

Indice

Presentazione di GUIDO ALPA 5

Parte prima

Il diritto dei consumi tra memoria storica e nuove prospettive (Pietro Maria Putti)

A. INTRODUZIONE

- | | |
|--|----|
| 1. La nascita del Codice del Consumo | 11 |
| 2. Le origini storiche del movimento dei consumatori | 13 |
| 3. Le fonti del diritto dei consumatori | 20 |

B. IL DIRITTO DEI CONSUMATORI NELLA PROSPETTIVA EUROPEA

- | | |
|-------------------------------------|----|
| 1. La Carta Europea dei consumatori | 25 |
| 2. La risoluzione del 1975 | 31 |
| 3. L' <i>acquis</i> comunitario | 39 |

C. LA TUTELA DEL CONSUMATORE IN ITALIA

- | | |
|--|----|
| 1. Gli interventi normativi a tutela del consumatore | 47 |
| 2. Il Codice del Consumo | 59 |

Parte seconda

La fase preliminare al rapporto di consumo: informazione, educazione e pubblicità (Tommaso Febbrajo)

A. INFORMAZIONE ED EDUCAZIONE DEL CONSUMATORE

- | | |
|--|----|
| 1. Importanza dell'informazione nella protezione del consumatore | 69 |
|--|----|

2. Le disposizioni sull'informazione aventi valore generale	70
3. Informazione precontrattuale	72
4. Contenuto degli obblighi dell'informazione precontrattuale	84
5. Informazione nel corso del rapporto	92
6. Informazioni per la sicurezza dei consumatori	93
7. Educazione del consumatore	94
8. Le patologie dell'informazione	96
9. Conseguenze della violazione	98
10. Rimedi contrattuali conseguenti alla violazione dei doveri di informazione	101

B. LA PUBBLICITÀ COMMERCIALE

1. Fonti	111
2. Definizione	113
3. Il principio di trasparenza	115
4. Pubblicità occulta	116
5. Pubblicità redazionale	118
6. Il <i>product placement</i>	121
7. Pubblicità subliminale	126
8. Pubblicità sulle garanzie	127
9. Pubblicità ingannevole: definizione	128
10. Gli elementi di valutazione	130
11. Tutela del consumatore	132
12. Pubblicità comparativa: descrizione del fenomeno e condizioni di liceità	137
13. Le altre condizioni di liceità: identità dei bisogni e degli obiettivi	141
14. <i>Segue</i> : l'obiettività del confronto	141
15. <i>Segue</i> : il divieto di confusione	144
16. Il divieto di denigrazione e discredito	145
17. <i>Segue</i> : le denominazioni di origine	147
18. <i>Segue</i> : lo sfruttamento dell'altrui notorietà	147
19. <i>Segue</i> : la presentazione di un prodotto come imitazione o contraffazione di altri	148
20. I giudici della pubblicità	149
21. Il giudizio di fronte all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato	150
22. Tutela di fronte agli organi di autodisciplina	159

Parte terza

Il rapporto di consumo (Gerardo Villanacci)

A. DEI RAPPORTI DEL CONSUMATORE IN GENERALE

1. I contratti del consumatore	167
--------------------------------	-----

	<i>Indice</i>	419
2. Clausole vessatorie		169
3. Nullità di protezione		178
4. Forma ed interpretazione del contratto		180
5. Azione inibitoria		182
B. ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ COMMERCIALE		
1. Regole nell'esercizio dell'attività commerciale		187
2. Credito al consumo		190
C. PARTICOLARI MODALITÀ DI CONCLUSIONE DEL CONTRATTO		
1. Premessa: <i>ratio</i> dell'incorporazione e della comune disciplina		195
2. Contratti negoziati fuori dai locali commerciali		196
3. I contratti a distanza		215
4. Disposizioni comuni: diritto di recesso		230
5. <i>Segue</i> : sanzioni ed inderogabilità del foro territoriale		238
6. Il commercio elettronico		239
D. DISPOSIZIONI RELATIVE A SINGOLI CONTRATTI		
1. Premessa: individuazione di specifiche fattispecie di contrattazione		241
2. Contratti relativi all'acquisizione di un diritto di godimento ripartito di beni immobili		243
3. Contratti di effettuazione di «servizi turistici»		267
E. I SERVIZI PUBBLICI		
1. Norme di qualità e diritti dell'utente		301

Parte quarta

Sicurezza e qualità dei prodotti

(Enrico Antonio Emiliozzi)

A. SICUREZZA DEI PRODOTTI		
1. Sicurezza dei prodotti		307
2. Presunzione e valutazione di sicurezza		308
3. Obblighi del produttore e del distributore		310
4. Attività di controllo		314
5. Partecipazione del produttore		322
6. Sanzioni		323

B. RESPONSABILITÀ PER DANNO DA PRODOTTI DIFETTOSI

1. Responsabilità del produttore	325
2. Prodotto	331
3. Responsabilità del fornitore	334
4. Prodotto difettoso	337
5. Esclusione della responsabilità	343
6. Concorso del danneggiato	354
7. Il danno risarcibile	358
8. Prescrizione e decadenza	362
9. Responsabilità del produttore e regole di diritto comune	364

C. GARANZIA LEGALE DI CONFORMITÀ E GARANZIE COMMERCIALI PER I BENI DI CONSUMO

1. Vendita di beni di consumo e tutela del consumatore	367
2. Garanzia di conformità	371
3. Rimedi alla difformità del bene	374
4. Diritto di regresso	377
5. Prescrizione e decadenza	378
6. Garanzia convenzionale	379
7. Deroche convenzionali alla garanzia di conformità del bene	381
8. Garanzia di conformità e regole di diritto comune	382

Parte quinta

Associazioni dei consumatori ed accesso alla giustizia (Francesco Rizzo)

A. LE ASSOCIAZIONI RAPPRESENTATIVE A LIVELLO NAZIONALE

1. Le tutele collettive dei lavoratori	385
2. I requisiti soggettivi delle azioni collettive	387
3. I requisiti oggettivi delle azioni collettive	389

B. LE AZIONI INIBITORIE E L'ACCESSO ALLA GIUSTIZIA

1. L'attuazione della sentenza di inibitoria ed i suoi limiti soggettivi	395
2. La composizione extragiudiziale delle controversie	397

<i>Note bibliografiche</i>	399
----------------------------	-----