

Con atto di citazione notificato il 2 luglio 2001 Salvatore Castrogiovanni ha convenuto davanti al Tribunale di Roma Fabio Reda, dal quale aveva acquistato un gommone, con motore e carrello, dando in permuta una sua imbarcazione e versando una caparra di £ 2.000.000.

Ha chiesto che venisse accertata l'inefficacia del contratto, con la condanna del convenuto alla restituzione della caparra ed al risarcimento dei danni.

Ha dedotto che la compravendita è avvenuta presso lo *stand* del Reda, all'interno del salone nautico organizzato presso il porto turistico di Riva di Traiano; che egli ha rilevato il malfunzionamento del motore della barca acquistata e che, dopo varie trattative per risolvere la questione, ha comunicato la sua intenzione di recedere dal contratto, anche ai sensi della normativa sulle vendite avvenute al di fuori dei locali commerciali (d. lgs. n. 50 del 1992).

Il convenuto ha resistito alle domande, che il Tribunale ha respinto.

Proposto appello dal Castrogiovanni, a cui ha resistito l'appellato, con sentenza n. 1277/11, depositata il 24 marzo 2011, la Corte di appello di Roma, in riforma della sentenza di primo grado, ha accolto le domande dell'appellante, sul rilievo che il contratto è da ritenere concluso in luogo pubblico o aperto al pubblico, al di fuori della sede commerciale del venditore; che quindi è soggetto all'applicazione del d. lgs. 15 gennaio 1992 n. 50, il cui art. 5 dispone che tali pattuizioni debbono contenere l'informazione al consumatore – per la quale è richiesta la forma scritta *ad substantiam* – circa il suo diritto di recedere dal contratto nel termine di sette giorni; che nella specie l'informazione mancava e che, nel caso di inosservanza, il consumatore può comunque recedere dal contratto nel termine di sessanta giorni dalla data del ricevimento della merce: termine che nella specie non ha neppure iniziato a decorrere perché non vi è stata consegna alcuna.

Fabio Reda propone ricorso per cassazione.

L'intimato non ha depositato difese.

Il Consigliere relatore ha depositato relazione ai sensi dell'art. 380bis cod. proc. civ., concludendo per la manifesta fondatezza del ricorso.

All'udienza del 12 giugno 2014, fissata per la discussione in Camera di consiglio, la causa è stata rinviata alla pubblica udienza e perviene oggi in decisione.

### Motivi della decisione

1.- Con l'unico motivo, denunciando violazione degli art. 1, 4, 5, 6 e 8 d. lgs. 15 gennaio 1992 n. 50 e dell'art. 14 delle disposizioni sulla legge in generale, il ricorrente rileva che lo *stand* all'interno del salone nautico è da ritenere equivalente ai locali commerciali del venditore stesso, poiché – pur non costituendo la sede abituale dell'impresa – è comunque uno spazio chiuso, dichiaratamente adibito all'esposizione e alla vendita dei prodotti della stessa, al quale l'acquirente ha avuto accesso per sua autonoma iniziativa, previo pagamento di un biglietto di ingresso; che pertanto non ricorrono le ragioni di tutela del compratore a cui si ispira la normativa richiamata.

4.- Il motivo è fondato.

Il d. lgs. 15 gennaio 1992 n. 50 ha dato attuazione alla direttiva n. 85/577/CEE in tema di contratti negoziati fuori dei locali commerciali, direttiva approvata allo scopo di uniformare le legislazioni europee quanto alla disciplina di tal genere di contratti, in considerazione:

- a) della politica di informazione e protezione dei consumatori che la Comunità intende perseguire, e della necessità che siano adottati provvedimenti a tutela dei consumatori stessi *“contro pratiche commerciali abusive nel settore delle vendite a domicilio”* (terzo *Considerando*);
- b) del fatto che tali contratti sono normalmente caratterizzati dalla circostanza che *“il commerciante prende l'iniziativa delle trattative; il consumatore è impreparato di fronte a queste trattative e si trova preso di sorpresa e... non ha spesso la possibilità di confrontare la qualità e il prezzo che gli vengono proposti con altre offerte; questo elemento di sorpresa è generalmente presente*

RL

*non soltanto nel caso di contratti conclusi a domicilio, ma anche in altre forme di contratti conclusi dal commerciante fuori dai propri locali” (quarto Considerando).*

Sulla base di tali premesse la Direttiva ha disposto che le cautele in favore del consumatore – ed essenzialmente il diritto di recedere dal contratto entro un termine non inferiore a sette giorni - si applichino non solo ai contratti conclusi al domicilio del consumatore o nel suo posto di lavoro, ma anche a quelli conclusi durante un’escursione organizzata dal commerciante al di fuori dei propri locali (art. 1 della direttiva); e che è consentito agli Stati membri adottare disposizioni ancor più favorevoli al consumatore (art. 8).

Il d. lg.n. 50 cit., nel recepire la direttiva, ha aggiunto alle fattispecie sopra indicate anche il caso in cui il contratto sia concluso “*in area pubblica od aperta al pubblico*” (art. 1, 1° comma *lett. c*).

Trattasi di espressione estremamente ampia, il cui contenuto ed il cui ambito di applicazione debbono essere determinati e circoscritti con riferimento alle finalità perseguite dalla Direttiva e dalla legge che ne ha recepito le disposizioni.

Essa è da intendere riferita, cioè, non a qualunque negoziazione avvenuta in luogo pubblico o aperto al pubblico – come ha ritenuto la sentenza impugnata - ma solo ai casi in cui siano prospettabili autentiche ed effettive esigenze di difesa del consumatore, a fronte di iniziative inattese, abusive, capziose o comunque “sorprendenti”, nel senso fatto palese dal terzo e dal quarto *Considerando* della Direttiva: ove cioè il contesto sia tale da giustificare il dubbio che il consumatore sia stato indotto a concludere l’affare senza adeguate possibilità di valutare la convenienza dell’offerta e le sue reali esigenze.

Tali non possono essere considerati i luoghi pubblici o aperti al pubblico che siano appositamente destinati all’esposizione ed alla vendita dei beni e servizi del “professionista”, ai quali il consumatore acceda perché tendenzialmente interessato al relativo acquisto, quale lo *stand* allestito all’interno di una fiera o di un salone di esposizione.

Fiere, saloni ed esposizioni hanno per l'appunto finalità promozionali del proprio nome, marchio, immagine, ecc., in vista dell'incremento degli affari e delle vendite; ed il pubblico che vi accede è potenzialmente interessato ai prodotti esposti ed alle relative offerte.

In questi casi non si può propriamente dire che la contrattazione avvenga "*fuori dai locali commerciali*", poiché lo *stand* si presenta come sede dislocata, pur se sporadica e provvisoria, di una parte dell'attività e degli affari dell'impresa, per il tempo per cui si protrae la manifestazione commerciale.

Neppure si può dire che il visitatore-consumatore venga *sorpreso* da un'improvvisa iniziativa commerciale altrui, essendo l'accesso allo *stand* frutto di una sua scelta deliberata e consapevole, alla ricerca dei prodotti esposti ai quali è potenzialmente interessato, in uno dei luoghi lecitamente scelti dall'impresa per la loro commercializzazione.

Erroneamente, pertanto, la Corte di merito ha interpretato ed applicato la normativa di cui al d. lgs. n. 50/1992.

5.- In accoglimento del ricorso, la sentenza impugnata è cassata, con rinvio della causa alla Corte di appello di Roma, in diversa composizione, affinché decida la controversia uniformandosi ai principi sopra enunciati, che si possono così sintetizzare:

**"Il testo letterale delle norme di cui al d. lgs. 15 gennaio 1992 n. 50, che ha dato attuazione alla Direttiva n. 85/577/CEE in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali, deve essere interpretato in coerenza con le finalità perseguite dalla Direttiva.**

Ne consegue che la disposizione di cui all'art. 1, 1° comma, *lett. c)* del decreto medesimo, là dove include fra le fattispecie meritevoli di tutela i contratti o le note d'ordine che il consumatore sottoscrive "*in area pubblica o aperta al pubblico*" - fattispecie che fra l'altro non è inclusa fra quelle elencate dalla Direttiva - deve essere interpretata nel senso che non qualunque luogo pubblico od aperto al pubblico giustifica la peculiare tutela di cui alla

normativa, bensì solo quei luoghi pubblici o aperti al pubblico che non siano di per sé destinati alle negoziazioni, ed ai quali il consumatore acceda per finalità estranee a quella di comprare, di vendere o di contrattare, sì che l'eventuale iniziativa del professionista lo colga di sorpresa e impreparato alla difesa dei suoi interessi, (cfr. terzo e quarto *Considerando* della Direttiva) .

Non si può dire, quindi, che le negoziazioni che si svolgano nell'ambito degli *stands* allestiti dagli operatori all'interno di una fiera o di un salone di esposizione, siano in linea di principio assoggettabili alle disposizioni dell'art. 1, 1° comma, d. lgs n. 50/1992 cit., pur se si tratti di luoghi ai quali il pubblico possa liberamente accedere.

In questi casi da un lato l'attività imprenditoriale non può propriamente ritenersi esterna alla sede dell'impresa, trattandosi di attività solo temporaneamente dislocata in luogo diverso dalla sede legale e dall'ordinaria sede commerciale.

Dall'altro lato non si può in linea di principio affermare che il consumatore che acceda di sua iniziativa allo *stand* fieristico ed ivi concluda un affare si possa considerare in situazione tale da venire sorpreso e colto impreparato dalle offerte commerciali in cui si imbatte, dato che normalmente vi si reca proprio per conoscere e valutare tali offerte.

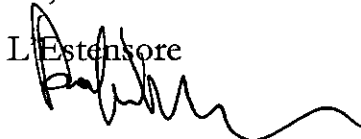
6.- La Corte di rinvio deciderà anche sulle spese del presente giudizio.

P.Q.M.

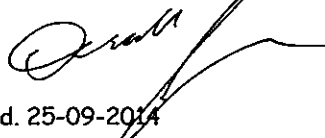
La Corte di cassazione accoglie il ricorso. Cassa la sentenza impugnata e rinvia la causa alla Corte di appello di Roma, in diversa composizione, che deciderà anche sulle spese del giudizio di cassazione.

Roma, 25 settembre 2014

L'Estensore



Il Funzionario Giudiziario  
Ornella LATROFA



Il Presidente



DEPOSITATO IN CANCELLERIA  
oggi, .....

28 OTT. 2014  
Il Funzionario Giudiziario

