano essere oggetto di una valutazione caso per caso ai sensi delle disposizioni degli articoli da 5 a 9 di tale direttiva.
- 25 Poiché l'allegato I della direttiva 2005/29 costituisce un elenco completo ed esaustivo, la pratica commerciale in esame nel procedimento principale può essere qualificata come pratica commerciale aggressiva in ogni caso, ai sensi di tale direttiva, soltanto a condizione che essa corrisponda a una delle situazioni elencate ai punti da 24 a 31 dell'allegato in parola.
- 26 Orbene, una semplice lettura dei citati punti da 24 a 31 consente di constatare l'assenza di una tale corrispondenza, la quale del resto non è stata adottata nel procedimento principale.
- 27 È necessario, pertanto, pervenire alla conclusione che il ricorso del professionista a una modalità di stipulazione dei contratti per la fornitura di servizi di telecomunicazioni in forza del quale il consumatore deve assumere la decisione definitiva di natura commerciale in presenza di un corriere, all'atto di consegna del modello contrattuale, senza poter liberamente consultare il contenuto di quest'ultimo durante la visita di detto corriere, non costituisce una pratica qualificabile come pratica commerciale aggressiva in ogni caso.
- 28 Per quanto riguarda, in secondo luogo, la questione se la modalità di stipulazione dei contratti in discussione nel procedimento principale costituisca una pratica commerciale aggressiva nelle circostanze indicate al secondo e al terzo trattino della questione pregiudiziale, dall'articolo 8 della direttiva 2005/29 emerge che è considerata aggressiva una pratica commerciale che, mediante molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica, o indebito condizionamento, limiti o sia idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto e, pertanto, lo induca o sia idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.
- 29 L'articolo 9 di tale direttiva presenta una serie di elementi da prendere in considerazione al fine di determinare se una pratica commerciale comporti molestie, coercizione o indebito condizionamento.
- 30 Occorre aggiungere che, ai sensi del considerando 7 della direttiva 2005/29, in sede di applicazione di tale direttiva è opportuno tenere ampiamente conto delle circostanze del singolo caso in questione, il che si concretizza, all'articolo 8 di detta direttiva, nell'obbligo di prendere in considerazione tutte le caratteristiche del comportamento del professionista in quel dato contesto fattuale. Occorre parimenti ricordare che, ai fini dell'interpretazione delle disposizioni della direttiva 2005/29, la nozione di consumatore riveste un'importanza fondamentale e che, conformemente al suo considerando 18, tale direttiva prende come parametro il consumatore medio che è normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto, tenendo conto di fattori sociali, culturali e linguistici (sentenza del 13 settembre 2018, *Wind Tre et Vodafone Italia*, C-54/17 e C-55/17, EU:C:2018:710, punto 51 e giurisprudenza ivi citata).
- 31 Di conseguenza, una pratica commerciale può essere qualificata come aggressiva, ai sensi della direttiva 2005/29, soltanto al termine di una valutazione concreta e specifica dei suoi elementi, effettuando una disamina alla luce dei criteri enunciati agli articoli 8 e 9 della direttiva in parola.

- 32 A tal riguardo, da un lato, occorre constatare, nel caso di specie, che, tra i motivi enunciati all'articolo 8 della direttiva 2005/29, la domanda di pronuncia pregiudiziale verte unicamente sull'indebito condizionamento.
- 33 La nozione di «indebito condizionamento», definita dall'articolo 2, lettera j), della direttiva 2005/29, consiste nello sfruttamento di una posizione di potere nei confronti del consumatore per esercitare una pressione, anche senza il ricorso alla forza fisica o la minaccia di tale ricorso, in modo da limitare notevolmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole. Come rilevato dall'avvocato generale al paragrafo 45 delle sue conclusioni, un indebito condizionamento non è necessariamente un condizionamento illecito, bensì un condizionamento che, fatta salva la sua liceità, comporta in modo attivo, attraverso una certa pressione, il condizionamento forzato della volontà del consumatore.
- 34 D'altro lato, occorre ricordare che l'articolo 8 della direttiva 2005/29 definisce la nozione di «pratica commerciale aggressiva» segnatamente sulla base del fatto che tale pratica limita o è idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto. Ne consegue che la richiesta di un servizio o di un prodotto deve consistere in una scelta libera da parte del consumatore. Ciò presuppone, in particolare, che l'informazione comunicata dal professionista al consumatore sia chiara e adeguata (v., in tal senso, sentenza del 13 settembre 2018, Wind Tre e Vodafone Italia, C-54/17 e C-55/17, EU:C:2018:710, punto 45).
- 35 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 e giurisprudenza ivi citata).
- 36 Occorre anche tener conto del fatto che l'obiettivo perseguito dalla direttiva 2005/29 è segnatamente quello di assicurare un elevato livello di tutela dei consumatori contro le pratiche commerciali sleali e che tale obiettivo si fonda sulla circostanza che, rispetto a un professionista, il consumatore si trova in una posizione di inferiorità, in particolare per quanto riguarda il livello di informazione, e ciò tanto più in un settore così tecnico come quello dei servizi di telecomunicazione, in cui non si può negare che esista una notevole asimmetria tra le parti per quanto concerne l'informazione e le competenze tecniche (v., in tal senso, sentenza del 13 settembre 2018, Wind Tre e Vodafone Italia, C-54/17 e C-55/17, EU:C:2018:710, punto 54).
- 37 Sebbene spetti in definitiva al giudice del rinvio pronunciarsi sulla natura della pratica commerciale in discussione nel procedimento principale, la Corte può tuttavia fornirgli, sulla base delle informazioni presentate nella domanda di pronuncia pregiudiziale, elementi che possano essere utili ai fini della qualificazione di tale pratica.
- 38 Per quanto riguarda, anzitutto, il punto, indicato al secondo trattino della questione pregiudiziale, di sapere se una pratica commerciale che implica la stipulazione o la modifica del contratto durante la visita del corriere, come quella di cui trattasi nel procedimento principale, costituisca una pratica aggressiva per il solo motivo che il consumatore non ha ricevuto in anticipo e in modo individuale tutti i modelli contrattuali, si deve rilevare quanto segue.
- 39 Dalla descrizione contenuta nella decisione di rinvio emerge che, nell'ambito della pratica commerciale in esame nel procedimento principale, i consumatori hanno avuto accesso nel sito web del professionista alle offerte disponibili, nonché ai modelli contrattuali, e che, in caso di telemarketing, la comunicazione telefonica tra il consumatore interessato e l'operatore del professionista ha parimenti consentito di ottenere tali informazioni.

- 40 Ne consegue che, nei limiti in cui il consumatore ha avuto la possibilità, prima della visita del corriere, di consultare il contenuto dei modelli contrattuali disponibili sul sito web del professionista, tale consumatore è stato messo in grado di effettuare liberamente la propria scelta contrattuale. Pertanto, la circostanza che il consumatore debba assumere la decisione definitiva di natura commerciale in presenza di un corriere, senza che gli siano stati inviati in anticipo tutti i modelli contrattuali, non può essere considerata una pratica aggressiva.
- 41 Tuttavia, spetta al giudice del rinvio verificare che detto consumatore abbia potuto prendere una decisione con cognizione di causa, assicurandosi che egli abbia effettivamente avuto la possibilità di accedere, vuoi mediante informazioni disponibili sul sito web del professionista, vuoi attraverso qualsiasi altro mezzo, al contenuto dei vari modelli contrattuali prima della visita del corriere.
- 42 A tal riguardo, conformemente ai principi richiamati al punto 30 della presente sentenza, occorre tener conto delle specificità proprie di ciascun canale di vendita del professionista. In particolare, come osservato dall'avvocato generale al paragrafo 62 delle sue conclusioni, in caso di vendita telefonica, non è certo che si possa equiparare la qualità delle informazioni ottenute da un determinato consumatore durante una conversazione telefonica a quella delle informazioni disponibili online. Di conseguenza, occorre assicurarsi che le informazioni a cui ha potuto accedere un consumatore che ha fatto uso di tale canale di vendita siano in grado di garantire una libera scelta da parte sua.
- 43 Occorre tuttavia aggiungere che la mera circostanza che il consumatore non abbia effettivamente avuto accesso alle suddette informazioni non può, di per sé, far sì che la modalità di stipulazione di cui trattasi nel procedimento principale sia considerata come pratica aggressiva. Per pervenire alla conclusione dell'esistenza di una simile pratica è infatti altresì necessario individuare un comportamento del professionista che possa essere considerato un indebito condizionamento, ai sensi del punto 33 della presente sentenza.
- 44 Pertanto, una modalità di stipulazione o di modifica di contratti durante la visita del corriere, come quella di cui al procedimento principale, non costituisce una pratica commerciale aggressiva unicamente a causa del mancato invio al consumatore, in modo anticipato e individuale, segnatamente mediante messaggio di posta elettronica o spedizione al suo domicilio, di tutti i modelli contrattuali.
- 45 Per quanto riguarda, poi, le circostanze indicate al terzo trattino della questione pregiudiziale, occorre rilevare che, quando il processo di stipulazione o di modifica del contratto si svolge conformemente alla descrizione presentata nel caso di specie dal giudice del rinvio – che comprende il fatto che il consumatore sia stato effettivamente posto in grado di consultare i modelli contrattuali – la mera circostanza che il corriere chieda al consumatore di assumere la sua decisione definitiva di natura commerciale senza che lo stesso disponga di tempo a suo piacimento per esaminare i documenti che tale corriere gli consegna non può costituire una pratica commerciale aggressiva.
- 46 Tuttavia, determinate pratiche aggiuntive che siano adottate dal professionista o dal suo corriere, nell'ambito del processo di stipulazione o di modifica dei contratti interessati, e che siano volte a limitare la scelta del consumatore possono del pari far sì che la pratica commerciale sia considerata aggressiva, qualora dette pratiche costituiscano comportamenti che hanno l'effetto di esercitare una pressione sul consumatore in modo da limitare considerevolmente la sua libertà di scelta.
- 47 Pertanto, può costituire una pratica aggressiva il fatto che il corriere insista sulla necessità di sottoscrivere il contratto o l'addendum che egli consegni al consumatore, nei limiti in cui un simile comportamento possa risultare importuno per detto consumatore e, in tal modo, perturbare la sua riflessione sulla decisione di natura commerciale da assumere.
- 48 A titolo di esempio, può rientrare in tale categoria di comportamento, da un lato, l'affermazione che qualsiasi ritardo nella sottoscrizione del contratto o dell'addendum comporterebbe la possibilità che la stipulazione del contratto o dell'addendum in un momento successivo avvenga unicamente a

condizioni meno favorevoli, o il fatto che il consumatore rischi di dover versare penali contrattuali o subire, nell'ipotesi di modifica del contratto, una sospensione della fornitura del servizio del professionista. Dall'altro, potrebbe rientrare in questa medesima categoria di comportamento il fatto che il corriere informi il consumatore che, in caso di mancata sottoscrizione o di ritardo nella sottoscrizione del contratto o dell'addendum consegnatogli, lo stesso potrebbe ricevere una valutazione negativa da parte del suo datore di lavoro.

49 Alla luce di quanto precede, occorre rispondere alla questione posta dichiarando che l'articolo 2, lettera j), e gli articoli 8 e 9 della direttiva 2005/29 devono essere interpretati nel senso che il ricorso da parte del professionista a una modalità di stipulazione o di modifica dei contratti per la fornitura di servizi di telecomunicazioni, come quella in discussione nel procedimento principale, in forza della quale il consumatore deve assumere la decisione definitiva di natura commerciale in presenza di un corriere, all'atto di consegna del modello contrattuale, senza poter consultare liberamente il contenuto di quest'ultimo durante la visita di detto corriere,

- non costituisce una pratica commerciale aggressiva in ogni caso;
- non costituisce una pratica commerciale aggressiva mediante indebito condizionamento per il solo fatto che non siano stati inviati al consumatore in anticipo e in modo individuale, segnatamente mediante messaggio di posta elettronica o spedizione al suo domicilio, tutti i modelli contrattuali, qualora tale consumatore abbia avuto la possibilità, prima della visita del corriere, di consultare il loro contenuto, e
- costituisce una pratica commerciale aggressiva mediante indebito condizionamento, segnatamente, qualora il professionista o il suo corriere adottino comportamenti sleali che hanno l'effetto di esercitare una pressione sul consumatore in modo da limitare considerevolmente la sua libertà di scelta, come i comportamenti che possono risultare importuni per detto consumatore o perturbano la sua riflessione sulla decisione di natura commerciale da assumere.

Sulle spese

50 Nei confronti delle parti nel procedimento principale la presente causa costituisce un incidente sollevato dinanzi al giudice nazionale, 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 (Quinta Sezione) dichiara:

L'articolo 2, lettera j), e gli articoli 8 e 9 della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, devono essere interpretati nel senso che il ricorso da parte del professionista a una modalità di stipulazione o di modifica dei contratti per la fornitura di servizi di telecomunicazioni, come quella in discussione nel procedimento principale, in forza della quale il consumatore deve assumere la decisione definitiva di natura commerciale in presenza di un corriere, all'atto di consegna del modello contrattuale, senza poter consultare liberamente il suo contenuto durante la visita di detto corriere,

- **non costituisce una pratica commerciale aggressiva in ogni caso;**

- **non costituisce una pratica commerciale aggressiva mediante indebito condizionamento per il solo fatto che non siano stati inviati al consumatore in anticipo e in modo individuale, segnatamente mediante messaggio di posta elettronica o spedizione al suo domicilio, tutti i modelli contrattuali, qualora tale consumatore abbia avuto la possibilità, prima della visita del corriere, di consultare il loro contenuto, e**
- **costituisce una pratica commerciale aggressiva mediante indebito condizionamento, segnatamente, qualora il professionista o il suo corriere adottino comportamenti sleali che hanno l'effetto di esercitare una pressione sul consumatore in modo da limitare considerevolmente la sua libertà di scelta, come i comportamenti che possono risultare importuni per detto consumatore o perturbano la sua riflessione sulla decisione di natura commerciale da assumere.**

Firme