

YIDALI XIAOFEI FADIAN

意大利 消费法典

胡俊宏 雷佳译



中国政法大学出版社

YIDALI XIAOFEI FADIAN

意大利 消费法典

胡俊宏 雷佳译



中国政法大学出版社

2013·北京

图书在版编目(CIP)数据

意大利消费法典 / (意)阿拉巴等著; 胡俊宏, 雷佳译. -- 北京: 中国政法大学出版社, 2013. 3

ISBN 978-7-5620-4694-3

I. ①意… II. ①阿…②胡…③雷… III. ①消费者权益保护法-汇编-意大利IV. ①D954. 63

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第047566号

书 名 意大利消费法典

YIDALI XIAOFEI FADIAN

出版发行 中国政法大学出版社(北京市海淀区西土城路25号)

北京100088 信箱8034分箱 邮政编码100088

邮箱 academic.press@hotmail.com

<http://www.cuplpress.com> (网络实名: 中国政法大学出版社)

(010)58908437(编辑室) 58908285(总编室) 58908334(邮购部)

承 印 固安华明印刷厂

规 格 880mm×1230mm 32开本 5.625印张 125千字

版 本 2013年3月第1版 2013年3月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5620-4694-3/D·4654

定 价 19.00元

声 明 1. 版权所有, 侵权必究。

2. 如有缺页、倒装问题, 由印刷厂负责退换。

Introduzione

La globalizzazione del mercato impone sempre di più la conoscenza delle regole che lo governano nei vari sistemi.

Appare, dunque, di grande importanza la traduzione nella vostra lingua del Codice del consumo, introdotto in Italia dal D. L. 6 settembre 2005, n. 206, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229 recante << Interventi in materia di qualità della regolazione, riassetto normativo e codificazione >>.

Il Codice del consumo, a differenza di altri Paesi europei, nasce in Italia a seguito di una scelta del legislatore che ha cercato un modo per affrontare la << semplificazione normativa >> voluta per << riordinare >> il numero esorbitante di leggi che si sono prodotte nel tempo, spesso sulla spinta di necessità contingenti e che, peraltro, si sono susseguite in maniera rapida e disordinata.

Questo fenomeno, conosciuto come << decodificazione >> in ragione di una molteplicità di regole difficili da coordinare e, talvolta, anche da conoscere, ha procurato difficoltà in coloro che sono tenuti ad applicare le regole (dagli imprenditori, ai consumatori, agli stessi giudici),

La risposta a questo problema si è avuta con una attività di riassetto che ha portato alla emanazione di una serie di nuovi Codici (fra questi, ad esempio, Codice delle assicurazioni, Codice della

proprietà intellettuale, Codice del consumo, etc.) . Questi Codici, intorno ai quali molto si discute, sono definiti << Codici di settore >> e, come abbiamo accennato, sono stati redatti al fine di svolgere un'opera di semplificazione/riduzione delle norme tecnicamente superflue e di consolidazione/codificazione di quelle esistenti.

La disciplina del consumatore, in gran parte di derivazione comunitaria, ha rappresentato uno dei settori nei quali è stato richiesto l'intervento che ha portato a questi nuovi Codici ai quali si è fatto accenno.

L'onore a me assegnato di questa breve presentazione all'opera di traduzione è, di certo, dovuta anche alla circostanza che ho fatto parte della Commissione incaricata dal Governo di provvedere alla sistemazione e al riordino nello specifico ambito della materia del consumo. Ricordo, difatti, di essere stata scherzosamente definita la << madre >> del Codice del consumo alla emanazione del nuovo testo.

Nel panorama europeo che ha una disciplina la quale, attraverso le direttive, persegue in tutti i Paesi i medesimi obiettivi al fine di tutelare il consumatore e, ancor prima il mercato, la scelta italiana si caratterizza per la modalità di raccolta di leggi che, ripetiamo, sussistono in tutti i Paesi dovendo perseguire un'analoga finalità.

Appare evidente che riordinare in un contenitore chiamato Codice-il quale, malgrado l'identità del nome, è molto diverso dai Codici tradizionali, essenzialmente in quanto non innova nei contenuti-consente, comunque, di registrare un valore aggiunto rispetto ad altri Paesi. Difatti le diverse leggi, sparpagliate nell'ordinamento, una volta riordinate consentono di individuare il disegno unitario che si è

venuto a determinare in termini di sistema.

Si potrebbe immaginare che le singole leggi rappresentino vari pezzi di un puzzle, il riunirle in un Codice, permette di ricomporre i vari pezzi in un quadro che consente di scorgere con chiarezza un disegno complessivo .

Questo esempio fa subito comprendere la importanza che è stata data dalla Commissione alla modalità di riordino e, quindi, alla struttura del Codice. Essa segue quello che viene definito il procedimento dell'atto di consumo, che ha un << prima >> cioè l'attività che precede in termini di comunicazioni commerciali informazioni, un << durante >> , che riguarda il contratto dei consumatori, un << dopo >> che riguarda le garanzie post-vendita e la responsabilità del produttore.

Non mi dilungo sui contenuti, né su ulteriori profili tecnici, nella consapevolezza che la conoscenza, e da ciò le discussioni che necessariamente sorgeranno, sia ormai facilitata grazie a questa traduzione, per la quale ringrazio con voi le studioso che hanno assunto l'iniziativa alla quale auguro grande successo.

Liliana Rossi Carleo

序

市场的全球化越发要求对于不同体系中管理市场的规则加以了解。

因此，将《消费法典》译为中文显得极为重要。该法典据意大利 2003 年 7 月 29 日第 229 号关于《规范质量、法规调整和法典编纂的立法行动》的法律第 7 条，藉 2005 年 9 月 6 日第 206 号立法令而被采纳。

与其他欧洲国家不同，意大利《消费法典》的诞生乃是立法者选择的结果：随着时间的推移，在或然需求推动下制定了数目庞大的法律，且以匆忙无序的方式相继颁布。于是立法者寻求一种意在处理“规范简化”的方式，对这些法律加以整饬。

由于存在众多难以协调，有时甚至难于了解的规则，这一现象被认为是“去法典化”。这使得须适用规则的人（企业主、消费者及相应的法官）陷入了困境。

为应对这一问题，意大利进行了法规调整活动，颁布了一系列新法典（其中包括《保险法典》、《知识产权法典》及《消费法典》等）。这些法典被称为“部门法典”，围绕它们展开了诸多讨论。而且，正如上文所述，其编纂旨在精简技术层面上的冗余规则，并对现有规则加以巩固或系统化。

大部分源于欧共同体规则的消费者规范，代表了需要上述新法典进行干预调整的领域之一。

我曾作为政府委任的学术委员会成员，从事有关消费这一

特定领域的资料整理及系统化工作。因而在此十分荣幸为这一翻译作品做一简介。事实上，我记得在新法典颁布时，自己被打趣地称为《消费法典》之母。

为保护市场继而保护消费者，欧盟的规范藉各种指令致力于在所有成员国达成同一目标。在此背景下，意大利选择将存在于所有成员国、应达到同样目的的法律加以汇编，这一方式颇具特色。

尽管有此“法典”之名，却与传统法典迥异，根本原因在于它并未在内容上进行创新。而相对于其他成员国，显然在一个称为“法典”的框架内重新整理使其获得了附加价值。实际上，散见于法律体系中的各部法律，一旦加以重新整理，便得以在体系的框架内确定统一的规划。

读者可将众单行法想像为一幅拼图的各个组片，将它们汇集于一部法典中，使得各片在一个框架中重新组合，从而使得完整的规划得以清晰辨认。

这个例子能迅速诠释学术委员会在法典的调整方法进而在其结构上所起的重要作用：法典以消费行为的流程为序，“消费前”指商业宣传、信息等活动；“消费中”与消费者合同相关；“消费后”则涉及售后担保及生产者责任。

我无意在内容及技术层面着墨过多；我以为，如今得益于此项翻译，必将为了解该法典及进行相关探讨提供方便之门，因此我十分感谢从事这项工作的学者，并谨祝她们成功。

利利亚纳·罗西·卡莱奥

《消费法典》的编纂与意大利消费者 保护法的新近发展

胡俊宏

次 目

一、前言

二、意大利《消费法典》的编纂背景：欧盟消费者保护政策和立法的积极推动

（一）欧盟消费者政策

（二）欧共同体范围内的消费者权利

（三）共同体消费者保护领域的立法成果

三、意大利消费者保护法的发展和变革

（一）消费者定义最早出现在民法典中

（二）消费者权利的确认

（三）《消费法典》编纂以前消费者保护领域形成的法律
框架

四、《消费法典》的介绍

（一）法典的编纂方法和起草技术

（二）法典的结构和内容

（三）法典的评价和特点

五、《消费法典》的后续修订

一、前言

意大利以 2005 年 9 月 6 日第 206 号立法令颁布了《消费法

典》。法典的编纂根据 2003 年 7 月 29 日第 229 号法律^[1]确立的原则和目标进行,通过将散见于意大利各部门法中涉及消费者保护的现行规定进行体系化及协调性的整理,并收集于单一的法律文本而完成。《消费法典》的颁布被学术界称为意大利漫长而艰难的消费者保护法构建工程中的最后一块木楔。^[2]为充分理解此中的含义,需简要回顾这一立法进程中具有显著意义的时刻。

二、意大利《消费法典》颁布的背景:欧盟消费者保护政策和立法的积极推动

有西方学者认为,欧盟消费者保护法对其成员国法律的影响程度居各领域立法的首位,^[3]成为在成员国国内法体系中“实现”消费者法的发动机。更有意大利学者指出,可以不夸张地讲,意大利只有加入共同市场才使消费者法这一学科分支得以起步发展。^[4]因此,极有必要首先介绍一下欧共体法律体系中消费者保护法的发展进程。

(一) 欧盟消费者政策

欧共体成立之初,以建立欧洲共同市场作为其主要经济目的,而非推动对于人的保护和对社会秩序的调整;^[5]因此,共同体立法者的优先目标一直是消除各成员国之间的技术及立法障碍,从而实现产品、服务、人员和资本的充分自由流动,避

[1] 2003 年 7 月 29 日第 229 号《关于规范质量、法规调整和法典编纂的立法行动的法律》,见 2003 年 8 月 27 日第 196 号意大利《官方公报》。

[2] Codice del consumo, commentario, a cura di Guido Alpa e Liliana Rossi Carleo, Edizioni Scientifiche Italiane, 2005, p. 18.

[3] Codice del consumo, commentario, a cura di Guido Alpa e Liliana Rossi Carleo, Edizioni Scientifiche Italiane, 2005, p. 28.

[4] G. Alpa, Il Diritto dei Consumatori, Roma - Bari, 2003, p. 10.

[5] 《罗马条约》中没有关于消费者权利和消费者保护方面的规定。

免和消除市场上对竞争的不合理限制和扭曲。然而，在立法行动和司法实践中他们逐渐意识到：缺乏作为市场主体的消费者的信心，单纯消除限制产品自由流通的障碍是徒劳的。

于是，自20世纪70年代开始，欧共体启动了全面的消费者政策。欧盟消费者政策主要指共同体推动的旨在确定欧盟健康与消费者保护司的优先工作领域、努力方向及力争达到目标的行动计划。

1986年签署的《单一欧洲文件》中，欧共体委员会提出对消费者进行高水平的保护，消费者保护政策最初得到法律的确认。1989年欧共体委员会颁布的第一个《消费者保护三年行动计划（1990~1992）》将指令确定为实现消费者保护政策的立法手段。^{〔1〕}1992年签订的《马斯特里赫特条约》（《欧洲联盟条约》）专章（第十一章）规定消费者保护。1995年欧盟委员会内部设立了健康与消费者保护司（第24号），消费者保护政策从完善单一市场的经济目的中剥离出来，成为独立的、具有显著社会意义的欧盟政策。

欧盟委员会在《2002年至2006年行动计划》中表述的政策战略强调了“使消费者拥有保护自身利益的工具，在自主及知情的前提下做出选择”的必要性，以及“使消费者能够在更了解自身权利的情况下促进对自身的保护”的需求。在此背景下，意大利颁布了《消费法典》。

〔1〕 A. CORDIANO, *Sicurezza dei Prodotti e Tutela Preventiva dei consumatori*, CEDAM, 2005, p. 4.

指令，欧盟具有法律约束力的文件，就其所要达到的目标和结果对作为其发布对象的成员国具有约束力，至于通过什么途径或采取何种方法来实现指令所要求的结果，则由作为指令发布对象的成员国自行选择。曾令良，《欧洲联盟法总论》，武汉大学出版社2007年版，第139页。

（二）欧共同体范围内的消费者权利

1. 消费者权利的出现。1973年欧洲理事会通过的《欧洲消费者保护章程》^{〔1〕}首次明确了消费者的定义，并确认消费者享有获得健康和安全保护、获得经济利益保护、获得损害赔偿、获得信息和教育及确保消费者代表参与相关政策法律决策的五项基本权利。该章程的历史意义在于其勾勒出欧共同体消费者保护领域后续行动所遵循的指导方针，建立了消费者政策法基本的法律文本结构框架。1975年4月14日第92号关于消费者权利的决议^{〔2〕}重新调整了消费者保护方面的欧共同体行动，指明如下基本目标：确保消费者健康和安全风险的有效防范；对损害消费者经济利益的风险的有效防范；采取适当措施，为消费者提供咨询、援助和损失赔偿；保障消费者获得信息及与消费有关的教育；与消费者有关的决议的形成过程要有消费者代表的参与和协商。上述目标的基本点与1973年《欧洲消费者保护章程》中列举的消费者权利完全吻合。与上述目标的基本点相对应，欧洲经济共同体启动了各部门的具体行动。

2. 消费者权利的发展。1997年通过的《阿姆斯特丹条约》意味着欧盟机构目标调整和欧洲公民概念界定方面的重要转折，该条约第153条第1款明确指出共同体致力于推动实现消费者利益的实现，确保对消费者的高水平保护。此外，《阿姆斯特丹条约》第153条的第2款规定，“在确定和实施共同体的其他政策和行动的过程中要考虑与消费者保护有关的需求”。这表明欧洲范围内的消费者权利不再停留于纸质的宣言，而被包含于欧盟基础性条约所确立的目标当中。由此可见，欧盟已将消费者保护政策认定为一项在任何情况下都必须参照的自身制度性政策，

〔1〕 见1973年第543号欧洲理事会决议。

〔2〕 见1975年4月25日第C92/1号欧洲共同体官方公报。

需要与欧盟的农业政策、竞争政策、交通政策和信贷政策等其他政策进行持续的协调和权衡。这意味着消费者的需求成为必要的参照点,仅给予考虑是不够的,还必须协调与之冲突的利益,从而确保对消费者利益的高水平保护。条约第153条确定的消费者权利可以归为三个不同的类别:第一类是不仅作为消费者享有,且为某些成员国成文宪法所确认和保障的基本人权,如健康权和安全权;^[1]第二类是经济利益;^[2]第三类是不仅限于个体消费者且属于消费者群体享有的权利,如:知情权、受教育权和结社权。

3. 消费者权利上升为宪法确认的基本公民权利。20世纪末欧盟范围内消费者权利的巩固和加强首先发生在欧盟的某些成员国,如在西班牙^[3]消费者权利获得了宪法确认的基本权利的性质,被法学界称为“新的权利闯入了新的宪法”^[4]。而在意大利,“消费者”一词也至少两度进入到宪法法院的判决当中,且均涉及消费者的定义;^[5]宪法中的某些规定^[6]成为消费者权利的宪法基础,在法律解释中具有指导性的作用。消费者权利在欧盟层面最终获得宪法的承认是通过2000年的《欧洲联盟基本权利宪章》(以下简称《宪章》)实现的。^[7]《宪章》曾并入

[1] 以《意大利宪法》为例,见第32条和第41条第2款。

[2] G. Alpa, *Il Diritto dei Consumatori*, Roma - Bari, 2003, p. 49.

[3] 《西班牙宪法》(1978年10月31日颁布),第51条。

[4] *Codice del consumo, commentario*, a cura di Guido Alpa e Liliana Rossi Carleo, Edizioni Scientifiche Italiane, 2005, p. 21.

[5] 以上述第二个判决为例,消费者被定义为“在可能从事的经营活动范围以外实施行为的自然人”。

[6] 见《意大利宪法》第2条、第3条、第32条、第41条第2款和第47条。

[7] 见2010年3月30日欧洲联盟官方公报C83/389号。《宪章》第38条规定:在欧盟政策中确保对消费者的高水平保护。

2004年通过的《欧洲宪法条约》,^[1]这意味着承认其法律层面而不仅是政策上的重要性,也意味着其中的相关规定在私人关系上的直接适用。此外,将作为消费者享有的人权提升到欧洲宪法权利的层面具有双重的意义:一是约束共同体机构和成员国。欧盟政策不能与欧洲宪法确认的基本权利相违背,基本权利成为欧盟机构行动和成员国立法的限制。二是约束成员国的法官。因为得到宪法承认和保障的原则可以间接的方式在私人关系间产生效力。事实上,相当多的成员国法院和欧洲法院的判决援引了《宪章》的规定。^[2]因此,赋予共同体致力于保护消费者的健康、安全和经济利益,并考虑其需求任务的《阿姆斯特丹条约》第153条应该根据欧洲宪法的规定重新解读。一方面是消费者权利属于在成员国宪法中确认的、在欧盟宪法中得到重申的基本权利;另一方面是所谓的“经济利益”被置于经营者享有权利的相同层面。在权利和利益的排行榜上确认了消费者应享有的基本人权和专属于消费者的经济利益之间的区别。按照基本权利优先于经济性质的权利,经营者在开展经营活动时不得侵犯基本权利。然而,由于《欧洲宪法条约》未能生效,《宪章》最终通过2009年底生效的《里斯本条约》获得了与条约相同的法律效力。

(三) 共同体消费者保护领域的立法成果

从20世纪80年代初到意大利《消费法典》颁布的30年间,欧盟颁布了与消费者保护有关的20余部指令,取得了丰硕

[1] 《欧洲宪法条约》第二部分“欧盟的基本权利宪章”基本上是以2000年的《欧洲联盟基本权利宪章》为蓝本。见曾令良,《欧洲联盟法总论——以〈欧洲宪法条约〉为新视角》,武汉大学出版社2007年版,第119页。

[2] A. GELOTTO e G. PISTORIO, L'efficacia giuridica della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione Europea, 中文译名《欧洲联盟基本权利宪章的法律效力》(rassegna giurisprudenziale 2001~2004), in Giur. it., 2005, p. 427ss.

的立法成果。现按照时间顺序将指令排列如下：

(1) 84/450/CEE 号关于虚假广告的指令；^{〔1〕}后经 97/55/CE 号关于比较广告的指令修订；

(2) 85/374/CEE 号关于拉近成员国在缺陷产品损害赔偿责任方面的法律、行政法规和规章的指令，^{〔2〕}后经 1999/34/CE 号指令修订；

(3) 85/577/CEE 号关于营业场所外缔结的合同的指令；^{〔3〕}

(4) 87/102/CEE 号关于拉近成员国在消费信贷方面的法律、行政法规和规章的指令，后经 90/88/CEE 号指令和 98/7/CE 号指令^{〔4〕}修订；

(5) 88/378/CEE 号关于拉近成员国玩具安全方面立法的指令；

(6) 90/314/CEE 号关于旅游行程、休假和路线的一揽子计划的指令；^{〔5〕}

(7) 92/59/CEE 号关于产品综合安全的指令，^{〔6〕}后经 2001/95/CE 号指令修订；

(8) 93/13/CEE 号关于与消费者签订的合同中的滥用条款

〔1〕 意大利以 1992 年 1 月 25 日第 74 号立法令实施，该立法令已废止，其中的相关规定被收录于《消费法典》。

〔2〕 意大利以 1988 年 5 月 24 日第 224 号共和国总统令实施，该法令已废止，其中的相关规定被收录于《消费法典》。

〔3〕 意大利以 1992 年 1 月 15 日第 50 号立法令实施，该立法令已废止，其中的相关规定被收录于《消费法典》。

〔4〕 意大利以 2000 年 2 月 25 日第 63 号立法令实施，该法令已废止，其中的相关规定被收录于《消费法典》。

〔5〕 意大利以 1995 年 3 月 17 日第 111 号立法令实施，该立法令已废止，其中的相关规定被收录于《消费法典》。

〔6〕 意大利以 1995 年 3 月 17 日第 115 号立法令实施，该立法令已废止，其中的相关规定被收录于《消费法典》。

的指令；^{〔1〕}

(9) 93/22/CEE 号关于动产投资服务的指令；

(10) 94/47/CE 号关于取得不动产部分时间享用权合同中取得者若干方面保护的指令；^{〔2〕}

(11) 95/46/CE 号关于私人信息处理和自由流通的自然人保护的指令；^{〔3〕}

(12) 97/7/CE 号关于跨距离签订合同中消费者保护的指令；^{〔4〕}

(13) 97/55/CE 号关于比较广告的指令；^{〔5〕}

(14) 1999/34/CE 号修订 85/374/CEE 号指令的指令；^{〔6〕}

(15) 1999/44 /CE 号关于消费品的销售和担保的某些方面规定的指令；^{〔7〕}

(16) 1999/93/CE 号关于电子签名的共同体法律框架的指令；

(17) 2000/31/CE 号关于信息技术公司服务，特别是电子商务的法律方面若干规定的指令；

〔1〕 意大利以 1996 年 2 月 6 日第 52 号法律实施，相关规定曾收录于《民法典》第 1469 条第 2 附条至第 1469 条第 6 附条，现已废止，被收录于《消费法典》。

〔2〕 意大利以 1998 年 11 月 9 日第 427 号立法令实施，该立法令已废止，其中的相关规定被收录于《消费法典》。

〔3〕 意大利以 2003 年 6 月 30 日第 196 号立法令实施，包含关于个人信息保护的法典和后续修订。

〔4〕 意大利以 1999 年 5 月 22 日第 185 号立法令实施，该立法令已废止，其中的相关规定被收录于《消费法典》。

〔5〕 意大利以 2000 年 2 月 25 日第 67 号立法令实施，该立法令已废止，其中的相关规定被收录于《消费法典》。

〔6〕 意大利以 2001 年 2 月 2 日第 25 号立法令实施，该立法令已废止，其中的相关规定被收录于《消费法典》。

〔7〕 意大利以 2002 年 月 日第 24 号法律实施，相关规定曾收录于《民法典》第 1519 条第 2 附条至第 1519 条第 9 附条，现已废止，被收录于《消费法典》。

(18) 2001/95/CE 号修订 92/59/CEE 号指令的指令；^{〔1〕}

(19) 2002/65/CE 号关于金融产品跨距离销售的指令；

(20) 2005/29/CE 号关于非诚信的商业行为的指令。

三、意大利消费者保护法的发展和变革

以消费者政策为基础的欧共体法律，极大地推动了意大利消费者保护领域新法的出台和相关研究的开展。20 世纪六七十年代，大学里出现了最早的消费者权利研究中心，他们渐进的努力最终促进了跨越民法、商法、行政法和刑法四大法律部门的消费者保护法作为法学分支的形成。^{〔2〕}同样起步于 20 世纪六七十年代的消费者协会在制度推进和推动消费者权益方面也发挥了重要的作用。

然而，意大利消费者法发展过程中的重大革新始于 1996 年。

（一）消费者定义最早出现在民法典中

根据实施 93/13/CEE 号指令的 1996 年 2 月 6 日第 52 号法律的第 25 条，关于与消费者签订的合同中欺压性条款的规范被收录于《意大利民法典》。^{〔3〕}“消费者”这一词汇第一次在民法典中出现，作为一种看待人的方式、一个群体以及一类重要的市场主体，消费者在确立私人关系的法律文本中得到承认，并被收录于神圣、历史久远、有着坚实文化积淀并经过实践检验的传统立法成果当中。^{〔4〕}

〔1〕 意大利以 2004 年 5 月 21 日第 172 号立法令实施，该立法令已废止，其中的相关规定被收录于《消费法典》。

〔2〕 G. Alpa, *Il Diritto dei Consumatori*, Roma - Bari, 2003, p. 8.

〔3〕 《意大利民法典》第 1469 条 II ~ VI，费安玲等译，中国政法大学出版社 2004 年版，第 350 ~ 355 页。

〔4〕 *Codice del consumo, commentario*, a cura di Guido Alpa e Liliana Rossi Carleo, Edizioni Scientifiche Italiane, 2005, p. 20.