

I PACCHETTI TURISTICI "DINAMICI" E I SERVIZI TURISTICI "COLLEGATI": LA TUTELA DEL TURISTA

di Mercedes GUARINI*

Sommario: **1.** Il pacchetto turistico "dinamico": delimitazione della fattispecie **2.** I servizi turistici "collegati": dall'intermediario all' "agevolatore" di viaggi **3.** Disciplina dei pacchetti "dinamici": tutela del turista e *ius poenitendi*. **4.** e dei servizi turistici "collegati".

Abstract. The paper explores the definition of "dynamic" tourist package and its differences with the definition of "connected tourist services" (as implemented by the Legislative Decree of 21 May 2018, no. 62) highlighting any possible discrepancies with the European Directive on Tourist Packages and focusing on protections given to the tourist, considered as a "special" consumer.

1. Il pacchetto turistico "dinamico": delimitazione della fattispecie.

L'avvento di *internet*, ha determinato una importante prassi in materia di vendita di pacchetti turistici. Da tempo si assiste, infatti, ad una "personalizzazione" telematica del pacchetto turistico da parte del consumatore che "assembla" le varie componenti del viaggio scegliendo tra i servizi offerti da un unico *sito web* ovvero tra quelli offerti da altri siti, cui viene volta per volta rinviato. Tali modalità di vendita presentavano (e forse presentano ancora) un importante vuoto di tutela per il consumatore che si vedeva esclusa l'applicabilità della disciplina più favorevole in materia. Le norme finora in vigore hanno, infatti, consentito, agli operatori di escludere dal concetto di pacchetto turistico la "combinazione" effettuata dal consumatore scegliendo dal proprio *sito web* i diversi servizi cui si viene rimandati di volta in volta attraverso *links* a siti di altri operatori.¹

*Ricercatore di diritto commerciale presso l'Università degli Studi di Napoli Parthenope.

¹ Il riferimento è alle proposte contenute in alcuni siti (per es. *expedia*) in cui si offrono: volo+hotel, volo+auto+hotel, definiti quali "Servizi"; "Servizi di terze parti"(ad es. crociere e case vacanze) e "Pacchetti turistici" ed in relazione alle quali, le condizioni generali hanno cura di precisare che "i Servizi che consentono al cliente di combinare, a seconda delle sue specifiche necessità, la destinazione, la data, il volo con l'hotel o con l'autonoleggio, non rientrano nella definizione di combinazione fissa, tale da potersi qualificare come pacchetto turistico" e, quanto ai "Servizi di terze parti" si esclude di agire quale "intermediari", specificando di offrire semplicemente l' "interfaccia" del sito a tali soggetti "terzi", che poi forniranno i propri servizi di viaggio. Ed ancora ai siti di alcune delle compagnie aeree in cui si ha cura di specificare che, quando attraverso il sito della compagnia o attraverso qualunque altro mezzo di comunicazione la

Il crescente sviluppo di internet che consente ai consumatori di "confezionare" i pacchetti di viaggio, utilizzando direttamente i siti *web* dei vari operatori turistici (compagnie aeree, hotel, società di trasporto) senza ricorrere all'ausilio di un intermediario, è stato il motivo ispiratore di tutto il processo di revisione della direttiva in materia.² In relazione a tale particolare modalità di "personalizzare" i contratti di viaggio, la Commissione ha sottolineato anche l'importanza delle compagnie aeree *low cost* che avrebbero rivoluzionato l'offerta accentuando la concorrenza³. Ed invero, la prassi, di offrire, oltre al volo, anche l'alloggio, il

stessa compagnia promuove servizi di terzi diversi dal trasporto aereo, come ad esempio trasferimenti via treno o pullman, prenotazione di alberghi od ostelli o affitto auto, tali servizi vengono effettuati da terzi e si applicano pertanto termini e condizioni disposti da tali terzi e la compagnia non sarà, pertanto, responsabile della corretta esecuzione dei servizi offerti da terzi ed in particolare non sarà responsabile per ritardi, cancellazioni o informazioni non corrette.

² Processo di revisione che ha portato alla emanazione della Direttiva 2015/2302 (del Parlamento Europeo e del Consiglio relativa ai pacchetti turistici e ai servizi turistici collegati) attuata nel nostro ordinamento dal Decreto legislativo 21 maggio 2018, n. 62, determinando una completa rivisitazione (in parte già avviata) dal Codice del turismo. Il citato processo di revisione si inserisce nel più generale quadro di riforma dell'*acquis* comunitario (processo di ammodernamento dell'intera legislazione UE a tutela dei consumatori illustrato nel Libro Verde, c.d. Revisione dell'*acquis* relativo ai consumatori (COM (2006) 744 final, in, http://ec.europa.eu/consumers/rights/cons_acquis_en.htm) nonché nel cosiddetto "New Deal for Consumers" avente lo scopo di rivedere la leggi europee in materia di tutela dei consumatori al principale fine di adattare la legislazione dell'Unione alla realtà dell'era digitale, e di promuovere la trasparenza e garantire l'effettiva applicazione delle norme a tutela dei consumatori. Tale processo di revisione ha finora comportato, oltre alla Direttiva sui pacchetti turistici: la emanazione della Direttiva sui diritti dei consumatori (Direttiva 2011/83/UE attuata con il decreto legislativo 21.02.2014, n. 21 e recentemente modificata dalla Direttiva 2019/2161/UE); la emanazione della direttiva 2008/122/CE, sulla tutela dei consumatori per quanto riguarda taluni aspetti dei contratti di multiproprietà, dei contratti relativi ai prodotti per le vacanze di lungo termine e dei contratti di rivendita e di scambio, cui si è data attuazione con il codice del turismo; l'introduzione di un sistema di rimedi legali efficaci a livello comunitario per le procedure dei ricorsi (che si è inteso raggiungere con l'emanazione della Direttiva 2013/11/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 maggio 2013, sulla risoluzione alternativa delle controversie dei consumatori, che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2009/22/CE - Direttiva sull'ADR - *Alternative Dispute Resolution* - per i consumatori) nonché con il Regolamento (UE) n. 524/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 21 maggio 2013, relativo alla risoluzione delle controversie on line dei consumatori e che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2009/22/CE (Regolamento sull'ODR - *Online Dispute Resolution* - per i consumatori). Nell'ambito delle riforme volte ad introdurre una disciplina strategica per il mercato unico digitale, particolare attenzione è da ascrivere alla Direttiva concernente i contratti di fornitura di contenuti o servizi digitali (2019/770/UE) e la Direttiva relativa ai contratti di vendita di beni tra un consumatore e un venditore (2019/771/UE).

³ Sulla tutela del consumatore nella diversa ipotesi di acquisto del solo biglietto aereo dal sito del vettore *low cost*, v., E. G. ROSAFIO, *Contrattazione on line, trasporto low cost e tutela del consumatore*, in *Riv. dir. nav.*, 2013, 667.

noleggio di autovetture ed altri "servizi" aggiuntivi ha offuscato la distinzione tra "compagnie aeree", "organizzatore" e "rivenditore" il tutto con importati ricadute circa i limiti ed il riparto delle rispettive responsabilità⁴.

In particolare, diverse possono essere le modalità attraverso cui il turista "assembla" le offerte turistiche telematiche. La prassi ha, infatti, delineato una differenza tra pacchetti "assemblati" dal consumatore che sceglierà i diversi "servizi" offerti da un unico fornitore su di un solo sito (c.d. *dynamic package one - supplier*) ed i pacchetti c.d. *affiliate o click-through*, dove l'acquisto dei diversi "elementi" che compongono il pacchetto avviene attraverso il rinvio tramite *links* da un uno sito *web* ad altri siti *webs* ovvero ancora i c.d. pacchetti (anche se conclusi con contratti distinti) che siano "combinati" dallo stesso viaggiatore dopo la conclusione di un contratto con cui il professionista consente di scegliere tra una selezione di tipi diversi di servizi turistici.

L'estensione dell'applicabilità della disciplina della direttiva ai pacchetti confezionati *one web site* rappresenta la logica estensione, all'evoluzione "telematica", dell'orientamento della Corte di Giustizia in materia di pacchetti su misura, cd. *tailor made packages*.⁶

Tale nozione si rinviene oggi nell'articolo 33 del codice del turismo (di seguito cod. tur., così come modificato dal decreto attuativo della nuova direttiva 2015/2302/UE) che alla lettera c) ricomprende nella nozione di pacchetto

⁴ La regolamentazione dei pacchetti dinamici sembra essere stato un problema per un certo numero di Stati membri, non essendo sempre chiaro, per il consumatore, quali contratti di viaggio fossero coperti o meno dalla Direttiva, e l'incertezza dell'ambito di applicazione nonché le diverse interpretazioni da parte degli Stati, possono incidere sulla concorrenza e sulla tutela dei consumatori. Al riguardo, la Commissione ha sottolineato che se dopo aver prenotato un volo sul sito di una compagnia aerea *low cost*, il consumatore viene sollecitato all'acquisto di altri servizi, ed indirizzato verso altri siti e tali differenti servizi, costituiscono oggetto di separati contratti, stipulati con differenti imprese, attraverso pagamenti differenti, il contratto di viaggio non dovrebbe considerarsi coperto dalla direttiva.

⁵ Sul punto, v. *Study on Consumer detriment in the area of dynamic packages*, in http://ec.europa.eu/consumers/rights/travel_en.htm#travel.

⁶ Corte Giust., CE, 30 aprile 2002, causa C-400/00, in *Foro it.*, 2002, IV, 329. La Corte, chiamata a fornire un chiarimento del concetto (contenuto nella precedente definizione di pacchetto turistico) di combinazione "prefissata" – che, ove interpretato alla lettera, avrebbe comportato l'esclusione di quei pacchetti "assemblati" dall'agenzia, al momento della conclusione del contratto, e seguendo le specifiche richieste del viaggiatore – precisa che il concetto di "prefissata combinazione" comprende anche il viaggio "personalizzato" dal viaggiatore con l'agenzia. Seguendo il ragionamento della Corte, secondo la Commissione, non vi è alcun ostacolo a considerare come "pacchetti" i viaggi organizzati, attraverso una "piattaforma informatica" che spontaneamente "combina", su specifica richiesta del consumatore (e, dunque, *contestualmente* alla conclusione del contratto telematico) i servizi turistici offerti da diversi fornitori.

turistico anche la combinazione di servizi "selezionati" dal viaggiatore ⁷ prima che sia concluso un contratto unico (ed in cui potrebbero ad es. ricondursi le formule *roulette* e *smart box*).

Maggiori difficoltà ha presentano l'altro tipo di pacchetti dinamici, c.d. *click through*, in relazione ai quali è emersa una certa prudenza della Commissione ad estendere la nozione di pacchetti dinamici fino a ricomprendervi tutte le modalità possibilmente riconducibili agli stessi⁸. Del resto, non possono al riguardo tacersi le eventuali conseguenze di una tale estensione che, soprattutto nei casi di pacchetti *click through*, comporterebbe per il *provider* una responsabilità anche per obbligazioni di cui non si potrebbe essere venuti a conoscenza e che, dunque, renderebbe necessario (per gli operatori telematici) strutturare i siti *web* in modo da consentire un <<controllo>> sugli acquisti

⁷ Non è questa la sede per analizzare le principali novità introdotte dalla Direttiva circa l'ambito applicativo, che però sicuramente risulta meglio specificato. La stessa sostituzione terminologica del termine consumatore/turista con quello di "viaggiatore" comporta la possibilità di ricomprendere anche coloro che acquistano tali pacchetti per scopi professionali. Vengono inoltre meglio specificati i "servizi turistici" da prendere in considerazione per aversi la "combinazione" di pacchetto turistico (il trasporto di passeggeri, l'alloggio non a fini residenziali, il noleggio di auto oppure di altri veicoli o mezzi di trasporto e qualunque altro servizio turistico non accessorio); per altro versante, si richiede che quella "combinazione" debba avvenire tra due dei diversi servizi definiti come turistici, escludendo che la combinazione di due servizi accessori o di un servizio principale ed uno accessorio "secondario" possa rientrare nel campo di applicazione della direttiva, salvo che, tali ultimi servizi non rappresentino una parte pari o superiore al 25 per cento del valore della combinazione ovvero siano pubblicizzati come una parte sostanziale del valore della "combinazione" o comunque rappresentino un elemento essenziale della stessa. In generale, v. F. MORANDI, *Le nuove regole dell'Unione Europea sui pacchetti turistici e i servizi turistici collegati nell'esperienza italiana*, I parte, in *Resp. Civ. e prev.*, 2019, 4, 1102; ID, II parte, in *Resp. Civ. e prev.*, 2019, 5, 1422 (cui si rinvia anche per gli autori ivi citati); A. ZAMPONE, *Riflessioni sulla Dir. (UE) 2015/2302 relativa ai pacchetti turistici ed ai servizi turistici collegati*, in *Dir. trasp.*, 2018, 1, 1.

⁸ Di diverso avviso invece i rappresentanti dei consumatori che hanno invocato un ampliamento della tutela dei consumatori proprio attraverso l'estensione del campo di applicazione ai c.d. *dynamic packages* non solo quando conclusi da un unico fornitore ma anche ai c.d. *click through*, suggerendo in tali ultime ipotesi che il primo professionista dovrebbe essere considerato alla stregua di un *intermediario* e dunque responsabile come se fosse un'agenzia. Si suggerisce inoltre, per facilitare la sua individuazione, che nel contratto con gli altri *fornitori* dei singoli servizi sia specificato il ruolo di intermediazione svolto dal primo, in modo da conservare una traccia del *click through* effettuato dall'acquirente. Sempre nella prospettiva di un potenziamento della tutela del turista, si è auspicata l'estensione della disciplina in materia di pacchetti anche a tutte quelle ipotesi in cui il *tour operator* pur limitandosi formalmente ad offrire solo l'alloggio, mette poi a disposizione del turista numerosi servizi accessori (è il caso ad es. dei villaggi turistici dove gli ulteriori servizi, animazione, attività sportive ecc., vengono considerati come accessori proprio per non sottostare alla disciplina dei pacchetti "tutto compreso", così M. DONA - L. CICCIONI, *Il progetto di riforma della direttiva comunitaria in materia di pacchetti turistici*, in *Riv. it. dir. tur.*, 2011, 2, 37.

effettuati. Sul punto occorre sottolineare come quella "prudenza" della Commissione ad ampliare la definizione di pacchetto dinamico sia stata appieno recepita dalla nuova Direttiva nella misura in cui non solo specifica cosa debba intendersi per pacchetto dinamico, ma opera una distinzione tra questi ed i "servizi turistici collegati"⁹ (in cui sembrerebbero essere confluiti una parte di quei pacchetti dinamici ricondotti ai c.d. *click through*)¹⁰ nonché tra questi ultimi ed i servizi turistici che i viaggiatori prenotano indipendentemente (c.d. servizi disaggregati) nonché dai siti *internet* collegati che non hanno però come finalità la conclusione di un contratto con il viaggiatore e dai *link* aventi semplicemente finalità "informativa".¹¹

Nello specifico, quanto alla definizione di pacchetti dinamici nella modalità c.d. *click through*, occorre riferirsi all'articolo 33 lett.c), punto 2.4 del cod. tur. che, considerando come neutra la circostanza che siano conclusi contratti separati con i singoli fornitori di servizi turistici¹², ricomprende (nella definizione di pacchetto turistico) l'acquisto che avvenga presso professionisti diversi mediante "*processi collegati di prenotazione per via telematica*" a condizione che il nome del viaggiatore, gli estremi della carta di credito e l'indirizzo di posta elettronica, siano trasferiti dal professionista (con cui si è concluso il primo contratto) ad uno o più professionisti, "al più tardi 24 ore dopo la conferma della prenotazione del primo servizio".¹³ Il problema è allora quello di individuare gli elementi di

⁹ Servizi ai quali, proprio perché non presentano le caratteristiche dei pacchetti si è ritenuto opportuno non applicare tutti gli obblighi previsti per gli stessi.

¹⁰ Come esplicitato nella stessa motivazione dal Parlamento europeo si è reputato "ragionevole" non regolamentare in maniera eccessiva i cosiddetti *click through*, per evitare, nell'interesse dei viaggiatori - che sempre più approfittano dei collegamenti tramite *link* a ulteriori offerte - che una eccessiva regolamentazione potesse comportare da parte delle imprese la scelta di non offrire più tali modelli.

¹¹ Nello specifico il Considerando 12 della Direttiva 2015/2302/UE individua, a titolo esemplificativo: l'ipotesi in cui i viaggiatori vengano informati in merito ad altri servizi turistici, come l'albergo ovvero al caso in cui l'organizzatore di un dato evento (sul proprio sito e indipendentemente da ogni prenotazione) includa un elenco degli operatori di servizi di trasporto; nonché all'ipotesi in cui siano utilizzati *cookies* o metadati per inserire annunci pubblicitari sui siti web.

¹² L'irrelevanza della conclusione di contratti separati viene altresì confermata anche per tutti i pacchetti turistici purché ricorrano le seguenti condizioni: - i "diversi" servizi siano acquistati presso un unico punto vendita e selezionati prima che il viaggiatore acconsenta al pagamento; - siano offerti, venduti o fatturati a un prezzo forfettario o globale; - siano pubblicizzati o venduti sotto la denominazione "pacchetto" o denominazione analoga (condizioni indicate dall'art. 33, 1° comma, n. 2, punti 2.1 e 2.2):

¹³ Tipico esempio potrebbe essere quello del viaggiatore che dopo aver prenotato sul sito di una compagnia aerea un volo ed aver "acquistato lo stesso pagando il prezzo" accoglie il suggerimento del sito di effettuare la prenotazione anche di altri servizi (noleggio e/o albergo) senza che sia

differenziazione dei diversi modelli utilizzati dagli operatori *on line* che la direttiva ha inteso disciplinare.

In altri termini, alla luce della nozione emersa dal processo di revisione occorre chiedersi se tale nozione sia stata appieno recepita dalla Direttiva o se, piuttosto, si sia voluto escludere dalla nozione di pacchetto quella "dinamicità" che si manifesti attraverso acquisti non "contestuali" dei singoli servizi e/o per i quali si ricevano fatture separate.¹⁴ La questione come si diceva investe non tanto quei pacchetti dinamici c.d. *one - web site* ma l'altra fattispecie dei pacchetti dinamici ricondotta all'ampia categoria dei *click through*.

Occorre, in altri termini, verificare quali modalità di *click through* siano confluite nella nuova fattispecie dei "servizi collegati" e quali in quelle dei pacchetti turistici, in presenza di definizioni non del tutto chiare fornite dalla Direttiva (e

necessario reinserire i propri dati personali e quelli della carta di credito che verranno, dunque, automaticamente inoltrati dal vettore aereo ai diversi operatori.

¹⁴ In sintesi, in una prima fase, la definizione di pacchetto dinamico che emerge dal processo di revisione è quella di un pacchetto che: - comprende due o più elementi che non sono insignificanti rispetto al valore totale del pacchetto (volo, alloggio, noleggio di auto); - in cui i fornitori dei singoli "elementi" siano tra loro "economicamente collegati" (o in *co-branding*) ed in cui i singoli servizi siano comprati "contestualmente"; che è dinamico in quanto "organizzato" dal consumatore il quale decide quali componenti aggiungere e quali escludere, e caratterizzati perciò da un notevole grado di "personalizzazione." Si suggerisce inoltre di considerare dinamico anche quel pacchetto in cui gli elementi non sono acquistati "contestualmente," e per i quali il consumatore riceve fatture separate dai singoli fornitori, purché, però, sussista sempre la circostanza del "collegamento economico" dei vari *siti web*. Emerge cioè, chiaramente, che per potersi parlare di pacchetto dinamico il collegamento ipertestuale deve rimandare al sito di società "collegate" (*associated company*). Viceversa, si tratterà di un'organizzazione di viaggio "indipendente" allorché il consumatore acquisti le diverse componenti del viaggio da diversi venditori che non sono collegati.

conseguentemente e necessariamente dal nostro ordinamento)¹⁵ per entrambe le fattispecie¹⁶.

2. I servizi turistici "collegati": dall'intermediario all' "agevolatore" di viaggi.

La definizione di servizio turistico << collegato >> è invece da rinvenire nell'art. 33, lett. f) cod. tur. punti 1 e 2) che fornisce una definizione generale di tale servizio, specificando le diverse modalità attraverso cui possono essere "combinati" i singoli servizi.

La definizione generale di servizio turistico << collegato >> viene individuata in "almeno" due diversi servizi turistici "acquistati", ai fini dello stesso viaggio o della stessa vacanza ma che non costituiscono un pacchetto turistico e che comportano la conclusione di contratti distinti con i singoli fornitori di servizi

¹⁵ Il riferimento alla necessità per il nostro ordinamento di non poter introdurre sul punto una disciplina diversa rispetto a quella della Direttiva (2015/2302/UE), deriva dall'aver optato per un livello di armonizzazione completa (art. 4) che, salvo le eccezioni espressamente previste, ha imposto al nostro legislatore di non poter mantenere e/o introdurre una normativa diversa da quella comunitaria, seppur più favorevole per il consumatore. Uniche deroghe consentite ai legislatori nazionali riguardano: - la possibilità di estendere le disposizioni ai "pacchetti turistici" e ai servizi turistici collegati occasionalmente offerti o agevolati, senza fine di lucro, a un gruppo limitato di viaggiatori, nonché ai pacchetti e ai servizi turistici collegati che si estendono su un periodo inferiore alle 24 ore e non includono l'alloggio; ed ancora la possibilità di introdurre mantenere e/o introdurre disposizioni di portata generale (purché ovviamente nel senso di garantire un più elevato livello di protezione) relative alla responsabilità dell'organizzatore e/o del venditore. A titolo meramente esemplificativo, la Direttiva ammette la possibilità di prevedere una responsabilità anche dei venditori per l'esecuzione del pacchetto, con la conseguenza applicabilità di un loro assoggettamento ai relativi obblighi previsti per l'organizzatore (considerando 23) e, dunque di esigere, che anche i venditori sottoscrivano una protezione in caso di insolvenza (considerando 41); ovvero ancora la discrezionalità delle modalità di protezione in caso di insolvenza, pur prevedendo per gli Stati membri un obbligo di garanzia per un'efficace protezione (considerando 39). Al riguardo il decreto attuativo, quanto all'ambito applicativo, ha previsto l'estensione della disciplina anche ai pacchetti e servizi turistici collegati della durata inferiore a 24 ore ma solo se sia incluso un pernottamento, escludendola: per quelli che siano agevolati occasionalmente e senza fini di lucro e diretti ad a un gruppo limitato di persone ed infine per quelli che siano acquistati in base ad un accordo generale per l'organizzazione di viaggi di natura professionale tra due professionisti.

¹⁶ La necessità di una precisazione in tal senso è ancor più evidente sol se si consideri che il considerando 13 - nel riportare come esempi di servizi aggiuntivi, proprio quelle prenotazioni che avvengono nel caso in cui il consumatore, nel confermare la prenotazione di un primo servizio turistico (un volo aereo o un viaggio in treno), riceva l'invito a prenotare altro servizio turistico aggiuntivo attraverso un *link* verso il sito di altro fornitore di servizi o intermediario - potrebbe ingenerare il dubbio che l'intento sia quello di voler far confluire tutte le ipotesi dei *click through* nei servizi aggiuntivi. Ipotesi queste ultime da differenziare rispetto a quelle cioè in cui un unico organizzatore si sia assunta la responsabilità di tutti i servizi turistici.

turistici. Per inquadrare la fattispecie come "servizio turistico collegato", condizione necessaria è che l'acquisto sia "agevolato" da un professionista attraverso due modalità: o al momento di un'unica visita o un unico contatto con il proprio punto vendita in cui il viaggiatore seleziona distintamente i singoli servizi provvedendo *separatamente* al pagamento di ognuno di essi¹⁷; ovvero mediante un acquisto "mirato"¹⁸ di almeno un servizio aggiuntivo presso un altro professionista, se tale acquisto venga concluso entro 24 ore dalla conferma della prenotazione del primo servizio turistico.¹⁹ Si specifica ancora che la fattispecie di un servizio turistico collegato (così come sopra definito) potrebbe anche essere il risultato della conclusione di un contratto tra un viaggiatore ed un professionista che, però, non può qualificarsi come "agevolatore" (art. 49, 5° comma, cod.tur.).

Dalla lettura delle suddette disposizioni emerge chiaramente come il *discrimen* tra le due diverse ipotesi contemplate di acquisti che avvengono tramite un trasferimento *on line* di dati da un professionista ad un altro (e cioè tra i pacchetti dinamici e i servizi turistici collegati) non possa rinvenirsi nella circostanza che siano o meno stipulati contratti separati essendo, tale eventualità, espressamente ritenuta irrilevante ai fini della collocazione di quell' "acquisto" nell'ambito dei pacchetti piuttosto che nei "servizi turistici collegati".

In presenza cioè di più contratti separati non è detto che si configuri necessariamente un servizio turistico collegato. Ed allora, se quel *discrimen* non è la stipula o meno di più contratti separati, deve forse ritenersi che l'unico elemento di differenziazione che consenta di collocare quell'acquisto di servizi

¹⁷ "Punto vendita" definito come: "qualsiasi locale, mobile o immobile, adibito alla vendita al dettaglio o sito web di vendita al dettaglio o analogo strumento di vendita online, anche nel caso in cui siti web di vendita al dettaglio o strumenti di vendita online sono presentati ai viaggiatori come un unico strumento, compreso il servizio telefonico" (art. 33, lett. r). Secondo tale ampia definizione, l'agente di viaggio potrà assumere la veste di agevolatore e di offrire lo stesso prezzo del *web* (magari il più delle volte suggerito dallo stesso cliente) senza impegnarsi alla corretta esecuzione dei servizi che (ove si rispettino gli obblighi imposti dalla direttiva) restano a carico dell'organizzatore.

¹⁸ Acquisti "mirati" in cui cioè le offerte sono correlate al luogo e alla data del primo servizio. Precisazione che serve allora per differenziare questi servizi dalle altre ipotesi in cui i siti sono collegati ma non hanno come finalità la conclusione di un contratto e dai *link* che si limitano ad informare in modo generico i viaggiatori di altri servizi indipendentemente da qualsiasi prenotazione.

¹⁹ Con norma speculare rispetto a quella che individua la fattispecie di pacchetto turistico, l'art. 33, 4° comma, esclude che possa configurare la fattispecie di servizio turistico collegato, l'acquisto di due servizi accessori o di un servizio principale ed uno accessorio "secondario" salvo che, tali ultimi servizi, non rappresentino una parte pari o superiore al 25 per cento del valore della combinazione ovvero siano pubblicizzati come una parte sostanziale del valore della "combinazione" o comunque rappresentino un elemento essenziale della stessa.

turistici che, in ogni caso, avviene mediante *processi collegati di prenotazioni on line*, ai pacchetti piuttosto che ai servizi turistici <<collegati>>, sia da rinvenire nelle modalità di <<pagamento>>. Sembra allora che l'unica opzione interpretativa percorribile consista nel ritenere che dall'ampia definizione di "dinamicità" emersa dal processo di revisione siano state espunte quelle modalità in cui per i singoli servizi turistici si effettuino pagamenti separati²⁰.

Del resto tale interpretazione sarebbe in linea con quanto emerge dalle altre ipotesi contemplate di "pacchetti turistici" e per le quali pur si ritiene essere *irrelevante* la conclusione di contratti separati con i singoli fornitori di servizi: pacchetti acquistati presso un unico punto vendita nell'ambito dello stesso processo di prenotazione dove la scelta di tutti i servizi da parte del viaggiatore avviene prima della manifestazione del consenso al "*pagamento*"; *pacchetti offerti o fatturati a prezzo forfetario o globale*; ovvero pacchetti pubblicizzati o venduti come tali.

Se cioè il legislatore europeo ha ritenuto opportuno ricondurre le singole fattispecie ad una ipotesi di pacchetto turistico soltanto allorché il prezzo o il relativo pagamento sia effettivamente strutturato come "*unitario*", se ne può argomentare che, nel caso di acquisto mediante *processi collegati di prenotazione on line*, il rischio di inganno per il consumatore, che dunque giustifica il trattamento riservato ai pacchetti turistici, è sicuramente più alto soltanto quando il prezzo dei singoli servizi possa essere dallo stesso inteso come "unitario": ciò che sicuramente avviene, allorché, nell'ambito di quel processo di prenotazioni collegate, vengano richiesti gli estremi della carta di credito, in quanto il consumatore può effettivamente "percepire" quel pagamento come "*unitario*" e quell'operazione come acquisto di un pacchetto turistico.

Per converso, l'acquisto di quegli stessi servizi (sempre attraverso processi collegati di prenotazione *on line*) per i quali però si effettuano pagamenti separati, non giustificano il più alto grado di tutela affidato alla disciplina dei "pacchetti turistici".

Tale impostazione consente allora di concludere sicuramente nel senso che una parte dei pacchetti turistici dinamici sia confluita nella diversa fattispecie dei servizi turistici collegati e di escludere che i "singoli servizi" pur assemblati dal turista utilizzando i diversi *links* che rinviano a siti di altri fornitori di servizi, possano sempre rientrare nella definizione di pacchetto turistico. Pur essendo, infatti, irrilevante la fatturazione separata degli elementi che compongono il pacchetto turistico, ai fini della responsabilità dell'organizzatore e del venditore,

²⁰ Seppur tale requisito (dall' art. 33, lett.) f punto 1) venga richiesto, espressamente, solo per la prima delle ipotesi contemplate di servizi "collegati" e cioè quella che avviene al momento di un "unica visita" o un "unico contatto".

occorre però che il prezzo di quei singoli servizi sia strutturato e venga presentato al turista come prezzo "globale". In caso contrario, si finirebbe per addossare al portale del sito la veste di organizzatore, e dunque, una responsabilità oggettiva per il solo fatto di consentire, attraverso il proprio sito, il *collegamento* a siti di altri operatori. In relazione a tale nuova categoria, l'interprete è allora posto dinanzi alla difficoltà di individuare obblighi e responsabilità di questo nuovo operatore del mercato turistico. Ed invero, la scomparsa (almeno a livello terminologico) dell'intermediario deve sicuramente intendersi (come del resto da ritenere preferibile già nella vigenza della precedente normativa) ricompresa in quella di venditore, definito: quale professionista, diverso dall'organizzatore, che vende o "offre" in vendita pacchetti combinati da un organizzatore in virtù del mandato conferitogli dal viaggiatore con il contratto di intermediazione di viaggi (art. 50, cod. tur.)²¹; con l'ulteriore conseguenza che l'agevolatore non potrà, in ogni caso, qualificarsi quale intermediario.²² L'attuazione della direttiva ha, dunque, comportato una ridefinizione delle diverse figure professionali che operano nel mercato turistico attraverso una puntualizzazione degli ambiti e delle relative sfere di competenze e responsabilità, intervenendo definitivamente sulle problematiche interpretative che (nella precedente disciplina) si erano create per la non chiara distinzione tra la figura dell'organizzatore e dell'intermediario/ venditore²³.

3. Disciplina dei pacchetti "dinamici": tutela del turista e *ius poenitendi*.

La disciplina dei pacchetti turistici "dinamici" risente ovviamente delle modalità attraverso le quali si conclude il relativo contratto. Da quanto innanzi esposto, emerge come, solitamente, tali pacchetti siano conclusi attraverso una contrattazione telematica. In linea generale, per la contrattazione telematica di

²¹ Sulla particolare disciplina del contratto di intermediazione di viaggi, v. F. MORANDI, *Le nuove regole dell'Unione Europea sui pacchetti turistici e i servizi turistici collegati nell'esperienza italiana*, II parte, op. cit., 1422.

²² L'unica ipotesi in cui potrebbe prefigurarsi un'intermediazione semplice è allorché le prenotazioni, che si vogliono ricomprese nei servizi collegati, non dovessero concludersi nelle 24 ore. Sulle diverse ipotesi e relative caratteristiche dell'intermediazione *on line*, v. M. COLANGELO – V. ZENO ZENCOVICH, *La intermediazione on-line e la disciplina della concorrenza: i servizi di viaggio, soggiorno e svago*, in *Dir. dell'informaz. e dell'informat.*, (II), 2015, 43.

²³ Al riguardo il decreto attuativo, esercitando appieno la discrezionalità lasciata agli Stati membri, di introdurre maggiori responsabilità per i venditori (fermo restando quella degli organizzatori), prevede che lo stesso sia responsabile dell'esecuzione del mandato conferitogli dal viaggiatore indipendentemente dal fatto che la prestazione sia eseguita dallo stesso venditore, dai suoi ausiliari o da terzi della cui opera si avvalga (art. 50, cod. tur.)

pacchetti turistici, lo schema utilizzato, pur nella varietà dei modelli informatici che possono rinvenirsi sul *web*, è quello di un *form* già predisposto dal professionista e che contiene una serie di caselle che, debitamente "spuntate", attraverso un *clik* del *mouse* o la pressione del tasto invio rimandano all'apertura di pagine *web* collegate alla precedente (c.d. *hypertestual link*) che contengono: maggiori dettagli dei servizi e dei pacchetti turistici, le condizioni generali di contratto, un modulo in cui inserire i dati personali, nonché il più delle volte un modulo in cui inserire il numero di carta di credito, ed il *tasto negoziale* di "Accettazione". La "cliccata" del tasto di accettazione determinerà l'inoltro del modulo completato all'indirizzo virtuale dell'operatore turistico e, dunque, segnerà il momento di conclusione del contratto.²⁴

Non mancano formule intermedie e combinate in cui gli operatori turistici presentano la loro "offerta" *on line* ma la conclusione del contratto è demandata anche ad altre forme di *comunicazione a distanza* (telefono, *call center*) ovvero formule che combinano le potenzialità del *web* (libertà per il turista/consumatore di consultare in ogni momento il sito; possibilità di "personalizzare" il pacchetto) con l'efficacia della vendita tradizionale; basti pensare alle ipotesi in cui all'"offerta" *on line* si affianchi una rete di agenzie o di consulenti di viaggio sul territorio cui è demandata la conclusione dei contratti²⁵.

²⁴ Tale procedimento che utilizza la rete telematica per addivenire direttamente alla conclusione del contratto, è da ascrivere a quella particolare modalità di contratto informatico in cui le manifestazioni di volontà viaggiano su supporti informatici (c.d. contratti a conclusione informatica) da contrapporsi, come è noto, ai c.d. contratti ad esecuzione informatica in cui il *computer* funge da semplice mezzo di trasmissione della dichiarazione negoziale, basti pensare all'ipotesi in cui le dichiarazioni di volontà, dirette a concludere un contratto di vendita di pacchetti turistici (così come di singoli servizi disaggregati) vengano inviate tramite *e-mail*.

²⁵ In linea generale sul commercio elettronico, ed a titolo meramente esemplificativo, FRANCESCHELLI, *Contratti stipulati con strumenti informatici o per via telematica*, in *Formazione, archiviazione e trasmissione di documenti con strumenti informatici telematici*, in *Nuove leggi civ. comm.*, 2000, 769 ss.; F. DELFINI, *Contratto telematico e commercio elettronico*, Giuffrè, Milano, 2002; Id., *I contratti telematici dei consumatori*, a cura di E. GABRIELLI - E. MINERVINI, in *Trattato dei contratti* diretto da Rescigno e Gabrielli, vol. 2, Torino, 2005; R. FAVALE, *La conclusione del contratto telematico*, in *Giur. mer.*, 2013, 12, 255; per una esaustiva analisi delle problematiche sul commercio elettronico, nonché un'ampia indicazione bibliografica sull'argomento, v. E. TOSI, *Le asimmetrie e le forme della contrattazione telematica nel commercio elettronico: il contratto virtuale con i consumatori*, in FRANCESCHELLI-TOSI, *La tutela dei consumatori in internet e nel commercio elettronico. Contratti – Responsabilità – Rimedi*, Milano, 2012, 131 (ss.). Sull'acquisto "telematico" dei contratti di viaggio, v. F. MORANDI, *I contratti turistici telematici*, in *La tutela dei consumatori in Internet e nel commercio elettronico*, cit., p. 611 ss; F. DELFINI, *La collocazione di pacchetti turistici tra negoziazione tradizionale e negoziazione telematica*, in *Dir. tur.*, 2004, 16 ss; V. DE GIOIA, *I contratti di viaggio on line*, in *Il nuovo diritto*, 2005, 959 ss., L. FAEDDA, *Alcuni aspetti problematici del turismo on line*, in *Riv. dir. econ. trasp. e amb.*, 2005; C. VIGNALI, *La*

Da quanto esposto emerge chiaramente come anche per la prenotazione di pacchetti turistici, ed in generale di tutti i servizi turistici, che avvenga utilizzando le potenzialità del *web* (c.d. prenotazione telematica) possono riproporsi le considerazioni circa la natura poliedrica della prenotazione²⁶.

Al *cyberviaggiatore* che si collega al sito in cui vengono offerti i diversi servizi, attraverso il c.d. catalogo elettronico, si possono presentare, infatti, varie schermate telematiche che possono essere qualificate come offerta al pubblico; invito a proporre; ovvero strutturate con una sequenza tale da condurre alla conclusione di un contratto definitivo (c.d. conclusione *point and click*) o ancora più semplicemente come promozioni pubblicitarie o informazioni relative ai servizi offerti²⁷.

In linea generale, dunque, anche per la prenotazione telematica di pacchetti turistici con il termine "prenotazione" si intende una manifestazione di volontà volta a concludere un rapporto definitivo che vincola ambedue le parti. Effettuata la prenotazione, sullo schermo apparirà contestualmente la conferma dell'operatore turistico, ma l'accettazione, qualora non sia previsto l'inserimento del numero di carta di credito, è subordinata all'effettuazione del relativo pagamento.

Il viaggiatore verrà, dunque, contattato via telefono o via *e-mail* per conoscere le modalità del relativo pagamento, e successivamente riceverà, via fax, via *e-mail* o via posta, il *vaucher* per il viaggio.

Viceversa, la contestuale digitazione del numero della carta di credito – considerata da alcuni come autorizzazione a riscuotere l'importo dovuto in caso di disdetta²⁸ ovvero quale adempimento della prestazione e, dunque, esecuzione del contratto attraverso comportamenti concludenti – determinerà la definitiva conclusione del contratto.²⁹

prenotazione telematica in ambito turistico, in *Commercio elettronico*, a cura di Franceschelli, Milano, 2001, 291, ss.

²⁶ In argomento, tra gli altri, S. MONTICELLI, voce *Prenotazione*, in *Digesto, Disc. Priv., sez., civ.*, XIV, Torino, 1996, 204 ss.; M. PARADISO, *La prenotazione di servizi*, in *Studi in onore di Cesare Massimo Bianca*, t. III-1, Milano, 2006, 704 ss. e, per una puntuale ricostruzione delle varie tesi ed altri riferimenti bibliografici, R. SANTAGATA, *Diritto del turismo*, Torino, 2014, 161 ss.

²⁷ Per la qualificazione in termini di informazioni pubblicitarie, un aiuto proviene dal d.lgs. 70/2003 - decreto di recepimento della Direttiva sul Commercio elettronico (2000/31CE) - che, all'articolo 2, lett. f) definisce cosa debba intendersi per <<comunicazioni commerciali>> ed all'art. 8, impone l'obbligo di indicare in modo chiaro ed inequivocabile che si tratta di comunicazione commerciale (art. 8, lett. a).

²⁸ C. VIGNALI, *La prenotazione telematica*, cit., 301; F.M. D'ETTORE- D. MARASCIULO, *Il contratto d'albergo*, Milano, 2009, 167.

²⁹ A. M. GAMBINO, *L'accordo telematico*, Milano, 1997, 152, in senso contrario, F. DELFINI, *Contratto telematico*, cit., 86; R. TARICCO, *Volontà e accordo nella contrattazione telematica*, in

Quanto al procedimento di formazione della volontà contrattuale, in estrema sintesi, può allora ritenersi che allorché il catalogo elettronico indichi puntualmente le caratteristiche del servizio o del pacchetto, il prezzo di vendita e l'indirizzo di posta elettronica a cui effettuare l'ordine, la fattispecie potrà qualificarsi come offerta al pubblico; viceversa sarà da ricondurre allo schema dell'invito a proporre ove il sito *web* non contenga tutti gli elementi essenziali della proposta ma si limiti ad invitare il turista a formulare una sua proposta contrattuale che dovrà poi essere accettata o meno dal fornitore.³⁰

Preliminarmente, quanto alla forma dei contratti del turismo organizzato conclusi telematicamente, l'articolo 36 del cod. tur., correttamente, come già suggerito in altra sede,³¹ elimina l'obbligo di redigere il contratto in forma scritta richiedendo che i contratti siano formulati in un linguaggio semplice e chiaro e che, al momento della conclusione del contratto o appena possibile si fornisca al viaggiatore una conferma del contratto su un supporto durevole³² inteso nella sua prima definizione come "*qualsiasi strumento*" che consenta la memorizzazione, il recupero "*durante un periodo adeguato ai fini cui sono destinate*" e la riproduzione immutata delle informazioni dirette al consumatore.³³ Definizione, poi, sostanzialmente riprodotta specificando che il

Nuova giur. civ. comm., 2003, II, 225. Sugli altri sistemi di pagamenti telematici - assegno elettronico e moneta elettronica - che dovrebbero superare le "diffidenze" in merito all'utilizzo delle carte di credito, sia consentito rinviare a: C. CIACCI, *Pagamenti elettronici e moneta elettronica*, in *La tutela dei consumatori in internet e nel commercio elettronico*, cit., 503- 548; F. DELFINI, *Contratto telematico*, cit., 172.

³⁰ C. VIGNALI, *La prenotazione telematica*, cit., 296; A. GALLI – B. MONTI, *Viaggi on line*, FAG, Milano, 2007, 18 ss. Al riguardo si è acutamente sottolineato (da F. MORANDI, *I contratti turistici telematici*, cit., 611 ss.) come la dinamica di formazione del contratto turistico telematico si presenti in maniera differente a seconda che si acquisti un singolo servizio o un pacchetto turistico. Nel primo caso, i fornitori dei singoli servizi solitamente presentano un'offerta al pubblico in senso tecnico, nel secondo caso, la pubblicazione del catalogo di viaggio da parte dell'organizzatore configura piuttosto un invito a proporre rispetto al quale il *tour operator* si riserva o meno di accettare. In sostanza il turista più che "prenotare" un viaggio organizzato, formula una "ordinaria proposta contrattuale".

³¹ Sia consentito il rinvio ad un precedente scritto in cui (in una prospettiva *de iure condendo*) si analizzava la compatibilità della modalità telematica con l'obbligo di redigere il contratto in forma scritta (obbligo riprodotto dal precedente art. 35, 1° comma, cod. tur.) e di consegnare una copia del contratto stipulato e sottoscritto dall'organizzatore o venditore, M. GUARINI, *I contratti del turismo organizzato on line tra diritto attuale e prospettive de iure condendo alla luce della nuova proposta di Direttiva in materia di "pacchetti turistici"*, in *Riv. Dir. impr.*, 2014, 314.

³² Si specifica, altresì, che ove sia in forma scritta debbano anche essere leggibili.

³³ (art. 2, lett. f) della Direttiva 2002/65/CE, concernente la commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori), in cui rientrano le "chiavi USB; CD- ROM, DVD, le schede di memoria o dischi rigidi del computer nonché i messaggi di posta elettronica.

supporto durevole sia "ogni strumento che permette al viaggiatore o al professionista di conservare le informazioni che gli sono personalmente indirizzate in modo da potervi accedere in futuro per un periodo di tempo adeguato alle finalità cui esse sono destinate e che consente la riproduzione identica delle informazioni memorizzate."³⁴ La linea che chiaramente emerge a livello europeo è nel senso di un superamento della generalizzata necessità di requisiti "formali" e dei problemi ad essi connessi.³⁵ Ulteriori oneri formali vengono introdotti solo per i contratti negoziati al di fuori dei locali commerciali (che devono essere forniti anche su supporto cartaceo, art. 36, 4° comma) nonché, come si vedrà, per i contratti conclusi per telefono (in relazione ai quali la conferma dell'offerta può avvenire su supporto durevole ma il viaggiatore è vincolato solo al momento della firma del contratto o dell'invio del suo accordo scritto su un supporto durevole) dovendosi ritenere applicabile, come si dirà, l'articolo 51, 6°, del codice del consumo (di seguito cod. cons.).

La disciplina da applicare ai pacchetti turistici conclusi in via telematica (cui sono da ricondurre i c.d. pacchetti dinamici) è, dunque, da ricercare in più testi normativi il cui coordinamento ha posto non pochi problemi interpretativi³⁶.

Sicuramente ai pacchetti turistici "telematici" si applicherà la disciplina "speciale" del Capo I del cod. tur., rubricato "Contratti del turismo organizzato". Pacifica è anche l'applicabilità della disciplina speciale in materia di commercio elettronico (d.lgs. 70/2003) che il cod. cons. richiama, nell'art. 68, per gli aspetti non disciplinati dallo stesso, ed a cui lo stesso cod. tur. rimanda, con la clausola generale di rinvio, a "tutte" le disposizioni del cod. cons. (art. 32, 3° comma, cod. tur.).³⁷ Il generale rinvio al codice del consumo meriterebbe, però, ben altra

³⁴ V. considerando 23 e art. 2, par. 10 della Direttiva 2011/83/UE (definizione recepita dal decreto legislativo di attuazione) nonché dalla stessa Direttiva in materia di "pacchetti turistici" (e conseguentemente dall'articolo 33, lett. n) del cod. tur. così come modificato dal decreto attuativo.

³⁵ Il problema del resto non è nuovo ed ha riguardato, in linea generale, la compatibilità della stipulazione digitale mediante il *point and click* con la presenza di clausole vessatorie clausole da ritenere prive di sottoscrizione proprio per la mancanza della firma autografa o del suo equivalente digitale, v. C.M. BIANCA, *I contratti digitali*, in *Studium iuris*, 1998, 1039.

³⁶ Proprio la sovrapposizione di più discipline da coordinare ha comportato le difficili opzioni interpretative, di cui si dirà oltre, in merito all'applicabilità o meno dello *ius poenitendi* ai pacchetti turistici stipulati attraverso una delle "tecniche" a distanza.

³⁷ L'applicabilità della normativa sul commercio elettronico (art. 7 d.lgs. 70/2003) impone inoltre all'operatore turistico "telematico" di rendere "facilmente accessibile, in modo diretto e permanente la propria identità (denominazione giuridica dell'operatore; indirizzo e modalità di contatto, autorizzazione all'esercizio della professione turistica, c.d. *web credibility*); nonché di fornire, "in modo chiaro, comprensibile ed inequivocabile", tutte quelle informazioni tecniche dirette alla conclusione del contratto e che, in caso di sovrapposizione, si pongono in via subordinata sia rispetto agli stessi obblighi imposti dalla normativa di settore (che risultano

riflessione al fine di individuare effettivamente le norme dello stesso applicabili ai pacchetti turistici, atteso che la Direttiva (2015/2302/UE) ha prospettato la necessità di modificare la direttiva 2011/83/UE per far sì di applicare ai pacchetti turistici solo alcuni dei diritti dei consumatori che vengono, però, dalla stessa (ma non dal codice del turismo) puntualmente individuati.³⁸

Il problema non è nuovo. Ed invero, la questione ha in particolar modo riguardato l'applicabilità dello *ius poenitendi* ai pacchetti turistici conclusi mediante tecniche a distanza. Sulla premessa che la prenotazione telematica del viaggio turistico, collocasse il contratto tra quelli conclusi mediante l'uso di una tecnica di comunicazione a distanza, si è, infatti, (nella vigenza della precedente disciplina del codice del turismo) invocata l'applicabilità di tale normativa (artt. 50 - 61 cod. cons.). Tale premessa, come già osservato in altra sede, aveva trovato, però, un ostacolo interpretativo nello stesso dato normativo che, nel "mantenere ferme" le sole disposizioni relative al diritto di recesso degli articoli da 64 a 67 del cod. cons. (prima della sua modifica ad opera della normativa di attuazione della direttiva sui diritti dei consumatori (art. 32, 2° comma, cod. tur. - nella sua precedente formulazione -, e già art. 82 cod. cons.) sembrava orientato non solo per una forte "specialità" della disciplina del settore turistico, ma per un'applicabilità della normativa dei contratti a distanza, limitata alle sole norme richiamate.³⁹ Il suddetto richiamo (alla normativa sul diritto di recesso)

potenziati rispetto a quelli già previsti dal cod. cons.) sia rispetto a quelli relativi ai contratti a distanza (art. 12, comma 1, d.lgs. 70/2003). Obblighi che lo stesso articolo non prescrive per quegli operatori che non utilizzino il *web* per la conclusione del contratto, che viene demandata allo "scambio di messaggi di posta elettronica o comunicazioni individuali equivalenti" (art. 12, d.lgs. 70/2003, comma 2).

³⁸ V. considerando 48, Direttiva (2015/2302/UE) che, invece, ravvisa l'opportunità che la disciplina sui diritti dei consumatori, possa applicarsi ai singoli servizi che fanno parte di un servizio turistico collegato a condizione che gli stessi non siano altrimenti esclusi dall'ambito di applicazione della stessa. Quanto ai diritti da applicare ai pacchetti, si richiamano gli articoli: - 6, par. 7; - l'art. 8, paragrafo 2, che introduce particolari informazioni [indicate dall'art. 6, paragrafo 1, lettere a), e), o) e p)] da fornire al consumatore (prima che lo stesso inoltri l'ordine) nel caso di contratto concluso con mezzi elettronici, in cui è imposto l'obbligo di pagare; - l'art. 8, par. 6, che per i contratti conclusi per telefono prevede che il professionista debba confermare l'offerta al consumatore, che sarà vincolato solo dopo aver firmato l'offerta o dopo averla accettata per iscritto ovvero su mezzo durevole; l'art. 19 (Tariffe per l'utilizzo di mezzi di pagamento), l'art. 21 (Comunicazione telefonica); l'art. 22 (Pagamenti supplementari).

³⁹ Richiamo che, tra l'altro, si è ritenuto implicitamente abrogato a seguito delle modifiche apportate dal d.lgs. 21/2014 (attuativo della direttiva sui diritti dei consumatori) nella misura in cui da una parte aveva completamente sostituito gli artt. da 45 a 67 del cod. cons., ma soprattutto, del tutto escluso i pacchetti turistici dall'ambito di applicazione della disciplina sui diritti dei consumatori; senza operare alcun coordinamento con l'art. 32, comma 2 cod. tur., v. M. GUARINI, op. cit., 326.

non è stato giustamente riproposto dal nuovo codice del turismo confermando appieno la *specialità* della materia turistica la cui disciplina, infatti, (al di fuori delle norme espressamente richiamate) veniva demandata (dalla stessa direttiva sui diritti dei consumatori) alla allora emananda direttiva sui pacchetti turistici; anche quando i relativi contratti fossero conclusi mediante tecniche di comunicazione a distanza o fuori dei locali commerciali.⁴⁰ Direttiva sui pacchetti che ha allora introdotto una disciplina *generale* da valere per tutti i "pacchetti" (a prescindere delle modalità con le quali vengono stipulati) e previsto norme particolari solo per i contratti fuori dai locali commerciali e per quelli a distanza ove conclusi per telefono. Siffatta specialità sembrerebbe, allora, concretizzarsi nella particolare disciplina in materia di obblighi di informazione e di responsabilità e protezione in caso di <<insolvenza>>; nonché nella stessa opportunità di escludere un diritto di ripensamento al consumatore/viaggiatore. In via generale, anche il contratto di viaggio *on line*, come quello stipulato per le vie tradizionali, si caratterizza per il suo contenuto puntualmente predeterminato dalla normativa di settore (art. 34 cod. tur.) e per la previsione di obblighi informativi particolarmente incisivi, in relazione ai quali ancora una volta si è cercato di adattare le relative previsioni alle particolarità della stipulazione telematica.

Al riguardo, la normativa di settore prevede obblighi informativi precontrattuali di carattere generale da fornire (tramite un modulo informativo standard) prima della conclusione del contratto di pacchetto turistico o di un'offerta corrispondente⁴¹ ed obblighi informativi quali contenuto necessario del contratto (art. 36 cod. tur.).

⁴⁰ In realtà, nel caso di contratti negoziati fuori dei locali commerciali si lasciava alla discrezionalità degli Stai membri, la possibilità di prevedere un diritto di recesso del viaggiatore dal contratto di pacchetto turistico (entro un periodo di 14 giorni) e senza fornire alcuna motivazione (art. 12, par. 5, Direttiva 2015/2302/UE).

⁴¹ La norma non opera più il riferimento alla necessità di fornire informazioni "contestualmente" alla stipula nel caso di partenza immediata che chiaramente si riferiva alla prenotazione telematica di pacchetti turistici *last minute* e (similari) - solitamente attuate mediante aste *on line* - dove, a differenza dei c.d. *tailor made packages*, il consumatore acquista, a pochi giorni dalla partenza, un viaggio organizzato già pre-assemblato, senza possibilità di inserire alcuna modifica. Ulteriore variante è la c.d. formula *roulette* dove, a fronte di un risparmio sul prezzo ancora più elevato, in alcuni casi viene indicata solo la categoria e l'area turistica, riservando, a pochi giorni (o ore) prima della partenza, l'individuazione precisa della struttura; in altri, il servizio acquistato potrà addirittura variare da una struttura di alta qualità ad un'altra decisamente inferiore tra quelle indicate nel "ventaglio". In argomento, L. ROSSI CARLEO - M. DONA, *Il contratto di viaggio turistico*, in *Tratt. dir. civ. Cons. naz. Notariato*, Esi, Napoli, 2010, 55; R. SANTAGATA, *La nuova disciplina dei contratti del turismo organizzato nel codice del turismo <<dimidiato>>* in *Nuove leggi civili e commentate*, 2012, 1119. La compatibilità degli obblighi informativi con le suddette

Alcun riferimento viene fatto all'opuscolo informativo, e, in tale prospettiva, la stessa direttiva, per adattare gli obblighi di informazione all'utilizzo sempre crescente di *internet* per un verso esclude la necessità per gli Stati membri di prevedere norme specifiche che richiedono opuscoli stampati e, per altro verso, ricorre ancora una volta al supporto durevole quale modalità per comunicare quelle modifiche in modo da potervi accedere in futuro, consapevole della possibilità, attraverso le nuove tecnologie della comunicazione, di garantire l'accesso dei viaggiatori ad informazioni aggiornate al momento della prenotazione; informazioni che devono essere fornite in modo chiaro e preciso.⁴² Viene sancito espressamente il carattere vincolante (per l'organizzatore ed il venditore) delle informazioni precontrattuali fornite, salvo che le eventuali modifiche non siano state concordate tra le parti, e, in ogni caso, comunicate in *Chiaro* ed *evidente* al consumatore prima della stipula del contratto (art. 35, commi 1° e 2°, cod. tur.).⁴³ Una particolare disciplina attiene agli obblighi informativi da rispettare nel rapporto tra l'organizzatore ed il professionista nel caso dei c.d. pacchetti *click through*. L'articolo 34, 3° comma, impone all'organizzatore ed al professionista, i cui dati siano trasmessi, di fornire le informazioni precontrattuali (che siano pertinenti ai rispettivi servizi turistici) prima che il viaggiatore sia vincolato da un contratto o da un'offerta corrispondente. L'articolo 36, 6° comma introduce l'obbligo (per il solo professionista, i cui dati siano trasmessi attraverso quei *processi collegati per via telematica*) di informare il professionista (con cui il viaggiatore ha stipulato il primo contratto) della conclusione del contratto che servirà a configurare la fattispecie come pacchetto turistico; e che, dunque, imporrà allo stesso (in quanto divenuto organizzatore) di fornire, *tempestivamente*, e su supporto durevole tutte le informazioni che il contratto di pacchetto turistico deve contenere ai sensi degli articoli 34, 1° comma e 36, 5° comma del cod. tur.

particolari modalità di conclusione "telematica" sembra essere data per presupposta nella misura in cui si richiede che quelle informazioni precontrattuali debbano essere fornite prima che il viaggiatore sia vincolato da un contratto o da un'offerta corrispondente.

⁴² Informazioni che in caso di contratto di viaggio concluso con mezzi elettronici si specifica che vengano fornite in forma chiara e ben "visibile" (con termine sicuramente più consono alle contrattazioni telematiche) immediatamente prima della prenotazione, invocando a tal fine l'applicazione dell'art. 8 par. 2, 2° co. della direttiva 2011/ 83/UE che impone al professionista di garantire che il consumatore possa riconoscere, al momento di inoltrare l'ordine, il suo obbligo di pagare, e nel caso di ordini effettuati attraverso un pulsante o altra analoga funzione che vengano riportate in modo facilmente leggibile le parole <<ordine con obbligo di pagare>> o formule corrispondenti prescrivendo, in caso di inosservanza, che il consumatore non si considera vincolato dal contratto o dall'ordine.

⁴³ Norma questa sul carattere vincolante delle informazioni, che rappresenta applicazione anche ai contratti turistici del c.d. diritto all'informazione precontrattuale.

La specialità della materia turistica troverebbe, come si accennava, ulteriore conferma nell'impostazione comunitaria (necessariamente recepita dal decreto attuativo) di escludere lo *ius poenitendi*, quale ulteriore tutela del viaggiatore che abbia concluso un pacchetto turistico (anche se in via telematica).

Ed invero, confermando la linea emersa dal processo di revisione, la Commissione, ancora una volta, non sembra mostrare alcuna preoccupazione in merito ad un diritto di ripensamento senza alcuna penalità, soffermandosi, infatti, a disciplinare solo cause tipiche di "recesso" per "giusta causa" in caso di modifiche significative di "altre" condizioni contrattuali diverse dal prezzo (art. 11 della direttiva, attuato dall' art. 40 del cod. tur.); in caso di circostanze eccezionali ed inevitabili (art. 12 par. 2, attuato dall'art. 41, 4° comma, cod. tur.)⁴⁴ e introducendo una apposita disciplina del recesso in cambio di un adeguato indennizzo (art. 12, par. 1).⁴⁵ Ipotesi di recesso, dunque, sostanzialmente diverse (quanto a presupposti, funzione e *ratio*) rispetto al diritto di pentimento, così come inteso dallo stesso legislatore comunitario.⁴⁶

Scelta questa suggerita ancora una volta dalla direttiva sui diritti dei consumatori che ripropone quale causa di esclusione del diritto di recesso (i.e. *ius poenitendi*) l'opportunità di non concedere un diritto di recesso per quei servizi riguardanti gli alloggi, il trasporto e il tempo libero, esclusione ritenuta "opportuna" poiché la negoziazione degli stessi implica l' "accantonamento" di capacità che il

⁴⁴ Nello specifico (considerando 31), si cerca di "tipizzare" le circostanze eccezionali ed inevitabili o in ogni caso demandare la loro ulteriore individuazione ad informazioni affidabili ed accessibili al pubblico (ad. es. raccomandazioni emesse dalle autorità degli Stati membri che consigliano di non recarsi nella destinazione scelta dal turista).

⁴⁵ Tale ipotesi di recesso rappresenta chiaramente la necessità di disciplinare in maniera "uniforme" la prassi di introdurre quella "penalità" in caso di recesso prima dell'esecuzione del contratto. Spese di recesso che come specificato nella motivazione dei relativi emendamenti apportati, spesso non corrispondono ai costi effettivamente sostenuti dall'organizzatore e potrebbero, dunque, in caso di rivendita dei servizi turistici comportare un indebito arricchimento per l'organizzatore che beneficerebbe anche delle spese di recesso *standard* o di un indennizzo troppo elevato.

⁴⁶ Il rilievo già formulato avuto riguardo alle ipotesi di recesso introdotte dalla direttiva 1990/314/CE, v. DE CRISTOFARO, *La disciplina unitaria del <<diritto di recesso>>: ambito di applicazione, struttura e contenuti essenziali*, in *I <<Principi>> del diritto comunitario dei contratti*. *Acquis communautaire e diritto privato europeo* (a cura di) De Cristofaro, Torino, 2009, 374, può invero riproporsi anche per le singole ipotesi disciplinate dalla nuova proposta. Sul punto, C. CONFORTINI, *A proposito del Ius poenitendi del consumatore e della sua discussa natura*, in *Europa e dir. priv.*, 2017, 4, 1343. Sulle criticità delle ipotesi di recesso introdotte dalla direttiva 2015/2302/UE, v. S. PAGLIANTINI, *Tra diritto delle Corti e teoria dei contro limiti: il recesso del viaggiatore dal contratto di pacchetto turistico ai sensi dell'art. 12 dir. 2015/2302 UE*, in *Europa e dir. priv.*, 2018, 1, 41.

commerciante potrebbe non riuscire a coprire se fosse riconosciuto un diritto di "ripensamento"(considerando 49).

Emerge allora chiaramente come per il legislatore comunitario la scelta di escludere un diritto di pentimento sia sempre stata netta e costante e come allora quella specialità del "turista" deve muoversi nel senso di un potenziamento della disciplina delle informazioni, delle responsabilità e protezione in caso di <<*insolvenza*>> ma non attraverso il riconoscimento di uno *ius poenitendi*.

Se è vero infatti che per le istituzioni europee il recesso penitenziale e gli obblighi informativi assumano un "ruolo strategico"⁴⁷ per l'attuazione di un mercato unico digitale emerge altrettanto chiaramente come per la realizzazione di quel mercato occorra tener in debita considerazione le peculiarità dei singoli settori e le ricadute "economiche" di un generalizzato riconoscimento di quel diritto. Potenziamento dunque della tutela del turista consumatore che deve però in una prospettiva macroeconomica bilanciarsi con l'altrettanto e forse preminente tutela dell'<<economia>> e del<<mercato>>.⁴⁸ Meno comprensibile in tale prospettiva, la diversa impostazione comunitaria di lasciare agli Stati membri la possibilità di prevedere per il viaggiatore uno *ius poenitendi* (senza necessità dunque di fornire alcuna motivazione) nel caso di contratti negoziati fuori dei locali commerciali, discrezionalità esercitata dal nostro legislatore prevedendo un periodo di cinque giorni (in luogo dei 14 indicati dalla direttiva 2015/2302/UE) decorrente dalla data della conclusione del contratto o dalla data in cui il viaggiatore riceva le condizioni contrattuali e le informazioni preliminari ove successiva (art. 41, 7° comma cod. tur.).

4.e dei servizi turistici "collegati".

Una volta individuato il *discrimen* con i pacchetti turistici "dinamici" occorre delineare anche le principali differenze in termini di disciplina tra le due fattispecie. In via di estrema sintesi, può osservarsi come tale contratto di *agevolazione* sarà sicuramente giustificato da legami commerciali tra i due professionisti (l'agevolatore) e (l'organizzatore) e prevederà un corrispettivo da parte di quest'ultimo che potrà, ad esempio, calcolarsi in base al numero di *click* o sul fatturato o mediante qualsiasi altra modalità lasciata all'autonomia

⁴⁷ v. Comunicazione della Commissione dell'11 gennaio 2012 "un quadro coerente per rafforzare la fiducia nel mercato unico digitale del commercio elettronico e dei servizi on line", COM (2011) 942 def.

⁴⁸ v. G. GRISI, *Lo ius poenitendi tra tutela del consumatore e razionalità del mercato*, in *Riv. critica dir. priv.*, 2001, 569, ss., richiamato tra gli altri da F. MACARIO – F. P. PATTI, *Il recesso del consumatore*, in *La tutela dei consumatori in internet e nel commercio elettronico*, op. cit., 243.

contrattuale.⁴⁹ Dalla normativa speciale introdotta per tale nuova figura, emergerebbe chiaramente che, l'agevolatore di servizi turistici, non possa in nessun modo essere ricondotto ad un intermediario (nemmeno invocando un collegamento negoziale tra i contratti).⁵⁰

Ed invero, a carico dell'agevolatore vengono introdotti particolari obblighi di informazione, richiedendo che, in ogni caso, (e prima che il viaggiatore sia vincolato da un contratto o da una corrispondente offerta di servizi turistici collegati) il professionista debba, in modo chiaro e "preciso", informare che ciascun fornitore sarà il solo responsabile dell'esatta esecuzione del proprio servizio, e che in caso di insolvenza del venditore o di uno dei fornitori, il viaggiatore non potrà invocare nessuno dei diritti che la direttiva riconosce a chi abbia acquistato un pacchetto turistico, e che godrà solo del diritto al rimborso delle somme anticipate e, ove incluso il trasporto passeggeri, del rimpatrio (art. 49 cod. tur.).

In relazione a tale nuova ipotesi, allora, il problema che si pone è quello di individuare le corrette modalità attraverso le quali informare il viaggiatore "fai da te"⁵¹ che non sta assemblando un "pacchetto turistico" ma acquistando singoli servizi.

49 V. Considerando 13 direttiva 2015/2302/UE.

⁵⁰ Non dovrebbe, pertanto, trovare applicazione l'orientamento della giurisprudenza che, pur escludendo che la vendita di un singolo servizio (nella specie di un volo di linea andata e ritorno) ad un prezzo non forfetario, pur se avvenuta contestualmente alla vendita di un pacchetto turistico, possa configurare un elemento del pacchetto, ritiene però che tale vendita dovrà intendersi quale vendita intermediata, v. Giudice di pace di Barcellona, 12 aprile 2011, in *Riv. it. dir. tur.*, 2012, 6, 115, con nota critica di D'URSO, *Pacchetto tutto compreso e vendita di servizi di trasporto separati dal pacchetto*. Il ricorso al collegamento negoziale non consente di ricomprendere anche quel singolo servizio non incluso nell'offerta a prezzo forfetario al pacchetto venduto dall'intermediario. Il ricorso al collegamento negoziale sicuramente utile quando non è in dubbio che si sia venduto un pacchetto turistico a prezzo forfetario (e dove allora il problema è solo quello di attrarre singoli servizi) si dubita che possa essere utilizzato allorché il problema è a monte quello di attribuire la veste di "organizzatore" o "intermediario" a colui che attraverso *link* diversi rimanda a siti di altri operatori. In questi casi, cioè occorrerà che effettivamente le modalità di "rinvio" siano strutturate in modo tale da far apparire o comunque da trarre in inganno il consumatore che il prezzo dei singoli servizi sia da intendere come "forfetario".

⁵¹ In realtà, come si accennava, a tale modalità di contrattazione potrà ricorrere anche la stessa agenzia di viaggi a cui il viaggiatore (che non vuole effettuare autonomamente la prenotazione *on line*) si rivolgerà prospettando di aver, proprio nel *web*, trovate condizioni più favorevoli. In questo modo, anche l'agenzia di viaggi entra nel mondo dell'agevolazione assumendo una posizione equivalente al *web*, e dunque, tutte le informazioni sul piano informativo. L'agente di viaggio potrà, dunque, offrire tre diverse soluzioni: il pacchetto di viaggi (soluzione più tutelata per il consumatore anche se più costosa); i servizi turistici collegati (che se da un lato riducono le tutele sembrano essere preferiti dagli stessi viaggiatori); infine l'intermediazione semplice.

Si esclude, infatti, che gli agevolatori potranno semplicemente dichiarare che agiscono come semplice "interfaccia" o come "agevolatori" ma occorrerà effettivamente *strutturare* quei "processi di prenotazione collegati" in modo da non ingenerare confusione e/o inganno per il consumatore.⁵² Una possibile modalità (conforme alla ricostruzione del *dicrimen* che si è inteso individuare tra le due ipotesi) potrebbe essere quella di strutturare il processo di prenotazione collegato consentendo al viaggiatore di prenotare un servizio (ad es. l'albergo) concludere il relativo contratto, facendo effettuare il pagamento e poi procedere con la prenotazione di un altro servizio.

A carico dell'agevolatore si prevede, inoltre, un obbligo di garanzia per il rimborso di tutti i pagamenti nell'ipotesi in cui i singoli servizi non possano essere eseguiti a causa dello stato di insolvenza dell'organizzatore (art. 49, 1° comma, cod. tur.). Un particolare obbligo di informazione è poi introdotto per la peculiare ipotesi di servizio turistico collegato che scaturisce dalla stipula di un contratto tra il viaggiatore ed un professionista non agevolatore: quest'ultimo dovrà informare l'agevolatore della stipula del relativo contratto, onde consentire allo stesso di adempiere agli obblighi che la legge pone a suo carico.

L'inadempimento degli specifici obblighi posti a carico dell'agevolatore comporterà l'applicazione, ai singoli servizi inclusi nei servizi turistici collegati, delle norme che introducono un'apposita disciplina (per i pacchetti turistici) circa le possibili modifiche apportabili al contratto (i.e.: cessione del contratto; revisione del prezzo, modifiche delle altre condizioni e la particolare disciplina del diritto di recesso) e, quanto alle responsabilità, l'agevolatore assumerà la veste di organizzatore dovendo rispondere dell'esecuzione dei singoli servizi (art. 49, 4° comma, cod. tur.).

Se ne ricava, allora, che in linea generale i fornitori dei singoli servizi resteranno soggetti alla legislazione generale e settoriale dell'Unione in materia di protezione dei consumatori, e dunque, per quel che ne occupa, anche alle prescrizioni della direttiva sui diritti dei consumatori che, come richiesto espressamente, avrebbe dovuto modificarsi per rendere appunto possibile la sua applicazione anche ai servizi collegati; fatta salva l'ipotesi in cui gli stessi non siano altrimenti esclusi dall'ambito della sua applicazione.

Il riferimento è ancora una volta al diritto di recesso (i.e.: *ius poenitendi*) che viene escluso tra l'altro, per i servizi riguardanti le attività del tempo libero

⁵² A tal fine, anche se la Direttiva allega un modulo informativo per i servizi specificamente indicati nello stesso, obbligando per quelli esclusi di fornire, in ogni caso, le informazioni ivi contenute (art. 19, par. 3) occorrerà poi che concretamente non si ingeneri nel consumatore un falso affidamento circa la conclusione di un pacchetto turistico.

qualora il contratto preveda una data o un periodo di esecuzione specifici,⁵³ con ciò confermando (quanto alla tutela del consumatore/viaggiatore) la specialità della materia turistica.

⁵³ V. art. 59 cod. cons. (così come modificato dal decreto attuativo della direttiva sui diritti dei consumatori).