

L'ASBL



<http://www.droit-technologie.org>

présente :

**LA NOUVELLE LOI ITALIENNE SUR LE  
COMMERCE ÉLECTRONIQUE**

**Giovanni Maria Riccio**

Doctorant de recherche en droit privé  
comparé, Université de Salerno, Italie.

Cette étude a fait l'objet d'une première publication  
sur <http://www.juriscom.net>

rosric@tin.it

06/02/2000

« La liberté du commerce n'est pas une faculté  
accordée aux négociants de faire ce qu'ils veulent;  
ce serait bien plutôt sa servitude.

Ce qui gêne le commerçant  
ne gêne pas pour cela le commerce ».

Montesquieu, De l'esprit des lois, 1748

## 1. INTRODUCTION<sup>1</sup>

Le D.Lgs. n. 185/99<sup>2</sup>, prenant acte de la directive 97/7/CE, a introduit dans le système juridique italien une pièce supplémentaire à la mosaïque compliquée de la réglementation en matière de protection du consommateur<sup>3</sup>, sujet inconnu du code civil et emprunté directement à la législation communautaire. Cet *iter*, qui a commencé avec certaines normes spéciales<sup>4</sup>, a fait une entrée en force dans la structure du code par l'insertion des artt. 1469 bis et ss. code civil italien qui concernent les clauses dommageables des contrats entre entrepreneurs et consommateurs, créant ainsi une dichotomie entre ces derniers et ceux qui sont définis comme entrepreneurs uniquement.

---

<sup>1</sup> Doctorant de recherche en droit privé comparé, Université de Salerno, Italie.

e-mail: rosric@tin.it

L'auteur voudrait remercier particulièrement Maître Thibault Verbiest qui a accepté de corriger le texte de l'article

<sup>2</sup> Abréviations utilisées:

D. Lgs. – Decreto Legislativo (Décret Législatif)

D.P.R. - Decreto del Presidente della Repubblica (Décret du Président de la République)

L. - Legge (Loi)

<sup>3</sup> Voir P. Stanzone, *Per una sintesi unitaria nella difesa del consumatore*, Riv. Dir. Civ., 1994, p. 887.

<sup>4</sup> Dir. 84/450 (D. Lgs. n. 74/92); Dir. 84/374 (D.P.R. n. 224/88); Dir. 85/577 (D. Lgs. n. 50/92); Dir. 90/88 (D. Lgs. n. 385/93); Dir. 90/314 (D. Lgs. n. 111/95); Dir. 92/59 (D. Lgs. n. 115/95); Dir. 93/13 (l. n. 52/96).

Le décret examiné est en corrélation étroite, par l'analogie de la matière traitée, avec le D.Lgs. n. 50/92<sup>5</sup>, mise en oeuvre de la directive 85/577/CE, sur les ventes négociés en dehors des établissements commerciaux, dont il constitue une suite et une extension.

En vérité, on pourrait aller jusqu'à parler d'une réécriture, puisque ce décret, avec une vision à long terme inconnue du législateur communautaire, avait déjà prévu une extension du cadre d'application y compris aux contrats stipulés au moyen d'instruments informatiques<sup>6</sup>.

Le D. Lgs. n. 185/99 se pose comme solution *omnibus* en intégrant des formes de communication totalement hétérogènes : il s'agit là d'un choix âprement critiqué par la doctrine qui a souvent souligné que le commerce électronique ne possède ni l'effet surprise de la vente en porte-à-porte, ni la capacité persuasive des télé-ventes.

En outre, le consommateur ne se pose pas comme strict sujet passif se limitant à recevoir des informations mais participe directement à la formation du contrat, par le biais la recherche de catalogues *on-line* et ses réponses aux sollicitations des opérateurs commerciaux.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Voir, entre autres, M. Gorgoni, *Contratti negoziati fuori dai locali commerciali*, Enc. Giur., XI, (aggiornamento 1994); Id., *Sui contratti negoziati fuori dei locali commerciali alla luce del d. lgs. n. 50/92*, Contr. Impr., 1993, p.152; P. Carbone, *Commento al d. lgs. 15 gennaio 1992*, Alpa e Zatti (a cura di), *Commento breve al codice civile*, Padova, 1992, p. 1705; M. T. Anneca, *Nozione di consumatore e rilevanza dello scopo nei contratti negoziati fuori dai locali commerciali*, Riv. Crit. Dir. Priv., 1998, p. 527.

En France, l'insertion de la dir. 85/577 s'est faite avec la Loi du 6 janvier 1988 ; sur ce point voir entre autres Paisant, *La Loi du 6 janvier 1988 sur les opérations de vente à distance et le télé-achat*, JCP, 1988, II, p. 1529.

<sup>6</sup> Art. 9, co.1, D. Lgs. n. 50/92: "Le disposizioni del presente decreto si applicano anche ai contratti riguardanti la fornitura di beni o la prestazione di servizi, negoziati fuori dei locali commerciali sulla base di offerte effettuate al pubblico tramite il mezzo televisivo o altri mezzi audiovisivi, e finalizzate ad una diretta stipulazione del contratto stesso, nonché ai contratti conclusi mediante l'uso di strumenti informatici e telematici".

<sup>7</sup> En ce sens, lire G. Savorani, *Il commercio elettronico*, (a cura di) R. Zaccaria, *Informazione e telecomunicazione*, Padova, 1999, p. 905: "Le offerte commerciali diffuse mediante pagine Web vengono generalmente formulate in modo da non essere, sotto il profilo tecnico-giuridico, delle proposte (con l'inserimento di clausole del tipo «senza impegno» o «salvo conferma»); esse sont piuttosto degli inviti rivolti agli utenti ad entrare in trattativa, delle sollecitazioni a fare proposte di acquisto. In tal modo è il venditore che successivamente diviene accettante".

Il s'agit toutefois là d'un problème facilement surmontable à partir du moment où l'élément unificateur entre les différentes techniques de communication ne devrait pas porter autant sur les actions des parties en présence que sur l'impossibilité pour le consommateur de visualiser directement le bien objet du contrat.

Une importante innovation pour le commerce électronique avait déjà été apportée par le D.P.R. n. 513/97<sup>8</sup> qui a assimilé le document cryptographié à l'écriture privée réglementée à l'art. 2702 code civil italien<sup>9</sup> et établi (art. 11) que les contrats conclus à travers la signature digitale sont valables et soumis à tous les effets de la loi.<sup>10</sup>

---

Selon Giovanna Savorani, cette technique serait en contraste avec les dispositions prévues par l'art.1469-bis, co.3, nn.4-20, c.c., en matière de clauses domageables dans les contrats entre consommateurs et professionnels.

A. Gambino, *L'accordo telematico*, Milano, 1997, p. 144: "Posto che nei contratti telematici, aventi ad oggetto la vendita di beni di massa, opera l'assimilazione dell'utente-acquirente al consumatore, l'interpretazione dell'invio del necessario ordine di pagamento dell'utente alla stregua di una proposta contrattuale, pur innanzi alla facoltà deell'operatore di dare seguito o meno all'acquisto, potrebbe dar luogo ad un giudizio di vessatorietà della clausola, che paralizzerebbe il corretto e rapido svolgersi degli affari telematici. Tale assimilazione, oltre a dar luogo ad una interpretazione potenzialmente *contra legem* perché vessatoria, tradirebbe, per la vischiosità delle sue eventuali conseguenze giuridiche, l'intento – riscontrabile proprio nello spiegarsi del rapporto telematico- di dare rapida attuazione alle operazioni in rete".

<sup>8</sup> Voir R. Zagami, *La firma digitale tra soggetti privati nel regolamento concernente "Atti, documenti e contratti in forma elettronica"*, *Dir. Inf.*, 1997, p. 903; F. Delfini, *Il DPR 513/97 e il contratto telematico*, *Contr.*, 1998, 3, p. 293; M. Miccoli, *Documento e commercio elettronico*, Milano, 1998, p. 53 et suiv.; P. Piccoli – G. Zanolini, *Il documento elettronico e la firma digitale*, (a cura di) E. Tosi, *I problemi giuridici di Internet*, Milano, 1999, p. 57 et suiv.; O. Torrani – S. Parise, *Internet e diritto*, Milano, 1997, p. 81 et suiv.

<sup>9</sup> Art. 5, D.P.R. n. 513/97: "Il documento informatico, sottoscritto con firma digitale ai sensi dell'art. 10, ha efficacia di scrittura privata ai sensi dell'art.2702 del codice civile".

Art. 2702 c.c.: "La scrittura privata fa piena prova, fino a querela di falso, della provenienza della dichiarazione di chi l'ha sottoscritta, se colui contro il quale la scrittura è prodotta ne riconosce la sottoscrizione, ovvero se questa è legalmente considerata come riconosciuta".

<sup>10</sup> Sur cet aspect est à noter la discussion entre V. Zeno-Zencovich, *Con la firma digitale in tilt i contratti per via telematica*, *Sole- 24 Ore*, 9 aprile 1998, et F. Cocco, *Contratti, con la firma digitale piena tutela del consumatore*, *Sole- 24 Ore*, 17 aprile 1998.

## 2. LE D. LGS. n. 185/99

En ce qui concerne l'examen du D. Lgs. n. 185/99, les définitions de l'art. 1 des termes consommateur, fournisseur, contrat à distance, technique de communication à distance et opérateur de technique de communication, reprennent mot pour mot le texte de la directive.

En particulier, le consommateur est celui qui agit dans un but indépendant de l'exercice d'une éventuelle activité professionnelle : la norme ne semble pas présenter de difficultés exégétiques particulières, se calquant sur une terminologie désormais fortement consolidée dans les directives communautaires<sup>11</sup>.

Une partie de la doctrine<sup>12</sup> a, par contre, reconnu une certaine ambiguïté dans la définition du fournisseur, dont l'unique caractéristique serait celle de la professionnalité ne faisant référence ni à l'activité d'entreprise, dont l'art. 1469-bis, co.2, ni encore moins à l'activité de commerce mentionnée dans l'art. 2, lett. b, du D.Lgs. n. 50/92. Cette observation n'apparaît toutefois pas totalement pertinente si l'on considère que le *discrimen* entre le consommateur et l'opérateur commercial (qu'il soit défini professionnel, fournisseur, etc.) est à reconnaître dans la professionnalité de l'activité de ce dernier et que toute spécification ne peut représenter qu'une caractérisation ultérieure, utile seulement à mieux tracer les contours d'un sujet spécifique examiné par le texte législatif uniquement. Dans ce sens, alors, le législateur aurait eu l'intention, en

---

<sup>11</sup> Art. 1469-bis, co. 2: "...il consumatore è la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta".

Legge 30 luglio 1998, n. 281, art. 1, lett. a: "consumatori e utenti: le persone fisiche che acquistino o utilizzino beni o servizi per scopi non riferibili all'attività imprenditoriale e professionale eventualmente svolta".

Voir G. Alpa- M. Bessone, *I contratti standard nel diritto interno e comunitario*, Torino, 1997.

A cet égard sont en outre à retenir comme encore d'actualité les propos de G. Alpa, voce *Consumatore (tutela del)*, *Enc. Giur.*, Roma, 1995: "...il vocabolo «consumatore» vorrebbe indicare una categoria di soggetti portatori di interessi meritevoli di tutela da parte dell'ordinamento senza, però, che sia possibile desumere con certezza i limiti di questa «classe»".

La doctrine tend à définir le consommateur non pas par rapport aux qualités intrinsèques du sujet, mais par l'analyse de l'acte de consommation en soi; voir Crisostomo, *nota a Pretura Bologna, 28 febbraio 1995, Foro it.*, 1995, I, p. 2304; B. Musso, *nota a Tribunale Milano, 27 gennaio 1997, Contr.*, 1998, p. 48.

<sup>12</sup> G. Comandè, *Vendite a distanza: regole comuni per l'Europa, Guida al diritto*, 17 luglio 1999, p. 26.

référence à la présente loi, de donner une définition du fournisseur la plus ample possible, conçue dans le but de n'exclure de son nombre que l'entrepreneur dit occasionnel<sup>13</sup>.

La définition du contrat à distance est également intéressante : l'art. 1 prévoit que le contrat doit être stipulé dans le cadre d'un système de vente ou de prestation de service à distance excluant les cas d'espèce où l'usage des techniques de communication susmentionnées se limite à la phase des négociations et où le contrat est stipulé ultérieurement et personnellement entre les parties.

L'art. 2 du décret établit le cadre d'application qui concerne tous les contrats à distance dans lesquels il n'y a pas présence simultanée du fournisseur et du consommateur, excluant, entre autres, les contrats relatifs aux services financiers<sup>14</sup> et relatifs à la vente ou à la constitution d'autres droits réels sur les biens immobiliers, à l'exception de la location: cette particularité a suscité de nombreuses interrogations dans la mesure où le contrat de location serait difficilement rattachable tant au *genus* de la vente qu'à celui de la prestation de service<sup>15</sup>.

### 3. INFORMATIONS PRÉALABLES

Le noyau de la loi est constitué par les articles 3 à 5 qui régissent les obligations préalables et l'exercice du droit de rétractation.

La réglementation concernant les informations est particulièrement importante dans la mesure où elle prépare un double cadre de protection relatif à la phase précédant la conclusion du contrat et son exécution et pourvoit à la carence de

---

<sup>13</sup> Sur l'exclusion de l'entrepreneur occasionnel, M. Martinello – M. Cesta, *Progresso tecnologico e diritto comunitario: la Comunità europea emana una nuova disciplina per I contratti a distanza*, *Dir. Unione Europea*, 1997, p. 757.

<sup>14</sup> Une liste que reprend le texte de la directive est contenue dans l'annexe II.

<sup>15</sup> G. Comandè, *op. cit.*, p. 28: "Innanzitutto il riferimento alla vendita lascia trasparire l'utilizzo di un modello contrattuale non in grado di coprire interamente tutte le ipotesi rilevanti e probabilmente dovrà ricevere una lettura elastica per non lasciare fuori dall'ambito di operatività contratti quali la locazione nelle sue numerose varianti".

la loi sur la vente en dehors des établissements commerciaux, qui trop préoccupée par la nécessité de créer une norme adéquate en terme de rétractation, avait délaissé cet aspect.

Le D.Lgs. n. 185/99, tout comme la Dir. 97/7/CE, a prévu un élargissement des informations à fournir au consommateur<sup>16</sup>, insérant (art. 3, lett.d-e) l'indication des caractéristiques essentielles du bien ou du service et le prix du bien y compris toutes les taxes et impôts. Il est nécessaire, à ce propos, de rappeler que la loi ne considère pas suffisant que ces informations soient fournies à un moment quelconque précédant la stipulation du contrat. Elle exige également que ceci advienne en temps utile, entendant par là un laps de temps suffisant à l'exercice de la part du consommateur du droit de rétractation.

Le co. 2 de l'art. 3, se conformant aux précédentes normes communautaires établit que les informations doivent être fournies de façon claire et compréhensible et observer les principes de bonne foi et de loyauté : le rappel à la bonne foi est particulièrement intéressant en ce sens qu'il clarifie<sup>17</sup> le concept de loyauté, étranger à la culture juridique italienne, et élimine *in nuce* toute possible difficulté d'interprétation.

Le co. 3 relatif aux communications téléphoniques, contient un ajout intéressant par rapport au texte de la directive, parce qu'il prévoit le moyen de la nullité dans le cas où l'identité du fournisseur et le but commercial ne seraient pas déclarés dès le début de la conversation : il s'agit donc d'un régime plus rigoureux que pour les autres types de communication clairement justifié par cette méthode particulièrement envahissant.

---

<sup>16</sup> A. Valeriani, *La direttiva 97/7/CE in materia di vendita a distanza e la pubblicità via Internet*, *Dir. Inf.*, 1999, p. 194.

<sup>17</sup> Déjà Toriello, *La direttiva sulle vendite a distanza: prime note di commento*, *Contr. Impr. Europa*, p. 849, en avait parlé dans son commentaire de la directive 97/7: "Per quanto riguarda i principi di lealtà, che alcune tradizioni giuridiche già conoscono, essi paiono rinviare al concetto di buona fede, peraltro delimitandone la portata con riferimento non già alla globalità dei rapporti giuridici possibili ma alle sole transazioni commerciali. E' dunque un parametro di comportamento che rinvia ad un codice che proviene dal mondo degli affari: è con la stessa lealtà che gli imprenditori commerciali usano tra di loro, che il venditore professionista dovrà atteggiarsi nei confronti della controparte non professionale".

Il semble toutefois qu'à moins de vouloir assimiler la loyauté à la correction, l'usage des deux mots risque de relever du pléonasme.

Le problème de la langue, remis par la directive à la compétence des États membres, a été qualifié par le législateur comme étant à charge du consommateur, qui doit faire la demande au fournisseur des informations en italien : de cette façon on a tenté de tempérer les exigences de protection du contractuel le plus faible, tout en évitant d'entraver excessivement la promptitude des trafics commerciaux<sup>18</sup>. Certaines des informations prévues à l'art. 3 doivent être confirmées par écrit selon l'art. 4 : il s'agit des informations relatives aux conditions et aux modalités d'exercice du droit de rétractation<sup>19</sup>, à l'adresse<sup>20</sup> du fournisseur, aux services d'assistance et de garantie.

Enfin, en ce qui concerne la forme de la confirmation, elle doit être faite par écrit ou, au choix du consommateur, sur tout autre support durable.

#### 4. LE DROIT DE RÉTRACTATION

En ce qui concerne l'analyse de la réglementation sur le rétractation, l'attention de l'interprète se porte de suite sur les différents délais pour l'exercice du droit de réflexion qui varient selon que les obligations d'information analysées ci-dessus ont été observées ou pas. Dans le premier cas, le délai est fixé à 10 jours (la directive parle de sept) à compter de la réception dans le cas où le contrat a pour objet des biens, ou du jour de la conclusion du contrat dans le cas où il a pour objet une prestation de services. La différence de traitement s'explique par le fait que le refus des biens ne porte pas préjudice au fournisseur, alors qu'il est impossible de résilier un contrat après la fourniture d'un service, sans porter atteinte au patrimoine de la partie adverse<sup>21</sup>.

---

<sup>18</sup> Il est bon malgré tout de rappeler que l'art. 3, co. 4, D. Lgs. n. 185/99 limite cette possibilité aux cas où les techniques permettent une communication individuelle.

<sup>19</sup> Il s'agirait selon G.Alpa, *Nuove garanzie a tutela dei consumatori*, *Contr.*, 1997, p. 422, d'une recession bilatérale.

<sup>20</sup> Il semble préférable de parler d'adresse du fournisseur plutôt que, comme le fait la Loi, d'adresse géographique du siège. En ce cas, comme malheureusement trop souvent, la norme d'insertion s'est limitée à une stricte transposition du texte de la directive introduisant un sujet inconnu dans les textes juridiques italiens.

<sup>21</sup> En ce sens, F. Toriello, *op. cit.*, p. 853.

Dans le cas contraire où les informations préalables n'auraient pas été fournies, le délai est porté à trois mois à décompter de la même façon qu'illustrée ci-dessus : en conséquence, l'inobservance des obligations fixées à l'art. 3 n'entraînera comme sanction pour le fournisseur que la prolongation des délais pour l'exercice du droit de récession.

Les cas d'exclusion du droit, prévus par le co. 3, sont plutôt controversés : on ne comprend pas, en particulier dans le cas où le fournisseur omet d'informer le consommateur sur les caractéristiques essentielles du bien ou service, si doit être exclue la récession ou si, comme cela semblerait plus équitable, doivent être appliquées les règles générales.

Toutefois, bien que rentre dans les caractéristiques essentielles du bien ou du service le fait d'être lié aux fluctuations des taux du marché financier que le fournisseur n'est pas en état de contrôler, personnalisé, confectionné selon les spécifications du consommateur, détériorable, cacheté, il ne semble pas possible de soustraire ces biens à la réglementation de l'art. 5, co. 3, parce que, comme déjà observé précédemment, le défaut d'observance des obligations d'information n'entraîne que la prolongation du délai de rétractation.

Il semble au contraire parfaitement correct d'exclure ce droit dans les autres cas et en particulier dans le cas de fournitures de produits audiovisuels ou de *software* acquis par le biais du *downloading*, procédé courant dans le cadre de l'*electronic commerce*.

## 5. EXÉCUTION DU CONTRAT

L'exécution du contrat (art. 6) doit se faire dans un délai de 30 jours à compter du jour suivant celui où le consommateur a transmis la commande au fournisseur : de cette façon, on a préféré, afin d'éviter de faire porter au consommateur la responsabilité de la "connaissance", ne pas suivre les indications de la proposition de la directive de 1993<sup>22</sup> qui avait établi que le délai débutait à compter de la "réception de la commande par le fournisseur".

---

<sup>22</sup> Art. 10, COM (93) 369 fin. – SYN 411.

La directive 97/7/CE avait laissé aux États membres la possibilité de prévoir que le fournisseur puisse fournir au consommateur un bien ou un service différent de ce qui avait été stipulé. Le décret n. 185/99 s'est exprimé en termes plutôt rigides sur ce point : il exige que le consentement du consommateur soit exprimé avant ou simultanément à la conclusion du contrat et exclut qu'il puisse être stipulé entre les parties ultérieurement.

L'art. 8, relatif au paiement, admet que celui-ci puisse se faire par carte de crédit et prévoit la possibilité que l'institut d'émission recrédite les paiements dans le cas où le consommateur démontre un excédent par rapport au prix stipulé ou bien prouve l'usage frauduleux de la carte par le fournisseur ou un tiers<sup>23</sup>.

Par analogie avec les dispositions de la D. Lgs. n. 171/98<sup>24</sup> en matière de "*calling line identification*", l'art. 10 exige le consentement antérieur du consommateur en cas d'utilisation de certaines techniques de communication (téléphone, poste électronique, fax) : on cherche, comme déjà dit précédemment, à protéger le sujet le plus faible du manque de scrupules de techniques commerciales particulières<sup>25</sup>.

## 6. SANCTIONS ET ACTIONS COLLECTIVES

---

<sup>23</sup> Le D.Lgs. n. 185/99 rappelle l'article 12 du D. L. n. 143/91 sur les cartes de crédit, de paiement et tous documents qui permettent le retrait d'argent comptant. En France une réglementation analogue a été introduite par la loi n. 88-19 du 5 janvier 1988 relative à la fraude informatique, modifiée par la loi n 92-684 du 22 juillet 92 (entrée en vigueur le 1er mars 94) qui a introduit les nouveaux articles 321-323 et 441 du Code pénal.

O. Torrani et S. Parise, *op. cit.*, p. 98 observent que la méthode la plus sûre pour les transactions sur Web est l'usage de la monnaie électronique; on peut consulter sur ce point le site Web [Http://www.digicash.nl](http://www.digicash.nl).

On conseille en outre la lecture de Y. Breban, *La sécurité des transactions sur Internet*, *Gaz. Pal., Dossier Spécial Internet*, 1996, p. 301.

<sup>24</sup> Voir S. Sica, *La riservatezza nelle telecomunicazioni*, *Dir. Inf.*, 1998, p.775.

<sup>25</sup> Considerant n. 17: "...qu'il y a lieu de reconnaître au consommateur un droit à la protection de la vie privée, notamment en ce qui concerne la tranquillité à l'égard de certaines techniques de communication particulièrement envahissantes...".

Étant donné que, *ex* l'art. 11, il ne peut être renoncé aux droits examinés ici, le fournisseur, en cas de défaut d'observance des articles 3, 4, 6, 9, et 10 est puni par une sanction administrative qui varie de un à dix millions de liras ; la même sanction est prévue dans le cas où il ferait obstacle à l'exercice du droit de rétractation ou ne rembourserait pas les sommes éventuellement payées<sup>26</sup>.

Est à noter comme particulièrement intéressant l'art. 13 qui, suivant l'indication fournie par le considérant n° 20, étend la légitimation à agir en protection des intérêts collectifs aux associations de consommateurs et d'usagers, réglementés par l'art. 3 de la L. n. 281/98<sup>27</sup>.

Le tribunal compétent pour les causes civiles, *ex* art. 14, est celui du lieu de résidence ou du domicile du consommateur, si ils sont situés sur le territoire national.

## 7. CONCLUSION

En vertu de l'art. 15, la réglementation commentée ici (qui entrera en vigueur après une période de *vacatio* de 120 jours, nécessaires aux opérateurs commerciaux pour adapter modules et formulaires), devrait être substituée à l'avenir par un texte unique qui aura pour fonction de coordonner le décret examiné avec la discipline du D. Lgs. n. 50/92.

Entre temps, les dispositions contenues dans le texte du D. Lgs. n. 185/99 prévaudront sur celles ayant trait aux formes spéciales de vente dont l'art. 9 du D. Lgs. n. 50/92 et les art. 18 et 19 D.Lgs. n. 114/98 qui sont plus favorables au consommateur.

---

<sup>26</sup> O. Forlenza, *Dal 19 ottobre scattano le nuove sanzioni*, *Guida al diritto*, 17 luglio 1999, p. 31.

<sup>27</sup> G. Alpa, *La legge sui diritti dei consumatori*, *Corr. Giur.*, 1998, p. 998; G. De Nova, *I contratti dei consumatori e la legge sulle associazioni*, *Contr.*, 1998, p. 545.