

INFORMAZIONE E AUTO-RESPONSABILITÀ DEL CONSUMATORE FINALE NEL SETTORE ALIMENTARE

Sommario: 1. *Premesse.* – 2. *La tutela del consumatore nel rapporto giuridico con il professionista: origine, ratio e sviluppi dell'obbligo di informazione.* – 3. *La tutela del consumatore nel settore alimentare.* – 4. *Il bilanciamento tra formalismo e principio di autoresponsabilità limiti all'applicabilità nel settore alimentare ed ipotesi di confronto.* – 5. *Conclusioni.*

1. Premesse.

La sentenza della Corte di cassazione 8 luglio 2020 n. 14257¹ () offre lo spunto per riflettere sulla possibilità di applicare al settore del diritto alimentare il principio di autoresponsabilità del consumatore quale principio che consente di bilanciare gli obblighi informativi gravanti sull'operatore del settore alimentare con il principio di autoresponsabilità del “consumatore finale” dell'alimento².

¹ La decisione in questione è stata pubblicata, da ultimo, in *Danno e responsabilità*, 2021, 1, p. 80 e ss, e commentata da A. VOLPATO, Il danno da vacanza rovinata: tra difetto informativo e autoresponsabilità del consumatore, *ibidem*, pp. 82 e ss.

² Ai sensi dell'art. 3, par. 1, del Regolamento (CE) n. 178/2002 «il consumatore finale di un prodotto alimentare che non utilizzi tale prodotto nell'ambito di un'operazione o attività di un'impresa del settore alimentare». La definizione di consumatore finale, dunque, nel settore alimentare è connotata dalla destinazione finale la quale destinazione assume «valore di canone distintivo della disciplina e di criterio di qualificazione delle stesse definizioni». Secondo la dottrina prevalente «si affaccia una nozione più ampia di consumatore, che va al di là della persona fisica, e che travalica il soddisfacimento delle esigenze individuali e familiari» (cfr. M. TAMPONI, *La tutela del consumatore di alimenti: soggetti, oggetti e relazioni*, in *Agricoltura e alimentazione tra diritto, comunicazione e mercato: verso un diritto agrario e agro-alimentare della produzione e del consumo*, Atti del Convegno IDAIC, Firenze, 9-10 novembre 2001, a cura di E. ROOK BASILE - A.

Il caso sottoposto all'esame della Corte di cassazione è quello di due consumatrici che avevano acquistato un viaggio tutto compreso per la Siria e la Giordania. Durante il viaggio le due turiste venivano trattenute per diverse ore alla frontiera siriana dalla polizia a causa di un timbro giordano sul passaporto. In seguito al fermo della polizia, il viaggio riprendeva a spese delle due consumatrici che, dopo essere state nuovamente fermate, riuscivano finalmente a ricongiungersi al gruppo solo dopo qualche giorno. Tornate in Italia, le due turiste decidevano di agire contro l'agenzia viaggi per il risarcimento del danno da vacanza rovinata, sostenendo che l'agenzia non aveva fornito informazioni adeguate e corrette sulle condizioni applicabili al cittadino di uno Stato membro della UE in materia di visto e passaporto per entrare in Siria³.

Le consumatrici lamentavano di aver ricevuto la documentazione solo dopo aver prenotato e pagato il pacchetto di viaggio, quindi successivamente alla conclusione del contratto, in violazione dell'art. 87, comma primo, Codice del Consumo⁴, e di conseguenza deducevano l'inadempimento all'obbligo informativo che avrebbe dovuto essere assolto prima della conclusione del contratto o, in casi di imminente partenza, contestualmente alla stipula⁵.

L'agenzia viaggi, nel costituirsi in giudizio, chiedeva il rigetto della domanda risarcitoria ed eccepeva che le due turiste avevano ricevuto, 5 giorni prima della partenza, un opuscolo informativo che conteneva tutte le informazioni necessarie per il viaggio.

GERMANÒ, Milano 2003, e ancora vedasi F. ALBISINNI, *Strumentario di diritto alimentare Europeo*, p. 142 e ss, 2020, Milano).

³ In particolare, contestavano la violazione degli artt. 87 e 88, D. Lgs. 206/2005 (di seguito, il d.lgs. 206/2005, è Codice del Consumo).

⁴ Art. 87, comma 1, Codice del Consumo: «Nel corso delle trattative e comunque prima della conclusione del contratto, il venditore o l'organizzatore forniscono per iscritto informazioni di carattere generale concernenti le condizioni applicabili ai cittadini dello Stato membro dell'Unione europea in materia di passaporto e visto con l'indicazione dei termini per il rilascio, nonché gli obblighi sanitari e le relative formalità per l'effettuazione del viaggio e del soggiorno»

⁵ Art. 87, comma 3, Codice del Consumo.

La Corte di cassazione, con la sentenza citata, ha ritenuto corretta la decisione dei due giudici di merito e, pur ritenendo non provato il danno ed il nesso di causalità tra danno lamentato e condotta del professionista, ha affermato la necessità di un bilanciamento tra il “dogma consumieristico” che pone il “consumatore”⁶ in una situazione di presunta assoluta debolezza con il principio di “auto-responsabilità del consumatore”⁷, che impone al consumatore medesimo un esercizio ed uso responsabile e positivo dei propri diritti e delle informazioni pervenutegli.

Ne consegue che il consumatore che ha ricevuto adeguate informazioni non può rivendicare il diritto al risarcimento del danno se, per negligenza, non utilizza gli strumenti che sono posti a sua tutela dalla legge⁸.

Prima ancora di ragionare sulla possibilità di applicare al settore alimentare i principi che si possono ricavare dalla lettura della sentenza sopra citata, si procederà ad un sintetico inquadramento sistematico delle norme poste a tutela del consumatore.

⁶ La cui definizione, ai sensi dell'art. 3, comma 1, lett. *a*, Codice del Consumo, è «la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta».

⁷ La Corte di cassazione (sez. III, sentenza del 15 febbraio 2018, n. 3692) aveva già affrontato il tema della auto-responsabilità del consumatore con riferimento alla conformità del prodotto ai livelli di sicurezza, statuendo che «costituisce declinazione del principio di autoresponsabilità che incombe su tutti i potenziali utenti, i quali, se resi edotti in modo idoneo – con avvisi chiari e leggibili – non possono imputare alcuna responsabilità a persone terze» (nel caso in esame, l'anomalia della presenza di un metallo noto come sensibilizzante da contatto e causa di allergie in un fazzolettino di carta «destinato per sua natura a venire a contatto con la pelle, il naso o la bocca degli individui» è stato ritenuto fatto «sicuramente idoneo a provocare un danno all'uomo», con conseguente obbligo di risarcimento del danno derivante a causa del suo uso).

⁸ Nel caso sottoposto alla Corte di cassazione, è emerso che le due turiste non avevano provato di non aver potuto visionare le informazioni contenute nell'opuscolo consegnato anteriormente al viaggio e, pertanto, non risultava provato il nesso causale tra l'inesatto adempimento ed i danni lamentati perché avrebbero potuto recedere dal contratto di viaggio immediatamente prima della partenza proprio in ragione del fatto che le informazioni erano state loro consegnate prima del viaggio.

2. La tutela del consumatore nel rapporto giuridico con il professionista: origine, ratio e sviluppi dell'obbligo di informazione.

Le norme che tutelano il consumatore nell'attività contrattuale sono state introdotte in Italia attraverso il recepimento di principi comunitari che, fin dagli anni Settanta, hanno portato al riconoscimento dei diritti del consumatore nel novero dei cosiddetti "valori comuni" degli Stati membri.

Il legislatore italiano ha recepito una serie di norme finalizzate ad offrire una particolare tutela al consumatore nei confronti del "professionista"⁹ che, solitamente, è in grado di dettare unilateralmente le regole del rapporto negoziale.

Non solo: il rapporto consumatore – professionista vede quest'ultimo in una posizione di superiorità rispetto al primo, in considerazione del fatto che, in fase di contrattazione - per il proprio ruolo e la conoscenza del prodotto/servizio offerto – si trova in posizione di vantaggio (soprattutto) informativo.

Si è così creata una disciplina "speciale" per determinate tipologie negoziali (ad esempio: vendita a distanza, di prodotti assicurativi e bancari e, come nel caso affrontato dalla Corte di Cassazione sopra citata, di pacchetti turistici¹⁰), disciplina che è stata recepita nel Codice del Consumo seguendo il seguente *fil rouge*: il consumatore – versando in una posizione di debolezza – è sempre meritevole di protezione soprattutto quando il professionista non garantisce una completa informazione sulle caratteristiche e qualità, sicurezza e modalità di utilizzo dei prodotti o servizi offerti in vendita.

⁹ La definizione di professionista, ai sensi dell'art. 3, comma 1, lett. c, Codice del Consumo è «la persona fisica o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale o professionale, ovvero un suo intermediario».

¹⁰ Ai sensi dell'art. 84, comma 1, Codice del Consumo, «I pacchetti turistici hanno ad oggetto i viaggi, le vacanze ed i circuiti tutto compreso, risultanti dalla prefissata combinazione di almeno due degli elementi di seguito indicati, venduti od offerti in vendita ad un prezzo forfetario, e di durata superiore alle ventiquattro ore ovvero comprendente almeno una notte: a) trasporto; b) alloggio; c) servizi turistici non accessori al trasporto o all'alloggio di cui all'articolo 86, lettere i) e o), che costituiscano parte significativa del pacchetto turistico».

Per salvaguardare meglio i diritti del consumatore-parte debole, l'informazione deve avere il fine di indicare chiaramente gli strumenti di tutela negoziale, in modo da consentirgli l'esercizio del diritto di recesso, riconoscergli il diritto al risarcimento del danno o la facoltà di chiedere l'annullamento e/o la dichiarazione di inefficacia del contratto o di alcune sue clausole.

L'esame delle disposizioni normative che presidiano l'obbligo di informazione¹¹ porta alla conclusione che l'elemento della corretta e completa informazione al consumatore sia essenziale nell'economia del rapporto giuridico tra professionista e consumatore, sia per quanto riguarda la forma (essenzialmente scritta) sia per le modalità di trasmissione dell'informazione sia per il momento in cui il consumatore deve essere informato.

In questo contesto, prima che la Corte di cassazione pubblicasse la decisione in commento, sembrava essersi affermato il *principio formalistico*, secondo cui il mancato rispetto degli obblighi informativi (sia nella forma che nei tempi) fosse sempre sanzionabile, a prescindere da un effettivo e concreto pregiudizio.

L'obbligo di informazione è imposto al professionista nella fase precontrattuale e nella fase di esecuzione/conclusione del contratto: il consumatore che non riceve l'informazione corretta avrebbe titolo per ottenere la risoluzione del contratto ed il risarcimento del danno.

Seguendo questa impostazione, il consumatore avrebbe sempre ragione, anche se la mancanza di informazioni ed il loro trasferimento tempestivo fosse solo "nominale": il danno ed il pregiudizio risarcibile si integrerebbe in altri termini ogni qualvolta l'informazione non pervenga nella sfera di conoscibilità del consumatore, o pervenga in forma incompleta o tardiva, senza valutare quale sia «*la capacità o la possibilità di utilizzare a suo vantaggio le informazioni avute (...)*»¹².

¹¹ Cfr., tra gli altri, gli artt. 5 comma 3, 6 e 7, 13, 48, 49, 50, 85, 86 e 87, Codice del Consumo.

¹² Per una sintesi critica delle questioni riguardanti l'obbligo informativo e il principio di autoresponsabilità, si rimanda ad A. VOPLATO, *cit.*, p. 87.

3. La tutela del consumatore nel settore alimentare.

Anche la disciplina che tutela il consumatore del prodotto alimentare trova la sua fonte ed origine in norme di diritto comunitario: i Regolamenti europei, infatti, disegnano un sistema di protezione nel quale il dovere di fornire una informazione corretta e completa assume un rilievo fondamentale. L'informazione del consumatore finale, nell'ambito del diritto alimentare, trova la sua disciplina fondamentale nel Regolamento (CE) n. 178/2002 e nel Regolamento (UE) n. 1169/2011¹³ che hanno introdotto una disciplina uniforme con lo scopo di definire i principi generali, i requisiti e le responsabilità in tema di informazioni sugli alimenti, fissando specifici obblighi e responsabilità in capo all'operatore del settore alimentare¹⁴.

La normativa europea in ambito alimentare prevede che l'informazione debba essere veicolata e messa a disposizione del consumatore finale mediante l'etichetta, «*altri materiali di accompagnamento o qualunque altro mezzo, compresi gli strumenti della tecnologia moderna o la comunicazione verbale*»¹⁵.

La corretta informazione assume un ruolo fondamentale nel settore alimentare perché: (a) da un lato, è elemento cruciale per la sicurezza alimentare¹⁶ e, (b) dall'altro lato, è l'elemento che consen-

¹³ Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 25 ottobre 2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, che modifica i Regolamenti (CE) n. 1924/2006 e (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la direttiva 87/250/CEE della Commissione, la direttiva 90/496/CEE del Consiglio, la direttiva 1999/10/CE della Commissione, la direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 2002/67/CE e 2008/5/CE della Commissione e il regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione.

¹⁴ Ai sensi dell'art. 3, par. 1, n. 3 del Regolamento (CE) n. 178/2002, è «operatore del settore alimentare» «la persona fisica o giuridica responsabile di garantire il rispetto delle disposizioni della legislazione alimentare nell'impresa alimentare posta sotto il suo controllo».

¹⁵ Cfr. art. 2 par. 2, lett. a, Regolamento (UE) n. 1169/2011.

¹⁶ Recentemente anche la Corte di giustizia del 1° ottobre 2020 nella causa C-485/18, *Groupe Lactalis c. Premier ministre e altri*, con riferimento ad un caso in

te al consumatore scelte consapevoli per la sua salute, nutrizione, benessere fisico e psichico, per evitare frodi sulla composizione e provenienza dei prodotti e, secondo recente dottrina, anche per le scelte di carattere etico e sociale¹⁷.

Solo con la corretta informazione il consumatore può rendersi conto che il cibo scelto è proprio quello che desidera comprare ed è proprio quello adatto alle sue esigenze e/o necessità¹⁸.

Gli obblighi informativi, dunque, hanno lo scopo di riequilibrare le posizioni delle parti e garantire al consumatore di prendere coscienza e conoscenza di tutti i dati e notizie necessarie per poter operare scelte consapevoli.

La corretta e compiuta informazione, inoltre, risulta essere una componente cruciale della stessa sicurezza alimentare ed assume un'importanza rilevante anche per la tutela della concorrenza¹⁹ oltre che per la correttezza degli scambi²⁰.

cui si dibatteva dell'indicazione in etichetta del luogo di origine del latte, ha avuto modo di affermare che «Ai sensi del regolamento (CE) n. 178/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 gennaio 2002, che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare (GU 2002, L 31, pag.1), la legislazione alimentare si prefigge, quale principio generale, di costituire una base per consentire ai consumatori di compiere scelte consapevoli in relazione agli alimenti che consumano e di prevenire qualunque pratica in grado di indurre in errore il consumatore». Cfr., sul punto, V. RUBINO, *Crónica de una muerte anunciada? The ECJ judgment Lactalis and what's left of the "made in" question in the European Union*, in *Revista de Derecho Comunitario Europeo*, 2021, pp. 310 ss.

¹⁷ Sulla rilevanza degli intenti etici nella scelta del cibo e nell'orientamento dei consumi alimentari, si rimanda al recente articolo di L. BAIRATI, *L'etica del consumatore nella governance globale del cibo*, in *RDA*, IV Trim 2020, pag. 21 e ss.

¹⁸ Sugli obblighi di trasparenza e di informazione si veda anche, per maggiori dettagli, F. ALBISINNI, *Strumentario di diritto alimentare europeo*, cit., p. 123 e ss.

¹⁹ In tale senso anche G. RUSCONI - O. CESANA, *Etichettatura*, in AA.VV. a cura di G. RUSCONI, *Diritto alimentare*, Milano 2017.

²⁰ Sul tema dell'informazione si richiama anche A. GENOVESE, *Informazioni sugli alimenti e sicurezza dei prodotti nel dialogo tra corti europee e giudici nazionali – il caso della vendita di pane “a cottura frazionata”*, in *RDA*, n. 1/2021, pagg. 99 e ss. L'Autrice, in particolare, precisa che «Attraverso la previsione di informa-

4. Il bilanciamento tra formalismo e principio di autoresponsabilità: limiti all'applicabilità nel settore alimentare ed ipotesi di confronto.

Il formalismo che è stato previsto dalla normativa consuméristica impone di considerare qualsiasi deficit informativo come censurabile in quanto pregiudica la parte debole del contratto (il consumatore rispetto al professionista).

L'assenza di informazione o il ritardo/incompletezza nel fornire l'informazione innesca sempre una tutela²¹ a favore del consumatore ma, nel caso sopra richiamato (cfr. par. 1), la Corte di cassazione ha ritenuto che la tutela del consumatore debba trovare bilanciamento con il principio di "auto-responsabilità".

Ad avviso della Corte di cassazione²² la mancanza di informa-

zioni di natura obbligatoria (artt. da 9 a 35) e di natura volontaria (artt. 36, 37), la misura si propone di assicurare scelte alimentari sicure, consapevoli e razionali, nel rispetto di considerazioni sanitarie, economiche, ambientali, sociali ed etiche. Le informazioni sugli alimenti sono peraltro assistite non solo da obblighi quantitativi ma anche "qualitativi" riferiti alle modalità precise, chiare, facilmente comprensibili con cui devono essere fornite le stesse (arg. ex art. 7 reg. recante "pratiche leali d'informazione") del resto, l'art. 2 del codice dei consumatori (d.lgs. n. 206/2005) riconosce tra i diritti fondamentali dei consumatori quello "ad un'adeguata informazione e ad una corretta pubblicità".

²¹ Da intendersi come compensazione di un danno o attribuzione di un diritto di ripensamento e/o recesso con ripetizione delle prestazioni già eseguite (nei limiti previsti dalla legge).

²² A sostegno della propria decisione la Corte di cassazione richiama la giurisprudenza comunitaria laddove ha affermato che «occorre rilevare che la nozione di «misure appropriate per la tutela dei consumatori» cui rinvia l'art. 4, terzo comma, della direttiva sulla conclusione di contratti a domicilio mostra che il legislatore nazionale ha voluto dare a tali misure una portata uniforme a livello comunitario. Il termine «appropriate» contenuto in tale disposizione, mostra che le dette misure non mirano ad una tutela assoluta dei consumatori. Infatti, il margine di discrezionale di cui dispongono gli Stati membri dev'essere esercitato in conformità sia dell'obiettivo principale della direttiva sulla conclusione di contratti a domicilio sia delle altre disposizioni della stessa» cfr. la sentenza della Corte di giustizia UE, causa C-412/06, *Annelore Hamilton c. Volksbank Filder eG*, ECLI:EU:C:2008:215).

zioni o, meglio, la tardiva informazione²³ non sempre attribuisce il diritto al risarcimento del danno.

In definitiva, al puro formalismo, la Corte di cassazione contrappone l'esigenza di bilanciare gli obblighi informativi del professionista con quelli di correttezza del consumatore (agire in buona fede durante l'intera esecuzione del rapporto contrattuale – cfr. artt. 1175 e 1375 cod. civ.). Potremmo anche concludere – utilizzando termini meno tecnici – che “il consumatore non ha sempre ragione”²⁴.

Autoresponsabilità del consumatore, pertanto, nel contesto in cui si è espressa la Corte di cassazione, non significa che il consumatore deve attivarsi per reperire le informazioni inerenti al servizio e/o prodotto acquistato ma, significa che il consumatore deve recepire ciò che gli viene trasmesso seppure tardivamente e, di conseguenza, agire per la sua tutela²⁵.

Il principio di autoresponsabilità del consumatore può, dunque, trovare applicazione anche nel settore alimentare? Può, l'interprete affermare che anche nel settore alimentare è possibile bilanciare autoresponsabilità del consumatore e formalismo infor-

²³ Intesa anche come non tempestiva o non corretta informazione.

²⁴ In dottrina, il prof. IRTI aveva già chiarito che «il diritto dei consumatori si delinea come una disciplina di informazioni (...) Il regime giuridico delle informazioni costituisce fondamento, insieme, di responsabilità dell'impresa, che le rifiuti o le alteri, e di auto-responsabilità del consumatore» (cfr. N. IRTI, *La concorrenza come statuto normativo*, in AA.VV. a cura di B. CARPINO, *Scritti in onore di Giovanni Galloni*, Vol. II, Roma, Ed. Tellus, 2001, pp. 942-943).

²⁵ In realtà, come correttamente rilevato anche da A. VOLPATO, *cit.*, pag. 87 «occorre indulgiare sull'effettivo ruolo degli apporti del Supremo Collegio nel caso concreto, atteso che già la ricordata interruzione del nesso causale (corrente tra la tardività dell'informazione e il pregiudizio arrecato), verosimilmente parrebbe da sola sufficiente a chiudere e racchiudere il discorso nel suo complesso. Il che appare tanto più vero dal momento che, come rilevato dall'estensore della sentenza gravata, la ricorrente non avrebbe provveduto né a provare né tantomeno ad allegare uno o più ragioni tali da qualificare il danno come causalmente riconducibile al ritardo informativo (...) omissis (...) Ebbene, a disattendere l'indiscriminata ammissibilità del risarcimento del danno al ricorrere ipso facto di una negligenza sarebbero ben sufficienti, allora, i noti principi della responsabilità civile (nel combinato disposto, sul piano processuale, con l'art. 2697 c.c.) (...)».

mativo che i Regolamenti Europei impongono all'Operatore del settore alimentare?

A ben vedere, è difficile applicare al settore alimentare il principio espresso dalla Corte di cassazione sia perché le norme positive non lasciano alcuno spazio per mitigare l'obbligo informativo posto a carico dell'operatore del settore alimentare sia perché le dinamiche attraverso le quali si svolge il rapporto contrattuale tra operatore del settore alimentare e consumatore finale non lo consentono.

Se l'operatore del settore alimentare dovesse fornire anche tardivamente²⁶ un'informazione (obbligatoria) sulla composizione di un alimento difficilmente potrebbe andare esente da responsabilità civili ancora più difficilmente potrebbe liberarsi dalle responsabilità previste dalla attuale legislazione che integrano anche la commissione di reati ed illeciti amministrativi.

Il professionista/operatore del settore alimentare deve necessariamente trasmettere tutte le informazioni obbligatorie²⁷ in modo chiaro e completo prima dell'immissione alla vendita in modo da consentire al consumatore finale di conoscere quale prodotto acquista e quale sia la sua natura, ingredienti, modalità di conservazione e uso²⁸. L'operatore del settore alimentare, a differenza di quanto accade per il professionista che vende pacchetti turistici, risponde sempre ed in ogni caso per aver omesso e/o tardato la comunicazione di informazioni obbligatorie e rilevanti.

Limitandoci alle questioni civilistiche, in ragione di quanto emerge dalla lettura delle norme di settore e della giurisprudenza anche comunitaria, nel settore alimentare non pare poter trovare

²⁶ Tardivamente in relazione alla immissione nel mercato del prodotto alimentare o della sostanza/ingrediente

²⁷ Per quanto riguarda le informazioni obbligatorie, si rimanda agli artt. 4, 9 e ss del Regolamento (UE) n. 1169/2011.

²⁸ All'operatore del settore alimentare è imposto l'obbligo di informare correttamente il consumatore circa la natura dell'alimento e di evidenziare l'esistenza di rischi per la salute del consumatore anche attraverso l'indicazione di specifiche sostanze e/o ingredienti.

spazio il principio di autoresponsabilità del consumatore²⁹ per come sancito dalla sentenza della Corte di cassazione sopra richiamata.

Se è vero che il dettato normativo non consente di andare oltre il rigido formalismo e la stretta osservanza dell'obbligo informativo, è anche vero che il consumatore finale ha l'onere di improntare la sua condotta a lealtà e collaborazione con la conseguenza che deve evitare l'acquisto di prodotti per lui dannosi o non adatti al proprio consumo o a quello dei membri della propria famiglia (si pensi al consumo di bevande alcoliche da parte di donne incinta o di soggetti che assumono particolari farmaci, all'abuso di alcool, all'acquisto di un prodotto che contiene ingredienti per i quali il consumatore è consapevole di essere allergico o, ancora, all'acquisto di un prodotto alimentare inadatto ai lattanti ma adatto ai bambini).

La responsabilità dell'operatore del settore alimentare in materia di informazioni al consumatore finale può essere esclusa, dunque, nell'ipotesi in cui il consumatore tenga delle condotte non collaborative e non corrette.

Il consumatore ha l'onere di leggere le informazioni fornite ed agire in buona fede evitando di assumere ed ingerire sostanze per lui dannose ma, letto in questi termini, il principio di autorespon-

²⁹ Per chiarire meglio il concetto si possono ipotizzare due diverse fattispecie ovvero: la vendita di prodotti confezionati e la somministrazione di alimenti in ristorante. Nella vendita di prodotti confezionati, riesce difficile anche comprendere come l'operatore del settore alimentare possa fornire una informazione (obbligatoria) tardivamente ma in tempo utile perché il consumatore la usi a sua tutela. Nella somministrazione di alimenti all'interno di un ristorante, invece, l'informazione (obbligatoria) tardiva potrebbe essere conosciuta dal consumatore prima del consumo dell'alimento in modo da consentire allo stesso di risolvere il rapporto contrattuale e non acquistare e/o chiedere la sostituzione dell'alimento con altro che abbia caratteristiche diverse. In entrambe i casi, tuttavia, l'applicazione del principio di autoresponsabilità non potrebbe mai incidere sulla responsabilità dell'operatore del settore alimentare che, in base alle norme positive, è sempre responsabile per qualsiasi informazione carente ed intempestiva tanto che è soggetto a sanzioni (anche di natura penale) indipendenti dalla esistenza di un danno al consumatore.

sabilità si traduce in un obbligo di diligenza ed in una questione che attiene principalmente alle teorie generali sviluppatesi in relazione all'art. 1227 c.c. e 2056 c.c.³⁰.

Ricevute tutte le informazioni in modo chiaro e completo, il consumatore è autoresponsabile nel senso che egli ha l'onere di usare l'alimento avuto riguardo al suo stato di salute, al suo stile di vita ed alle sue condizioni fisiche nel momento in cui assume l'alimento.

In questo contesto, a titolo meramente esemplificativo³¹, si ritiene utile richiamare l'attenzione anche sul recente regolamento d'uso del marchio *Nutrinform Battery* (cfr. Regolamento d'uso pubblicato dal (MIFAP³²). Nel disciplinare l'uso del predetto marchio (uso non obbligatorio ma volontario), il regolamento impone agli operatori del settore alimentare numerose regole circa le informazioni che vengono fornite al consumatore finale ma, allo stesso tempo, si specifica che «Il consumatore dovrà quindi stare attento a non “riempire” più del necessario la batteria corrispondente ai singoli nutrienti, tenendo conto degli altri alimenti, e quindi nutrienti e calorie, consumati nell'arco della giornata» (cfr. pag. 1 par. 1 del regolamento).

La lettura di tale disposizione regolamentare ci consente di affermare che il consumatore ha comunque l'onere di collaborare, agire responsabilmente e tenere conto degli altri alimenti ingeriti

³⁰ Sotto questo profilo si veda A. VOLPATO, *cit.*, di cui si condivide la conclusione secondo cui la categoria dell'autoresponsabilità non trova un autonomo spazio normativo e non è neppure univocamente definita dalla dottrina e dalla giurisprudenza. Il parere dell'Autore, che si condivide pienamente, è che la questione della autoresponsabilità si risolve nell'applicazione delle norme contenute nel codice civile in materia di risarcimento del danno e di nesso di causalità.

³¹ Senza entrare nel merito di temi come quello dell'educazione alimentare che potrebbe in qualche modo toccare i temi dell'informazione e dell'autoresponsabilità.

³² Si rimanda al sito <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/16147>. Per un ampio commento sull'etichetta nutrizionale si rimanda a V. PULLINI, L'etichettatura nutrizionale front-pack: la «*Nutrinform Battery*» italiana e il «*Nutri Score*» francese, in questa *Rivista*, 2021, n. 1, pp. 35 e ss.

nell'arco della giornata. Sotto tale aspetto si potrebbe affermare l'esistenza del principio di autoresponsabilità del consumatore ma questo solo a condizione che l'operatore del settore alimentare fornisca tutte le informazioni utili a conoscere il prodotto che viene acquistato, le sue caratteristiche organolettiche e nutrizionali previste dal regolamento sopra citato.

5. Conclusioni.

Nel diritto alimentare, anche per gli interessi pubblicitari in gioco, prevale il formalismo e l'integrale adempimento del dovere di informazione da parte dell'operatore del settore alimentare.

Le norme dei Regolamenti Europei non lasciano spazio per bilanciare l'obbligo di fornire un'informazione completa e tempestiva a carico dell'operatore del settore alimentare con il principio di autoresponsabilità.

Se il consumatore finale viene messo nelle condizioni di conoscere (agevolmente e in modo chiaro e completo) gli ingredienti utilizzati, le sostanze potenzialmente dannose e le modalità d'uso dell'alimento (ivi comprese quelle relative alla conservazione e preparazione), l'operatore del settore alimentare potrebbe essere sollevato da eventuali responsabilità per danno ove venga provata la negligenza del consumatore finale nell'uso e/o nella mancata attenzione alla presenza di ingredienti dannosi e/o nel mancato rispetto delle indicazioni fornite dall'operatore del settore alimentare.

Il consumatore finale non può lamentare alcun danno nell'ipotesi in cui non faccia attenzione (per sua negligenza) alle informazioni ed alle indicazioni fornite dall'operatore del settore alimentare.

È, dunque, vero che il consumatore finale è il soggetto da proteggere rispetto alle "aggressioni" che possono provenire

dall'esterno o che egli stesso può autoinfliggersi³³ a causa di mancanti, errate, incomplete e/o tardive informazioni. Dall'altra parte è anche vero che il consumatore finale riveste un ruolo fondamentale nella sicurezza del prodotto alimentare e nelle scelte di consumo con la propria condotta consapevole ed informata.

Il consumatore che riceve tutte le informazioni in modo corretto e tempestivo è in grado di scegliere il prodotto che rispecchia effettivamente le sue preferenze, specialmente in relazione a prodotti, come quelli alimentari, che contribuiscono, se usati in modo responsabile, al mantenimento di un buon stato di salute psico-fisica.

In conclusione: il principio – affermato con la sentenza della Corte di cassazione n. 14257 del 8 luglio 2020 – secondo cui il mancato rispetto degli obblighi informativi da parte del professionista debba essere bilanciato con il principio di autoresponsabilità del consumatore pare inapplicabile o, quanto meno, difficilmente applicabile al diritto alimentare.

Pietro Floris

ABSTRACT:

Partendo da una recente sentenza della Corte di cassazione in materia di danno da vacanza rovinata, l'elaborato affronta sinteticamente il tema dell'informazione del consumatore finale del prodotto alimentare.

In particolare, l'Autore indaga sulla possibilità di applicare al settore alimentare il principio di autoresponsabilità del consumatore che è stato ritenuto applicabile per il consumatore di pacchetti turistici dalla sentenza della Corte di cassazione n. 14257 del 8 ottobre 2021.

³³ Si pensi alla protezione dalla scorretta alimentazione, come ad esempio l'obesità o l'alcolismo.

EN:

Starting from a recent judgment deposited by the Italian Supreme Court (Corte di cassazione) about a damage arising from a ruined holiday, this paper analyses briefly the issue of information for the final consumer of a foodstuff.

Particularly, Author investigates the possibility of applying to the food sector the principle of consumer self-responsibility which was deemed applicable to the consumer of tourist packages by the judgment of the Supreme Court no. 14257 of 2021, 8th October.

PAROLE CHIAVE:

Informazioni al consumatore – principio di autoresponsabilità - responsabilità contrattuale – risarcimento del danno.

Information to consumer – self-responsibility principle – damages – contractual liability

