



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
BRESCIA

I 25121 Brescia – ITALY
23, Via Einaudi
tel. +39 030 37251
fax +39 030 3725222

C.F. 80013870177
P.I. 00859790172
www.bs.camcom.it
brescia@bs.camcom.it

Il Comitato Giuridico della Commissione per il controllo delle condizioni generali di contratto

vista la richiesta, trasmessa alla Camera di Commercio di Brescia da un'associazione di consumatori, per conto di un consumatore;

esaminato approfonditamente il modulo contrattuale utilizzato da una società che ha per oggetto l'attività di insegnamento, formazione ed addestramento professionale, tramite corsi in ogni settore e la vendita dei suddetti corsi per corrispondenza e formazione a distanza;

rilevato che emerge l'assoluta indeterminatezza dell'oggetto, che si evince dal “modulo di iscrizione ai corsi di formazione”. Si desume che si tratta di un corso, dal titolo del modulo e dalla casella “denominazione e dati dei corsi”, ma manca completamente la descrizione del corso ed il suo contenuto. E' appena il caso di osservare, infatti, che definire un corso di formazione T1 senza indicare, neppure *per relationem*, un documento da cui evincere il contenuto del programma, non consente di identificarne l'oggetto. Né peraltro lo si può desumere dal modulo – facente riferimento ad altra società - denominato “Sfida Aziendale per la vincita dei corsi di formazione”, ove la Sfida Aziendale è vinta nel caso che il sottoscrittore, collaboratore consumatore, collochi un numero di “contratti di rete fissa e/o di SIM da totalizzare.....entro il periodo indicato.....personali e/odi struttura”;

considerato che è assolutamente privo di spiegazione anche il quadro del “Modulo di iscrizione ai corsi di formazione” ove sono riportati gli estremi di una carta di credito, nonché la firma del relativo titolare, diverso dalla contraente: non si comprende infatti a quale titolo un terzo intervenga nel rapporto contrattuale e con quali conseguenze e responsabilità. Contribuisce all'indeterminatezza dell'oggetto anche la circostanza che l'iscrizione al “Corso T1” compare in ambedue i moduli sottoscritti dal contraente, nel primo singolarmente, nel secondo invece insieme ai “Corsi T2 e T3”.

Osservato che, con riferimento al secondo dei due moduli, si deve poi rilevare l'assenza di qualsivoglia indicazione inerente il corrispettivo dei corsi acquistati e quindi, in definitiva, l'ammontare al quale il contraente si obbliga. Anche l'analisi dell'insieme delle condizioni di partecipazione ai corsi di formazione, testimonia come tale “impianto contrattuale” non metta il sottoscrittore nelle condizioni di comprendere ciò che va a sottoscrivere. Ciò peraltro è in modo evidente testimoniato da quella clausola ove il sottoscrittore “dichiara di essere consapevole che qualsiasi corso al quale chiedo di partecipare ha esclusiva finalità di crescita, personale, culturale, professionale e nessuno scopo terapeutico e medico.” In realtà tale sottoscrizione appare più fideistica che non avvertita, come la legge vorrebbe. Contribuisce all'indeterminatezza dell'oggetto l'assenza di qualsivoglia riferimento ai programmi di insegnamento, al profilo dei docenti, alla durata dei corsi stessi;

rilevato che dalla lettura combinata dei moduli esaminati emerge la paradossale posizione del contraente: da una parte, soggetto tutelato dalla disciplina speciale dettata per i contratti del consumatore, al momento della sottoscrizione dei moduli contrattuali della società; dall'altra, sembrerebbe perdere la qualifica di consumatore, diventando una sorta di collaboratore di un'altra società promotrice di servizi di telecomunicazione nel momento in cui matura (o dovrebbe maturare) il premio per il conseguimento degli obiettivi. La “Sfida Aziendale” comporta infatti l'agire del contraente in nome e per conto della società

promotrice di servizi di telecomunicazione, assumendo quel ruolo di collaboratore, peraltro esplicitato ab initio con il medesimo codice collaboratore attribuito nei contratti di entrambe le società, che è confermato dai “termini generali della Sfida Aziendale”, inerenti la regola dello *star del credere*. Le penali correlate alla mancata partecipazione ai corsi appaiono assai onerose ed in ogni caso prive di qualsiasi simmetricità in relazione al caso di annullamento dei corsi stessi da parte della società organizzatrice dei corsi;

riscontrato che la sottoscrizione del modulo di iscrizione ai corsi e del modulo “sfida aziendale” avviene contestualmente; per questo motivo lo status di consumatore - che esiste nel momento in cui il sottoscrittore aderisce al modulo di iscrizione ai corsi - viene immediatamente meno a causa della sottoscrizione contestuale del modulo “sfida aziendale”. Infatti, nel modulo “Sfida Aziendale”, l'aderente si impegna a promuovere la sottoscrizione di un numero di contratti concordato con l'Azienda e, in caso di raggiungimento del cosiddetto “obiettivo”, l'aderente dovrebbe ottenere un equivalente economico, dapprima definito “premio in denaro pari al valore del costo delle attività formative indicate” (2° riga riquadro Sfida Aziendale) e, quindi, “monte provvigionale” (ultima riga medesimo riquadro). Mentre la dizione “monte provvigionale” dischiude la questione relativa alla natura del compenso che - se effettiva provvigione, non può che configurare l'aderente come agente di commercio, con le conseguenze relative all'obbligo di iscrizione al ruolo agenti e applicabilità del trattamento Enasarco, con conseguente abusività dell'attività di siffatto procacciatore di affari - in ogni caso indubbiamente esclude lo status di consumatore in capo all'aderente, con ciò impedendo l'ordinaria tutela del consumatore di fronte agli impegni contrattuali sottoscritti. In tal senso sarebbe spiegabile la clausola ultima del modulo di iscrizione ai corsi di formazione, con cui la società organizzatrice dei corsi si riserva di cedere a terzi il credito derivante dalle obbligazioni del partecipante”, ora non più consumatore ed, inoltre, la discrezionalità pura con cui la società promotrice di servizi di telecomunicazione, a suo insindacabile giudizio, in caso di esito favorevole della Sfida Aziendale, in alternativa al premio in denaro, si riserva di assumere il costo del corso di formazione. Infine, inesplicabile è la clausola contenuta nel modulo “Sfida Aziendale”, secondo la quale “la Sfida avrà valore solo se la clausola del 50% sarà pienamente rispettata”; nei moduli contrattuali non sembra infatti potersi rinvenire alcuna clausola riconducibile a questo riferimento.

Rilevata, infine, l'assoluta indeterminatezza riguardo l'indirizzo ove il contraente possa raggiungere per iscritto la società organizzatrice dei corsi;

formula il seguente

PARERE:

I testi contrattuali di cui alle premesse, oltre a presentare profili di nullità per mancanza degli elementi essenziali del contratto, presentano i seguenti profili di vessatorietà:

a) le disposizioni contrattuali violano l'art. 35 D. Lgs. 206/2005 che dispone che “nel caso di contratti di cui tutte le clausole o talune clausole siano proposte al consumatore per iscritto, tali clausole debbono sempre essere redatte in modo chiaro e comprensibile”;

b) le disposizioni contrattuali sono, per le ragioni esposte in premessa, completamente asimmetriche nelle rispettive posizioni delle parti, ex art. 33 D.Lgs. 206/2005.