

**CONSUMITY**

# Mini manuale di autodifesa sul diritto di recesso

Studio e analisi normativa

Anno 2026 - Edizione digitale ad accesso diretto - Consumity

<b>MINI-MANUALE DI AUTODIFESA SUL DIRITTO DI RECESSO.....</b>	<b>4</b>
Guida Investigativa e Legale per il Consumatore e il Merchant (Edizione 2026).....	4
Modulo 1: Introduzione e Fonti Normative.....	4
1.1 Il Quadro Normativo Europeo e Nazionale.....	4
1.2 Natura Giuridica e Principio di Irrinunciabilità.....	4
1.3 Ambito Soggettivo di Applicazione: B2C vs B2B.....	5
1.4 La Casistica Speciale del "Click & Collect".....	5
1.5 La Rivoluzione Tecnologica dell'Articolo 54-bis (Pulsante di Recesso).....	5
Modulo 2: Il Calcolo Matematico e Legale dei Termini.....	6
2.1 La Determinazione del Dies a Quo per Categoria di Business.....	6
2.2 Criteri di Calcolo del Calendario Europeo (Regolamento n. 1182/71).....	7
2.3 Effetti Civili dell'Omessa Informativa e la Sanatoria Tardiva.....	8
2.4 Criteri di Conformità UX/UI per lo Sviluppo del Pulsante ex Art. 54-bis.....	8
Modulo 3: Il Caso Specifico del Dropshipping Opaco e i Doveri dei Merchant Shopify.....	9
3.1 Sdoppiamento Logistico e Responsabilità Esclusiva del Merchant.....	9
3.2 Disciplina delle Spese di Restituzione (Art. 57, comma 1).....	10
3.3 Scenari Precontrattuali e Assegnazione dei Costi di Spedizione del Reso.....	10
3.4 Obblighi di Trasparenza Geografica e Divieto di "Restocking Fee".....	11
3.5 Il Divieto di Ostruzionismo Logistico sull'Indirizzo Asiatico.....	11
Modulo 4: Servizi Digitali, SaaS e Abbonamenti.....	11
4.1 Inquadramento delle Transazioni Dematerializzate.....	12
4.2 Le Eccezioni al Recesso e i Requisiti di Opt-In Informato.....	12
4.3 Interazione con il GDPR: Gestione dei Dati e Portabilità Gratuita.....	13
4.4 Rinnovi Automatici e Calcolo del Rimborso in Regime di Pro-Rata.....	13
4.5 La Disciplina dei Periodi di Prova (Trial) con Conversione Automatica.....	13
4.6 Matrice di Sintesi per i Modelli di Business Digitali.....	14
Modulo 5: L'Elenco Tassativo delle Eccezioni.....	15
5.1 Beni Confezionati su Misura o Chiaramente Personalizzati (Lett. c).....	15
5.2 Beni Sigillati per Motivi Igienici o Sanitari (Lett. e) e la Sentenza Slewo.....	16
5.3 Le Conseguenze Civili dell'Esclusione Abusiva del Recesso.....	17
5.4 Aste Telematiche contro Aste Pubbliche (Lett. m).....	17
5.5 Matrice Comparativa delle Eccezioni (Art. 59).....	18
Modulo 6: La Procedura di Esercizio.....	19
6.1 Il Principio della Massima Libertà delle Forme.....	19
6.2 L'Allocazione dell'Onere della Prova.....	20
6.3 Gli Obblighi Logistici del Consumatore e il Vettore.....	20
Modulo 7: Il Diritto al Rimborso Totale e la Gestione dei Costi di Spedizione.....	20
7.1 Gli Obblighi Finanziari del Merchant.....	21
7.2 Il Diritto di Ritenzione (Right of Retention).....	21

7.3 Il Chargeback Bancario come Strumento di Autotutela Coatta.....	21
7.4 La Strategia di Difesa del Merchant (Representment).....	22
7.5 Responsabilità degli Intermediari e Giurisprudenza ABF.....	23
7.6 Confronto Strutturale dei Meccanismi di Rimborso.....	23
7.7 Analisi Documentale dei Provvedimenti Sanzionatori AGCM.....	24
Modulo 8: Modelli di Testo Pronti e Checklist di Verifica Pre-Invio.....	26
8.1 Modello 1: Comunicazione di Recesso Standard per Beni Fisici.....	26
8.2 Modello 2: Contestazione per Imposizione Indirizzo Extra-UE (Dropshipping).....	27
8.3 Checklist di Verifica Pre-Invio per il Consumatore.....	28

# MINI-MANUALE DI AUTODIFESA SUL DIRITTO DI RECESSO

## Guida Investigativa e Legale per il Consumatore e il Merchant (Edizione 2026)

### Modulo 1: Introduzione e Fonti Normative

Il diritto di recesso (storicamente definito "diritto di ripensamento") rappresenta lo strumento cardine per il superamento dell'asimmetria informativa e negoziale che caratterizza i contratti stipulati a distanza o fuori dei locali commerciali. Esso costituisce il pilastro fondamentale della tutela del consumatore all'interno del mercato digitale.

#### 1.1 Il Quadro Normativo Europeo e Nazionale

La disciplina sul diritto di recesso trae la sua fonte primaria nell'ordinamento dell'Unione Europea e si articola attraverso passaggi normativi progressivi:

- **Direttiva Europea 2011/83/UE:** Fonte originaria sui diritti dei consumatori.
- **Direttiva Omnibus (UE) 2019/2161:** Ha profondamente emendato la normativa precedente per adeguarla all'evoluzione dei modelli di business digitali e potenziarne l'impianto protettivo.
- **Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del Consumo):** Rappresenta il recepimento formale nell'ordinamento italiano, strutturato specificamente all'interno degli articoli 52 e seguenti.

#### 1.2 Natura Giuridica e Principio di Irrinunciabilità

Sotto il profilo sistematico e dogmatico, il recesso si configura come un **diritto potestativo unilaterale e irrinunciabile**. Il consumatore può sciogliere il vincolo contrattuale per sua sola e insindacabile volontà, ripristinando lo *status quo ante* senza dover fornire alcuna motivazione al venditore e senza subire alcuna penalità economica.

**Articolo 143 del Codice del Consumo:** Vieta qualsiasi deroga peggiorativa ai diritti del consumatore. Qualsiasi clausola contrattuale inserita nelle condizioni generali di vendita di un sito e-commerce che mini, limiti, condizioni o escluda l'esercizio del recesso è colpita da **nullità**

**assoluta di protezione.** Tale nullità è rilevabile d'ufficio dal giudice e azionabile a esclusivo vantaggio del consumatore; il contratto rimane valido per il resto, ma la clausola restrittiva viene considerata legalmente come mai apposta.

### 1.3 Ambito Soggettivo di Applicazione: B2C vs B2B

La normativa stabilisce una demarcazione netta basata sulle qualità giuridiche dei contraenti:

- **Rapporti B2C (Business to Consumer):** Ambito in cui si conserva ed attiva esclusivamente la protezione legale. Il consumatore è definito come la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta. Solo questa figura beneficia dei termini protettivi di legge.
- **Rapporti B2B (Business to Business):** Transazioni concluse tra professionisti, ovvero persone fisiche o giuridiche che agiscono nell'esercizio della propria attività imprenditoriale o professionale. L'indicazione della **Partita IVA** in fase di fatturazione o l'acquisto effettuato a nome di una società escludono automaticamente l'applicazione del Codice del Consumo. In questo ambito trova applicazione la disciplina generale del codice civile in materia di contratti e di recesso convenzionale, le cui clausole sono ampiamente derogabili dalle parti nell'esercizio dell'autonomia contrattuale. Nelle transazioni B2B l'acquirente non dispone del diritto di recesso legale, salvo che il venditore non lo conceda a livello puramente contrattuale e facoltativo.

### 1.4 La Casistica Speciale del "Click & Collect"

La modalità logistica del *Click & Collect* (ordine online con ritiro e pagamento fisici in negozio) segue regole differenziate a seconda della natura del soggetto:

1. **Acquirente Professionista (B2B):** Il recesso legale è escluso a priori dall'inserimento della Partita IVA, indipendentemente dalle modalità di consegna.
2. **Acquirente Consumatore Privato (B2C):** Se il sito web effettua una mera prenotazione non vincolante e il contratto si conclude materialmente in negozio al momento del pagamento, non si configura un "contratto a distanza", venendo meno il presupposto dell'acquisto "alla cieca". Se invece il contratto si è perfezionato telematicamente a distanza, la fase di ritiro in negozio rappresenta una mera modalità logistica esecutiva. Di conseguenza, il consumatore conserva integralmente il diritto di recedere entro i 14 giorni successivi all'effettivo ritiro fisico del bene presso il punto vendita.

## 1.5 La Rivoluzione Tecnologica dell'Articolo 54-bis (Pulsante di Recesso)

A decorrere dal **19 giugno 2026**, la gestione del diritto di ripensamento subisce una trasformazione strutturale radicale con l'introduzione dell'**articolo 54-bis del Codice del Consumo** (derivante dal D.Lgs. 31 dicembre 2025, n. 209, che recepisce la Direttiva UE 2023/2673). Il recesso cessa di essere una mera clausola informativa testuale confinata nelle condizioni generali di contratto per tramutarsi in un **requisito tecnico obbligatorio dell'interfaccia digitale**.

Per tutti i contratti B2C conclusi a distanza tramite piattaforme web, e-commerce, applicazioni mobili o interfacce SaaS, non è più legalmente ammesso obbligare il consumatore a:

- Inviare un'e-mail generica al servizio clienti o compilare moduli di contatto liberi.
- Compilare, firmare o scansionare manualmente moduli cartacei o file PDF esterni.
- Spedire raccomandate A/R o utilizzare caselle di Posta Elettronica Certificata (PEC).

Se un contratto viene stipulato mediante un'interfaccia online, lo scioglimento dello stesso deve poter essere eseguito attraverso lo stesso canale digitale con pari immediatezza, simmetria e semplicità. L'architettura IT del sito o dell'applicazione deve integrare nativamente una specifica funzione interattiva guidata.

## Modulo 2: Il Calcolo Matematico e Legale dei Termini

La determinazione dell'asse temporale entro cui esercitare il recesso risponde a stringenti requisiti di computo che variano in funzione della compliance informativa del merchant e della natura del modello di business.

### 2.1 La Determinazione del Dies a Quo per Categoria di Business

Il termine ordinario per l'esercizio del diritto di recesso è di **14 giorni di calendario**. Il momento esatto in cui questo periodo inizia a decorrere (*dies a quo*) è differenziato in base alla struttura tecnica della prestazione contrattuale:

Tipologia di Contratto / Situazione	Decorrenza Iniziale (Dies a quo)	Termine Ordinario (Compliance)	Effetto Scadenza su Giorno Festivo (Dies ad
-------------------------------------	----------------------------------	--------------------------------	---

			<b>quem)</b>
<b>Contratti di Servizi / Cloud / SaaS</b>	Giorno della conclusione formale del contratto online.	14 giorni di calendario.	Proroga automatica al primo giorno lavorativo successivo.
<b>Vendita di Bene Fisico Singolo</b>	Giorno in cui il consumatore (o un terzo da lui designato, diverso dal vettore) acquisisce il possesso fisico del bene.	14 giorni di calendario.	Proroga automatica al primo giorno lavorativo successivo.
<b>Consegne Multiple Spedite Separatamente</b> (Ordine unico con invii frazionati)	Giorno in cui il consumatore o un terzo acquisisce il possesso fisico dell'ultimo lotto, pezzo o bene.	14 giorni di calendario.	Proroga automatica al primo giorno lavorativo successivo.
<b>Abbonamenti Fisici a Consegne Periodiche</b> (es. Box mensili)	Giorno in cui il consumatore acquisisce il possesso fisico del primo bene della serie.	14 giorni di calendario.	Proroga automatica al primo giorno lavorativo successivo.

<b>Contratto con Omessa Informativa Precontrattuale</b>	Giorno di scadenza del termine ordinario di 14 giorni.	12 mesi + 14 giorni di calendario.	Proroga automatica al primo giorno lavorativo successivo.
---	--	------------------------------------	---

## 2.2 Criteri di Calcolo del Calendario Europeo (Regolamento n. 1182/71)

Il computo dei 14 giorni non segue le regole ordinarie del codice civile nazionale, bensì i criteri uniformi europei stabiliti dal Regolamento (CEE, Euratom) n. 1182/71 del Consiglio. Questo impianto prevede tre meccanismi matematici rigidi:

- **Esclusione del dies a quo:** Il giorno in cui avviene la consegna del bene o la conclusione contrattuale (evento generatore) è escluso dal calcolo. Se il prodotto viene consegnato un martedì, questo è considerato giorno zero; il primo giorno del termine di recesso sarà il mercoledì successivo.
- **Inclusione dei giorni festivi intermedi:** I sabati, le domeniche e i giorni festivi nazionali che cadono all'interno del periodo dei 14 giorni vengono calcolati normalmente nel decorso del termine.
- **Proroga del dies ad quem (Giorno di scadenza):** Se il quattordicesimo giorno cade di sabato, di domenica o in un giorno festivo ufficiale riconosciuto nel paese del merchant, il termine è prorogato di diritto alle ore 23:59 del primo giorno lavorativo immediatamente successivo. Se il termine scade di domenica, il consumatore ha tempo fino al lunedì successivo per inviare la comunicazione.

## 2.3 Effetti Civili dell'Omessa Informativa e la Sanatoria Tardiva

Il professionista ha l'obbligo inderogabile di fornire l'informativa precontrattuale (condizioni, termini, procedure e modulo tipo) prima che il consumatore sia vincolato dal contratto. L'articolo 53 del Codice del Consumo stabilisce che l'omissione di tali informazioni comporta l'**estensione sanzionatoria del termine** di ulteriori **12 mesi** aggiuntivi rispetto ai 14 giorni ordinari. Il consumatore dispone così di un totale di 12 mesi e 14 giorni per recedere e pretendere il rimborso integrale.

Qualora il venditore provveda alla **sanatoria tardiva**, trasmettendo le informazioni corrette entro i 12 mesi dalla data iniziale, il termine viene ridotto: da quel preciso momento il consumatore disporrà di **14 giorni** per recedere, calcolati a partire dal giorno in cui ha ricevuto l'informativa tardiva.

**Caso Heininger (CGUE C-481/99):** Questo impianto sanzionatorio ricalca l'orientamento storico della Corte di Giustizia dell'Unione Europea. La CGUE ha sancito che, in assenza di una chiara e corretta informazione precontrattuale, il diritto del consumatore non può essere soggetto a termini di decadenza ordinari. L'acquirente non informato si trova infatti in una condizione di asimmetria conoscitiva che impedisce la formazione di una volontà negoziale consapevole, rendendo necessaria la tutela della sua posizione sostanziale rispetto a quella del professionista inadempiente.

## 2.4 Criteri di Conformità UX/UI per lo Sviluppo del Pulsante ex Art. 54-bis

Per garantire la validità tecnica della piattaforma ed evitare il prolungamento automatico dei termini civili, i merchant devono allineare i sistemi a cinque precisi parametri di progettazione dell'interfaccia, strutturati per impedire l'adozione di percorsi fuorvianti (*dark pattern*):

1. **Dicitura Standardizzata ed Inequivocabile:** La funzione di attivazione deve essere chiaramente identificata sul piano testuale. Il legislatore impone l'adozione di formule esplicite come "recedere dal contratto qui" o espressione del tutto equivalente e inequivocabile, escludendo termini vaghi o prettamente tecnici.
2. **Visibilità Continua e Accessibilità Diretta:** Il comando digitale non può essere nascosto in sottomenu nidificati o reso difficilmente leggibile tramite l'uso di caratteri minuscoli o colori a basso contrasto. Deve risultare ben visibile e accessibile in modo continuo per tutto il periodo in cui il recesso può essere legittimamente esercitato (area personale del cliente, in corrispondenza del dettaglio dell'ordine).
3. **Flusso Agevolato di Raccolta Dati:** L'interfaccia deve richiedere unicamente e semplificatamente: il nome dell'acquirente, gli elementi identificativi del contratto (numero d'ordine o codice prodotto) e l'indicazione del canale elettronico prescelto per ricevere la ricevuta di conferma.
4. **Il Comando di Invio e la Doppia Conferma:** Per evitare trasmissioni accidentali, la procedura richiede un meccanismo a doppio passaggio. Inseriti i dati, il consumatore deve convalidare l'invio definitivo tramite un pulsante separato contrassegnato dalla dicitura "conferma recesso" o formula analoga esplicita. Solo dopo questa seconda azione la dichiarazione si intende legalmente inviata.
5. **Emissione della Ricevuta su Supporto Durevole:** Subito dopo la ricezione telematicamente registrata, il server del professionista deve generare e trasmettere al consumatore, senza indebito ritardo, un avviso di ricevimento automatico via e-mail. Questa notifica deve contenere il testo integrale della dichiarazione inviata, integrando l'indicazione esatta di data e ora di trasmissione, elementi che costituiranno la prova legale del rispetto dei termini.

L'onere della prova in merito al corretto funzionamento della piattaforma e all'avvenuto rilascio della ricevuta ricade interamente sul professionista, che deve tenere traccia documentale e immutabile dei log di sistema.

## Modulo 3: Il Caso Specifico del Dropshipping Opaco e i Doveri dei Merchant Shopify

Il modello del *dropshipping* (vendita al pubblico di un prodotto senza possederlo materialmente in un proprio magazzino, con inoltro dell'ordine a un fornitore terzo, frequentemente situato in paesi extra-UE come la Cina, che cura l'imballaggio e la spedizione diretta al consumatore) presenta rilevanti profili di opacità logistica e legale che non alterano tuttavia l'applicazione delle tutele consumeristiche.

### 3.1 Sdoppiamento Logistico e Responsabilità Esclusiva del Merchant

Sdoppiamento logistico e responsabilità esclusiva del merchant definiscono i rapporti giuridici interni alla filiera. Sotto il profilo strettamente civile e regolamentare, la transazione commerciale si perfeziona unicamente ed esclusivamente tra il merchant italiano o europeo (titolare del sito e-commerce, spesso operante su piattaforme SaaS come Shopify) e il consumatore finale. Il fornitore extra-UE assume la qualifica di mero ausiliario esterno nell'adempimento della prestazione logistica di consegna.

Di conseguenza:

- Il consumatore non ha alcun rapporto giuridico con il produttore asiatico o con la piattaforma di logistica integrata.
- Tutti gli obblighi relativi al diritto di recesso ricadono in via esclusiva e inderogabile sul merchant titolare dell'e-commerce, unico "professionista" responsabile nei confronti dell'acquirente.
- Le eccezioni logistiche o le politiche interne del fornitore esterno non possono essere opposte al consumatore per limitare, condizionare o escludere i suoi diritti civili.
- Il merchant deve gestire l'intero ciclo del reso e rimborsare il cliente finale indipendentemente dalle politiche di compensazione vigenti tra lo stesso merchant e il proprio fornitore extra-UE.

### 3.2 Disciplina delle Spese di Restituzione (Art. 57, comma 1)

L'articolo 57, comma 1, del Codice del Consumo stabilisce che **il consumatore sostiene solo il costo diretto della restituzione dei beni**. Questa traslazione del costo sul consumatore è tuttavia subordinata a una condizione imperativa: l'onere economico deve essere stato esplicitato in modo chiaro, trasparente e inequivocabile all'interno dell'informativa precontrattuale, prima del completamento del checkout.

### 3.3 Scenari Precontrattuali e Assegnazione dei Costi di Spedizione del Reso

L'assegnazione delle spese e la legittimità della condotta del merchant variano secondo i seguenti scenari strutturati:

<b>Scenario Precontrattuale</b>	<b>Assegnazione e delle Spese di Reso</b>	<b>Legittimità della Condotta Commerciale</b>
<b>Informativa corretta e preventiva:</b> Il sito dichiara espressamente e visibilmente nelle Condizioni Generali di Vendita (CGV) che i costi di porto assegnato per la restituzione sono a carico dell'acquirente.	A carico del <b>Consumatore</b> .	<b>Pienamente Conforme:</b> Il consumatore accetta consapevolmente l'onere economico prima dell'acquisto.
<b>Omission informativa o silenzio:</b> Le condizioni di vendita non specificano in modo chiaro chi debba pagare la spedizione di rientro della merce.	A carico del <b>Merchant</b> .	<b>Non Conforme (Sanzionabile):</b> Il venditore perde il diritto di rivalsa e deve rimborsare integralmente anche le spese di spedizione sostenute dal cliente.
<b>Ostruzionismo ex-post:</b> Il sito impone la spedizione in Asia solo dopo che il cliente ha attivato il recesso, senza averlo indicato prima del checkout.	A carico del <b>Merchant</b> (presso la propria sede legale/operativa UE).	<b>Pratica Scorretta:</b> Violazione dell'obbligo di trasparenza; il consumatore può esigere la consegna presso la sede comunitaria del merchant.

### 3.4 Obblighi di Trasparenza Geografica e Divieto di "Restocking Fee"

Ai sensi dell'articolo 49, comma 1, lett. h) del Codice del Consumo, i merchant Shopify devono strutturare la propria documentazione legale seguendo precisi obblighi informativi:

- **Trasparenza Geografica della Spedizione:** Se i beni vengono spediti da paesi extra-UE, il consumatore deve essere informato preventivamente per valutare i tempi reali e gli eventuali oneri doganali di importazione.
- **Stima Analitica dei Costi di Reso:** Se i beni per loro natura non possono essere normalmente restituiti a mezzo posta, il merchant ha l'obbligo precontrattuale di indicare nelle CGV il costo massimo stimato per il rientro, basandosi su parametri di peso, volume e tratta logistica verso il magazzino del fornitore. L'indicazione generica secondo cui "il reso ha un costo variabile" integra un'omissione informativa.
- **Divieto Assoluto di Trattenute Economiche ("Restocking Fee"):** L'applicazione di una percentuale di decurtazione dal rimborso (es. 10% a titolo di "quota di rifornimento magazzino" o spese di gestione logistica interna) è interamente illegittima e nulla, configurando una pratica commerciale scorretta sanzionabile dall'AGCM.

### 3.5 Il Divieto di Ostruzionismo Logistico sull'Indirizzo Asiatico

Una delle condotte considerate ostruzionistiche dalle autorità europee consiste nell'utilizzare la distanza logistica come deterrente economico *ex-post*. Se le condizioni generali di vendita approvate dall'utente prima dell'acquisto non indicavano in modo esplicito e dettagliato che la destinazione fisica del reso sarebbe stata un paese extra-UE, **il consumatore ha il diritto assoluto di rispedire il bene presso la sede legale o operativa del merchant situata all'interno dell'Unione Europea.**

Il rifiuto da parte del merchant di ricevere il pacco presso la propria sede europea, o la mancata comunicazione dell'indirizzo comunitario a seguito della richiesta di recesso, costituiscono una violazione degli obblighi di cooperazione contrattuale e una condotta sanzionabile come pratica commerciale scorretta, rimanendo a totale carico del venditore l'onere economico e logistico dello sdoganamento e del successivo trasferimento verso l'Asia.

## Modulo 4: Servizi Digitali, SaaS e Abbonamenti

La dematerializzazione della prestazione contrattuale richiede l'adozione di flussi tecnici specifici volti a bilanciare l'esigenza di tutela del consumatore con la protezione del venditore dal rischio di utilizzo opportunistico dei servizi.

## 4.1 Inquadramento delle Transazioni Dematerializzate

L'economia digitale si fonda su due categorie distinte di transazioni dematerializzate:

- **I contratti di servizi digitali:** Soluzioni in cui l'utente accede a funzionalità operative stabili e continuative nel tempo (piattaforme SaaS, spazi di archiviazione Cloud, motori di ricerca avanzati).
- **La fornitura di contenuti digitali non forniti su supporto materiale:** File audio, video, e-book, applicazioni o flussi di dati trasmessi tramite streaming diretto o scaricabili mediante download istantaneo.

## 4.2 Le Eccezioni al Recesso e i Requisiti di Opt-In Informato

Per impedire l'utilizzo immediato e il successivo recesso opportunistico, l'articolo 59, comma 1, del Codice del Consumo introduce specifiche deroghe, la cui validità è subordinata all'adozione di un flusso di acquisto rigido:

- Art. 59, lett. a) [Contratti di servizi]: Il diritto di recesso si estingue dopo la completa prestazione del servizio. Se il contratto prevede un obbligo di pagamento e un'attivazione immediata, il recesso è escluso solo se l'esecuzione è iniziata con il **previo consenso espresso** del consumatore e con l'**accettazione** del fatto che egli perderà il diritto a seguito della piena esecuzione del contratto.
- Art. 59, lett. o) [Contenuti digitali online]: Per lo streaming o il download, il recesso si estingue non appena inizia l'esecuzione tecnica del flusso (il clic sul pulsante "Play" o "Scarica"). L'esclusione è valida solo se il merchant raccoglie e traccia tre elementi cumulativi:
  1. Il **previo consenso espresso** del consumatore ad avviare l'esecuzione immediatamente durante i 14 giorni del recesso ordinario.
  2. La **rinuncia informata**, ovvero la dichiarazione esplicita del cliente di essere consapevole che, avviando la fruizione, perderà il diritto di ripensamento.
  3. La **conferma scritta** dell'avvenuto acquisto inviata su supporto durevole (e-mail), contenente la menzione esplicita della rinuncia al diritto di recesso.

Se la piattaforma e-commerce o l'applicazione omette l'implementazione di una casella di controllo (**checkbox**) obbligatoria, vuota e non contrassegnata per l'opt-in di rinuncia informata, o non trasmette la prescritta conferma scritta, **il consumatore conserva integralmente il diritto di recesso**. Anche se ha già scaricato il file o visualizzato il contenuto in streaming, l'utente può recedere entro i 14 giorni ed è legalmente esentato dal pagare il valore del contenuto digitale fruito, ottenendo il rimborso integrale di quanto versato.

### 4.3 Interazione con il GDPR: Gestione dei Dati e Portabilità Gratuita

A seguito dell'esercizio del recesso da un contratto SaaS o servizio digitale, si attiva una sovrapposizione normativa con il Regolamento Europeo sulla Privacy (GDPR):

- Il merchant deve astenersi dall'utilizzare qualsiasi contenuto — diverso dai dati personali — che sia stato generato, inserito o creato dall'utente durante l'uso del software.
- Fanno eccezione unicamente i contenuti privi di utilità al di fuori del contesto del servizio, quelli relativi all'attività esclusiva dell'utente o quelli aggregati dal sistema in modo tale da non poter essere disassociati se non tramite sforzi tecnologici sproporzionati.
- Il consumatore ha il diritto legale di **recuperare gratuitamente tutti i propri contenuti generati**. Il merchant è obbligato a mettere a disposizione tali dati in un formato strutturato, di uso comune e leggibile da dispositivo automatico (esportazione in file .json o .csv), garantendo la portabilità senza frapporre barriere tecniche o richiedere costi accessori.

### 4.4 Rinnovi Automatici e Calcolo del Rimborso in Regime di Pro-Rata

Quando un consumatore stipula un contratto di servizi online richiedendo espressamente che la prestazione inizi subito, conserva il diritto di recedere entro i primi 14 giorni. Qualora decida di recedere dopo alcuni giorni di utilizzo, egli ha diritto a un rimborso calcolato in regime di **pro-rata lineare** ai sensi dell'articolo 57, comma 3, del Codice del Consumo. Il consumatore deve corrispondere al professionista un importo proporzionale ai servizi forniti fino al momento in cui ha informato il merchant dell'intenzione di recedere, determinato sulla base del prezzo totale concordato nel contratto.

Qualora il prezzo totale stabilito dal contratto risulti sproporzionato rispetto al valore reale, l'importo proporzionale deve essere ricalcolato prendendo come riferimento il **valore di mercato** del servizio erogato, per evitare indebiti arricchimenti del professionista. Il consumatore non è tenuto al pagamento di alcuna somma pro-rata se il merchant ha omesso le informazioni obbligatorie sul recesso o se lo stesso consumatore non ha formulato una richiesta esplicita di inizio anticipato della prestazione.

### 4.5 La Disciplina dei Periodi di Prova (Trial) con Conversione Automatica

Molti servizi digitali adottano il modello del periodo di prova gratuito (*free trial*) condizionato all'inserimento degli estremi della carta di credito, con successiva conversione automatica in abbonamento a pagamento alla scadenza del termine di prova. Sotto il profilo della compliance, il diritto di recesso opera in modalità differenziate:

- **Informativa Chiara all'Origine:** Se il merchant, all'atto dell'attivazione del periodo di prova, indica chiaramente la durata della prova, il costo del futuro abbonamento, la data

del primo addebito e le modalità di disdetta, il termine di recesso di 14 giorni decorre esclusivamente dal **giorno della sottoscrizione iniziale del trial**. Alla scadenza della prova e al conseguente addebito del primo canone non si attiva un nuovo diritto di recesso legale, né questo trova applicazione sui rinnovi automatici successivi al primo ciclo contrattuale.

- **Deficit Informativo Iniziale (Dark Pattern)**: Qualora i costi post-prova o i meccanismi di rinnovo automatico risultino omessi, nascosti o ambigui al momento dell'adesione del consumatore, la conversione automatica viene qualificata come l'attivazione di un vincolo economico non consensuale. Questa irregolarità informativa agisce come un **trigger che riapre i termini di legge**, conferendo al consumatore il diritto di esercitare il recesso entro i successivi 14 giorni decorrenti dal giorno del primo addebito economico imprevisto, con obbligo di restituzione integrale della somma prelevata.

#### 4.6 Matrice di Sintesi per i Modelli di Business Digitali

La tabella sottostante riassume i requisiti tecnici e i criteri applicabili alle differenti architetture commerciali digitali:

<b>Modello di Business</b>	<b>Consenso Richiesto all'Utente</b>	<b>Applicabilità del Recesso Legale</b>	<b>Modalità di Calcolo del Rimborso</b>
<b>Contenuto Digitale</b> (Streaming / Download)	Opt-in esplicito, separato e tracciabile con rinuncia informata prima dell'avvio.	Si estingue istantaneamente al clic sui comandi "Play" o "Scarica".	Nessun rimborso se conforme. Rimborso integrale se manca l'opt-in tecnico.

<b>SaaS / Cloud Service</b> (Canone Mensile)	Accordo espresso e informativo per l'attivazione immediata del servizio.	Esercitabile entro 14 giorni, purché la prestazione non sia pienamente conclusa.	<b>Pro-rata:</b> Trattenuta la quota dei giorni fruiti; rimborso del periodo residuo non goduto.
<b>Abbonamento Ricorrente</b> (Rinnovi Successivi)	Consenso precontrattuale ai Termini e alle Condizioni generali in fase di checkout.	Escluso sui rinnovi automatici successivi al primo ciclo contrattuale.	Nessun rimborso parziale <i>ex lege</i> per frazioni di ciclo successive al rinnovo automatico.
<b>Free Trial</b> (Conversione Automatica)	Accettazione preventiva, trasparente e visibile dei costi post-scadenza della prova.	Decorre dall'avvio della prova gratuita; non si rinnova alla conversione se l'info è conforme.	Rimborso totale dell'addebito se si riscontra un deficit informativo iniziale o un <i>dark pattern</i> .

## Modulo 5: L'Elenco Tassativo delle Eccezioni

Le eccezioni che escludono il diritto di recesso online sono raggruppate all'interno dell'**articolo 59 del Codice del Consumo**. Trattandosi di deroghe a un diritto fondamentale ed essenziale di tutela del consumatore, la giurisprudenza sia nazionale che eurounitaria applica un rigido **principio di tassatività e interpretazione restrittiva**.

Ciò comporta due vincoli legali inderogabili:

- Le eccezioni non possono essere estese in via analogica o estensiva a casi non esplicitamente menzionati dal legislatore.

- Il merchant non può creare nuove categorie di esclusione all'interno delle condizioni generali del sito e-commerce, pena la nullità e l'inefficacia giuridica delle clausole stesse.

### 5.1 Beni Confezionati su Misura o Chiaramente Personalizzati (Lett. c)

L'articolo 59, comma 1, lettera c) esclude il recesso per la fornitura di beni confezionati su misura o chiaramente personalizzati. La *ratio* della norma risiede nell'oggettiva impossibilità per il merchant di ricollocare sul mercato un prodotto che rechi caratteristiche uniche, esclusive e irreversibili richieste dal singolo acquirente. La giurisprudenza applica una distinzione netta tra due diverse modalità di configurazione del prodotto:

- **Personalizzazione Definitiva (Recesso Escluso):** Si configura quando il bene subisce una modifica strutturale irreversibile basata sulle specifiche fornite dall'utente (es. fede nuziale con incisione dei nomi, abito da sera realizzato su misure sartoriali individuali, oggetto d'arredo stampato in 3D con disegno proprietario del cliente). In questo caso il prodotto perde ogni valore commerciale per soggetti terzi.
- **Combinazione di Opzioni Standard (Recesso Garantito):** Non rientra nell'eccezione la mera selezione di varianti predefinite all'interno di un menu a tendina o di un catalogo standardizzato. Se un utente acquista un computer configurando la RAM e lo spazio di archiviazione tra opzioni preimpostate dal merchant, o sceglie un divano selezionando un colore di tessuto presente a catalogo, il bene **non** è considerato personalizzato. Trattandosi di una semplice combinazione di moduli standard che il merchant può disassemblare o rimettere in vendita al pubblico mantenendo intatta una generica commerciabilità, il consumatore conserva integralmente il diritto di recesso entro i 14 giorni.

### 5.2 Beni Sigillati per Motivi Igienici o Sanitari (Lett. e) e la Sentenza Slewo

La lettera e) dell'articolo 59 esclude il recesso per i beni sigillati che non si prestano a essere restituiti per motivi igienici o connessi alla protezione della salute e sono stati aperti dopo la consegna. Per la corretta applicazione di questa deroga, l'ordinamento richiede la sussistenza di **due requisiti oggettivi cumulativi**:

- **Presenza di un sigillo protettivo applicato in fabbrica:** Il bene deve essere confezionato con un imballaggio protettivo (pellicola termoretraibile, etichetta adesiva antimanomissione, sigillo sottovuoto, contenitore ermetico) che renda evidente l'avvenuta apertura.
- **Effettiva rimozione o manomissione del sigillo:** Se il consumatore restituisce il pacco integro senza aver rimosso o danneggiato il sigillo, il diritto di recesso rimane attivo ed esercitabile, poiché il bene è idoneo alla reimmissione in commercio senza rischi sanitari

o biologici.

**La Sentenza Slewo della CGUE (Causa C-681/17):** L'estensione di questa deroga è stata ridefinita e ristretta dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea con la storica sentenza del 27 marzo 2019. La Corte ha chiarito che l'eccezione si applica solo a quei beni che, una volta privati della confezione, diventano definitivamente inutilizzabili da terzi poiché la loro stessa natura rende impossibile o economicamente sproporzionato per il merchant sottoporre l'articolo a trattamenti industriali di pulitura, lavaggio, disinfezione o sterilizzazione atti a ripristinarne la totale sicurezza igienica per un acquirente successivo.

Sulla base di questo principio, la CGUE ha stabilito che:

- **I materassi e l'abbigliamento intimo non sono esclusi dalla deroga:** Anche se la pellicola protettiva viene rimossa, questi beni possono essere sottoposti a trattamenti industriali di sanificazione profonda, lavaggio e sterilizzazione, permettendo al merchant di rivenderli senza rischi per la salute pubblica, esattamente come avviene per le lenzuola e i letti nelle strutture alberghiere o per i capi d'abbigliamento provati nei camerini dei negozi fisici. Pertanto, **il consumatore ha il diritto di recedere dall'acquisto di un materasso o di un capo intimo anche se ha rimosso l'imballaggio esterno.**
- **Beni inclusi tassativamente nella deroga:** Rientrano nell'esclusione del recesso i prodotti cosmetici fluidi, i profumi, le creme viso e i rossetti aperti (la cui rimozione del sigillo ne altera la sterilità ed espone la formula chimica ad agenti contaminanti irreversibili), i farmaci, i dispositivi medici monouso sterili, i fluidi biologici e gli oggetti d'uso erotico (*sex toys*), in quanto il loro contatto diretto con il corpo umano ne compromette l'integrità chimica o microbiologica in modo non sanificabile.

### 5.3 Le Conseguenze Civili dell'Esclusione Abusiva del Recesso

Qualora un merchant inserisca sul proprio sito e-commerce una dicitura o una clausola generale che escluda abusivamente il recesso per categorie di beni protette (ad esempio indicando falsamente che "per motivi igienici non si accettano resi di materassi, abbigliamento o scarpe"), tale condotta configura un'**esclusione abusiva e ingannevole**. Le conseguenze sul piano civile sono estremamente severe:

1. **Nullità di protezione:** La clausola contrattuale di esclusione è radicalmente nulla e priva di efficacia giuridica.
2. **Prolungamento automatico dei termini:** L'inserimento di un'informazione ingannevole o errata equivale a un'omissione informativa precontrattuale. Di conseguenza, il termine per l'esercizio del recesso si estende automaticamente da 14 giorni a **12 mesi e 14 giorni**.
3. **Perdita della tutela sulla diminuzione di valore (Art. 57, comma 2):** In condizioni normali il consumatore risponde della svalutazione del bene derivante da manipolazioni

diverse da quelle strettamente necessarie per stabilirne la natura e il funzionamento. Tuttavia, ai sensi dell'articolo 57, comma 2, se il merchant ha escluso abusivamente il recesso o non ha fornito l'informativa corretta, **il consumatore non risponde in alcun modo della diminuzione di valore del bene**. L'utente potrà restituire il prodotto pesantemente usurato, utilizzato o danneggiato ottenendo comunque il rimborso integrale della somma versata, rimanendo a totale carico del merchant l'intero costo della svalutazione.

La condotta viene inoltre qualificata e perseguita dall'AGCM come pratica commerciale scorretta, con l'applicazione di sanzioni amministrative pecuniarie commisurate al fatturato del merchant fino a 10 milioni di euro.

#### **5.4 Aste Telematiche contro Aste Pubbliche (Lett. m)**

L'articolo 59, comma 1, lettera m) del Codice del Consumo prevede l'esclusione del diritto di recesso per i contratti conclusi in occasione di un'asta pubblica. Nel commercio elettronico si riscontra un frequente errore di interpretazione che confonde le aste telematiche online con la definizione legale di asta pubblica.

La nozione eurounitaria di **asta pubblica**, definita dall'articolo 2, punto 13 della Direttiva 2011/83/UE, richiede la compresenza di tre requisiti strutturali:

- Una procedura di vendita in cui il professionista offre beni o servizi ai consumatori.
- La conduzione dell'operazione da parte di un banditore d'asta attraverso una gara competitiva trasparente.
- **Il requisito imprescindibile della presenza fisica:** I consumatori devono avere la possibilità materiale e strutturale di assistere personalmente, o di essere rappresentati, all'aggiudicazione dei lotti presso la sede fisica in cui si tiene l'asta.

Di conseguenza, le **aste telematiche condotte su piattaforme web e marketplace digitali puri (come eBay o portali similari)**, in cui l'intero processo è automatizzato da un software e i consumatori non hanno alcuna facoltà di partecipare fisicamente all'evento, **non costituiscono aste pubbliche** ai fini di legge. Nelle transazioni B2C effettuate su queste piattaforme, la deroga non trova applicazione, le clausole restrittive sono nulle e il consumatore conserva integralmente il proprio diritto di recesso entro i 14 giorni.

#### **5.5 Matrice Comparativa delle Eccezioni (Art. 59)**

La tabella a matrice sottostante sintetizza i criteri interpretativi stabiliti dalla normativa e dalla giurisprudenza per l'applicazione delle principali eccezioni al recesso:

Catego ria di Prodott o	Stato del Bene alla Restitu zione	Applica bilità del Recess o	Fondamen to Giuridico / Giurisprud enza	Consegu enza di un'Esclu sione Abusiva
<b>Abito sartori ale su misura</b>	Sigillato o Aperto.	<b>Escluso.</b>	Art. 59, comma 1, lett. c) Cod. Consumo.	Clausola lecita se i parametri forniti dall'utente sono strutturalmente unici ed esclusivi.
<b>Bene da catalog o standar d (es. Laptop con RAM predefin ita)</b>	Aperto / Provato.	<b>Garantito.</b>	Interpretazione restrittiva del principio di tassatività.	Nullità della clausola, estensione automatica del termine a 12 mesi e 14 giorni.

<b>Materasso / Capo Intimo</b>	Privato del sigillo protettivo.	<b>Garantito.</b>	CGUE, Sentenza <i>Slewo</i> (C-681/17): idoneità alla sanificazione e pulitura industriale profonda.	Pratica commerciale scorretta; sanzione pecuniaria AGCM, perdita della tutela sulla diminuzione di valore e rimborso totale.
<b>Cosmetico / Crema viso</b>	Sigillo di fabbrica rimosso.	<b>Escluso.</b>	Art. 59, comma 1, lett. e) Cod. Consumo: rischio di contaminazione chimica e microbiologica irreversibile.	Clausola lecita solo se era presente un sigillo idoneo ed evidente applicato dal produttore.
<b>Asta su Marketplace Online</b> (es. eBay B2C)	Aperto o Chiuso.	<b>Garantito.</b>	Art. 2, punto 13 Direttiva 2011/83/UE: assenza del requisito strutturale di presenza fisica dei partecipanti.	Nullità della clausola restrittiva; recesso legittimamente esercitabile entro il termine ordinario di 14 giorni.

## Modulo 6: La Procedura di Esercizio

La trasmissione della volontà di recedere risponde a criteri di semplificazione procedurale e di allocazione dell'onere probatorio stabiliti dal legislatore per impedire barriere ostruzionistiche.

## 6.1 Il Principio della Massima Libertà delle Forme

L'esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore è governato dal **principio della massima libertà delle forme**. Ai sensi dell'articolo 54 del Codice del Consumo, sebbene il merchant possa mettere a disposizione moduli elettronici standardizzati (come il pulsante ex art. 54-bis), il consumatore conserva l'insindacabile diritto di presentare una **qualsiasi altra dichiarazione esplicita scritta** della sua decisione di recedere dal contratto, inviata tramite posta elettronica standard, modulo contatti, fax o PEC.

I sistemi e-commerce non possono imporre oneri procedurali o formali complessi che limitino questo diritto, pena la qualificazione della condotta come pratica commerciale scorretta e ostruzionistica. Sono da considerarsi **radicalmente nulle e non conformi** le clausole contrattuali che condizionano la validità del recesso a:

- L'invio esclusivo di una lettera raccomandata A/R o di un messaggio PEC, qualora siano disponibili canali digitali più immediati di comunicazione elettronica comune.
- L'ottenimento preventivo di un codice di autorizzazione al rientro vincolante (**RMA - Return Merchandise Authorization**), senza il quale il pacco viene respinto dal magazzino del merchant.
- L'utilizzo tassativo dell'imballaggio originale integro, fatto salvo il normale deperimento della scatola di spedizione dovuto all'apertura.

Se il consumatore invia una comunicazione esplicita tramite e-mail ordinaria o modulo contatti entro i 14 giorni di calendario, il recesso è legalmente valido ed efficace.

## 6.2 L'obbligo dell'interfaccia simmetrica e il recesso telematico in un clic

A integrazione delle modalità tradizionali e della libertà di forma nell'invio delle comunicazioni, l'ordinamento introduce requisiti rigidi volti a garantire la simmetria dei canali interattivi. Qualora il contratto originario sia stato perfezionato per via telematica tramite portali web o applicazioni e-commerce, i merchant sono obbligati a integrare stabilmente all'interno della medesima interfaccia digitale un'apposita funzione guidata, comunemente configurata in forma di "pulsante di recesso" o "tasto di cancellazione". Tale dispositivo IT deve consentire all'utente di inoltrare la dichiarazione negoziale e di sciogliere il vincolo contrattuale in un solo clic, azzerando qualsivoglia percorso farraginoso o Dark Pattern finalizzato al differimento della volontà del consumatore. La mancata implementazione o l'oscuramento visivo e architettonico di questo comando espone direttamente l'operatore economico a severe sanzioni ispettive ed amministrative pecuniarie ad opera delle Autorità di vigilanza competenti per accertata violazione dei requisiti legali di trasparenza della UX/UI e ostacolo coatto alle facoltà di recesso.

### 6.3 L'Allocazione dell'Onere della Prova

L'onere della prova relativo al corretto, conforme e tempestivo esercizio del diritto di recesso **ricade interamente sul consumatore**, come stabilito dall'articolo 54, comma 4, del Codice del Consumo. L'acquirente deve pertanto conservare diligentemente la ricevuta di spedizione dell'e-mail, la conferma di consegna del messaggio, il log temporale della compilazione del modulo web o la ricevuta del corriere per poter opporre l'avvenuta comunicazione al professionista in caso di contestazione.

### 6.4 Gli Obblighi Logistici del Consumatore e il Vettore

Una volta notificata la decisione di recedere, si attivano gli obblighi operativi di restituzione del bene fisico a carico del consumatore:

- **Il termine dei 14 giorni:** Il consumatore deve rispedito i beni o consegnarli al professionista (o a un terzo autorizzato) senza indebito ritardo e in ogni caso entro **14 giorni di calendario** dalla data in cui ha comunicato al merchant la sua decisione di recedere dal contratto.
- **Rispetto del termine all'atto dell'affidamento:** Il termine si considera pienamente rispettato se il consumatore rispedisce o affida i beni al vettore logistico o all'ufficio postale prima della scadenza del periodo dei 14 giorni. **Fa fede la data di affidamento del pacco al corriere privato o all'ufficio postale**, non il giorno in cui la merce giunge materialmente al magazzino di destinazione del venditore.

## Modulo 7: Il Diritto al Rimborso Totale e la Gestione dei Costi di Spedizione

L'attivazione del recesso impone precisi doveri economici in capo al merchant, bilanciati da una specifica tutela logistica nota come diritto di ritenzione.

### 7.1 Gli Obblighi Finanziari del Merchant

- **Termine Imperativo per il Rimborso:** Il merchant deve rimborsare tutti i pagamenti ricevuti dal consumatore, comprensivi delle spese di consegna standard originariamente sostenute per l'invio del prodotto, senza indebito ritardo e comunque entro **14 giorni solari** dal giorno in cui è informato della decisione del consumatore di recedere.
- **Moneta del Rimborso:** Il professionista deve eseguire il rimborso utilizzando lo **stesso identico mezzo di pagamento** impiegato dal consumatore per la transazione iniziale (riaccredito su carta di credito, conto PayPal o bonifico bancario). **È vietato l'utilizzo unilaterale di voucher, buoni spesa o crediti interni al sito e-commerce** in

sostituzione del denaro contante, a meno che il consumatore non abbia espressamente ed esplicitamente acconsentito all'emissione del codice sconto.

- **Esclusione delle Spese Supplementari:** Il merchant non è tenuto a rimborsare i costi supplementari qualora il consumatore abbia scelto espressamente un tipo di consegna express o personalizzato più costoso rispetto al servizio standard di consegna meno costoso offerto dal sito e-commerce.

## 7.2 Il Diritto di Ritenzione (Right of Retention)

Ai sensi dell'articolo 56, comma 3, del Codice del Consumo, per i contratti di vendita di beni fisici, il merchant dispone di una tutela tecnica contro l'inadempimento logistico del cliente. Salvo il caso in cui il professionista abbia offerto di ritirare egli stesso i beni, **il merchant può legittimamente trattenere l'erogazione del rimborso** finché non si verifichi una delle seguenti condizioni cumulative, a seconda di quale avvenga per prima:

1. L'azienda riceve materialmente i beni restituiti presso i propri magazzini abilitati o la sede legale.
2. Il consumatore dimostra documentalmente di aver rispedito i beni, fornendo una prova inoppugnabile di avvenuta spedizione recante il codice di tracciamento (*tracking number*) valido e la ricevuta di presa in carico del corriere.

## 7.3 Il Chargeback Bancario come Strumento di Autotutela Coatta

Qualora il merchant violi i termini di legge, rifiuti illegittimamente di procedere al rimborso economico o si renda irreperibile, il consumatore dispone di uno strumento di autotutela finanziaria esterna fornito dai circuiti di pagamento internazionali: il **chargeback bancario (storno dell'addebito)**. Si tratta di una procedura interbancaria formale che consente al titolare di una carta di debito, credito o prepagata di contestare una transazione online e ottenere il riaccredito coattivo dei fondi direttamente dal proprio istituto di emissione (*Issuer*), bypassando l'esercente.

Nelle controversie legate al diritto di recesso nell'e-commerce, la causale tecnica standard applicata nei circuiti internazionali (Visa, Mastercard, American Express) è denominata "**Credit Not Processed**" (**Credito non elaborato**) o "**Services Not Rendered**".

Il flusso finanziario si articola attraverso passaggi rigidi:

- Il consumatore presenta la richiesta di disputa all'istituto *Issuer* (la propria banca), allegando la documentazione formale comprovante il recesso effettuato e la prova di avvenuta spedizione del reso con tracciamento.
- L'istituto *Issuer* riscontra la conformità formale *prima facie*, avvia la controversia internazionale trasferendo l'onere finanziario alla banca dell'e-commerce (*Acquirer*) e

applica un riaccredito provvisorio sulla carta del cliente.

- Ricevuta la notifica di disputa, i fondi contestati vengono immediatamente decurtati o congelati dal conto corrente del merchant per l'esatto importo. Inoltre, al merchant viene applicata una penale fissa amministrativa di gestione della disputa (la **chargeback fee**), variabile tra i 15 e i 50 euro per singola transazione, addebitata in via definitiva indipendentemente dall'esito finale della controversia.

I limiti temporali per l'avvio della procedura variano in base alla natura della contestazione sul circuito bancario, coordinando le normative sui servizi di pagamento (Direttiva PSD2, D.Lgs. n. 11/2010) con i regolamenti interni dei circuiti:

- **Transazioni non autorizzate (Frodi):** Il consumatore dispone di un termine fino a **13 mesi** dalla data di addebito per contestare operazioni fraudolente eseguite a sua insaputa.
- **Controversie commerciali (Mancato rimborso del recesso):** Il termine standard oscilla **tra i 120 e i 365 giorni** solari, calcolati a partire dalla data in cui era previsto l'adempimento da parte del merchant (ovvero dal quindicesimo giorno successivo all'invio della comunicazione di recesso o dalla data di consegna prevista del prodotto).

#### 7.4 La Strategia di Difesa del Merchant (Representment)

Il merchant ha il diritto di opporsi allo storno forzoso presentando una memoria difensiva documentale all'istituto *Acquirer* entro una finestra temporale perentoria (variabile tra 14 e 40 giorni), una procedura tecnica denominata **Representment**. Per vincere la disputa e recuperare i fondi stornati, il merchant deve produrre obbligatoriamente un set di **4 documenti probatori**:

1. **Copia delle Condizioni Generali di Contratto:** Approvate con timestamp dall'utente al momento del checkout, in cui si evidenziano le politiche di reso e la corretta informativa precontrattuale sul recesso.
2. **Log tecnici di navigazione:** La prova digitale dell'avvenuta accettazione dei termini di servizio e dell'informativa sul recesso da parte del cliente.
3. **Tracciamento della consegna originaria (Proof of Delivery):** Il documento del corriere che attesta la data esatta in cui il consumatore ha preso in possesso il pacco, utile a verificare il rispetto dei 14 giorni per l'attivazione del diritto.
4. **Prova di mancato rientro o di utilizzo abusivo:** La documentazione che attesta che il consumatore non ha mai rispedito il pacco (mancanza di tracciamento logistico), oppure documentazione fotografica o tecnica che provi che il pacco ricevuto conteneva un oggetto differente o gravemente manipolato al di là delle facoltà d'ispezione consentite (a comprova della diminuzione di valore ai sensi dell'art. 57, comma 2). Nel caso di servizi digitali, occorre fornire i log di sistema che certifichino il download o l'utilizzo della licenza a seguito dell'accettazione espressa della rinuncia al recesso.
- 5.

## 7.5 Responsabilità degli Intermediari e Giurisprudenza ABF

Un aspetto rilevante riguarda la condotta delle banche emittenti nel gestire le richieste di chargeback dei consumatori. Sul punto è intervenuta la giurisprudenza del **Collegio di Coordinamento dell'Arbitro Bancario Finanziario (ABF, Decisione n. 64 del 3 gennaio 2023, Collegio di Napoli)**. L'ABF ha sancito che la banca emittente della carta ha un rigido **dovere di diligenza professionale** nell'istruire la pratica di chargeback. Se un consumatore presenta una regolare richiesta di disputa per mancato rimborso a seguito di recesso, fornendo i documenti d'acquisto e la prova di spedizione del reso, la banca non può rigettare la richiesta in modo arbitrario o omettere di inoltrarla nei circuiti internazionali Visa/Mastercard.

La decisione n. 64/2023 stabilisce che la condotta negligente o inattiva della banca intermediaria nell'attivare i flussi di chargeback comporta la sua **responsabilità contrattuale diretta per perdita di chance del cliente**. In questi casi, l'ABF condanna l'istituto finanziario a risarcire direttamente al consumatore la somma persa a causa della mancata contestazione, tutelando il diritto del titolare della carta a beneficiare dei meccanismi di protezione contrattuale dei circuiti di pagamento.

## 7.6 Confronto Strutturale dei Meccanismi di Rimborso

La tabella sottostante schematizza le differenze operative, i costi e i tempi tra la gestione ordinaria del recesso e l'attivazione della disputa bancaria coatta:

<b>Parametro Operativo</b>	<b>Rimborso Standard (Codice del Consumo)</b>	<b>Chargeback Bancario (Circuiti di Pagamento)</b>
<b>Attivazione</b>	Istanza del consumatore al servizio clienti del merchant o tramite interfaccia online.	Disputa formale del consumatore alla propria banca emittente ( <i>Issuer</i> ).
<b>Tempistiche Legale / Bancaria</b>	Entro 14 giorni solari dalla notifica di recesso da parte del consumatore.	Da 120 a 365 giorni solari calcolati a partire dalla data della transazione contestata o dell'inadempimento.

<b>Impatto Finanziario o sul Merchant</b>	Restituzione della sola somma pagata dall'utente, incluse spese standard originarie.	Storno forzoso dei fondi dal conto corrente e addebito di penali fisse amministrative non rimborsabili ( <i>chargeback fee</i> ).
<b>Canale di Accredito</b>	Medesimo strumento utilizzato dal consumatore per la transazione iniziale.	Riaccredito coatto sul conto della carta tramite storno e regolamento interbancario.
<b>Onere della Prova Principale</b>	A carico del consumatore (deve provare l'invio e il rispetto dei termini di legge).	A carico del merchant (procedura scritta di <i>Representment</i> con produzione obbligatoria di 4 documenti probatori).
<b>Organo di Risoluzione Terzo</b>	Autorità Giudiziaria Ordinaria / Piattaforma ODR / AGCM.	Arbitrato interno dei Circuiti di Carte / Arbitro Bancario Finanziario (ABF) in caso di negligenza dell'intermediario.

## 7.7 Analisi Documentale dei Provvedimenti Sanzionatori AGCM

L'analisi delle istruttorie concluse dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato delinea i profili di illiceità legati alle barriere post-vendita e ai *dark pattern*:

- **Caso Leroy Merlin (Provvedimento PS11815)**: Concluso nel dicembre 2021 all'interno di un pacchetto sanzionatorio complessivo di 10,9 milioni di euro. Le condotte sanzionate hanno riguardato l'ostacolare l'esercizio tramite significativi ritardi, barriere procedurali e carenze del *Customer Care* (rallentamento dei canali durante i picchi degli ordini). Inoltre, la società proponeva prodotti indicati come disponibili ma in realtà assenti nei magazzini, procrastinando l'esecuzione dei relativi rimborsi e imponendo l'onere ingiustificato di trattenere il rimborso fino a un controllo fisico discrezionale dello stato dei beni.
- **Caso EMG Vendite Online (EMG S.r.l. / Marygame)**: Concluso con sanzione amministrativa pecuniaria di 80.000,00 euro (indicata originariamente come 200.000).

euro in un modulo interno). Il merchant indicava falsamente che il recesso fosse esercitabile solo se debitamente motivato o vincolato a un errore materiale sull'oggetto, richiamando fonti di legge abrogate per confondere i termini, rifiutando il rimborso delle spese di spedizione originarie e minacciando azioni legali per diffamazione nei confronti dei consumatori che pubblicavano recensioni negative online.

- **Caso Verisure (Provvedimento PS12558)**: Emesso a marzo 2024 con sanzione di oltre 4 milioni di euro. L'Autorità ha sanzionato l'ostacolo alla cessazione del rapporto tramite procedure complesse volte a ritardare l'efficacia del recesso (continuando a fatturare i canoni mensili dopo la ricezione della comunicazione scritta), l'attivazione immediata automatica del servizio subito dopo la firma del contratto senza raccogliere il consenso espresso e la rinuncia informata nelle forme richieste dall'art. 59, e ritardi sistematici compresi tra i 10 e i 200 giorni (con punte fino a 500 giorni) nello smontaggio e ritiro dei dispositivi concessi in comodato d'uso.

## Modulo 8: Modelli di Testo Pronti e Checklist di Verifica Pre-Invio

I seguenti modelli di testo precostituiti sono strutturati secondo i requisiti del Codice del Consumo e del Legal Design, privi di elementi di debolezza argomentativa.

### 8.1 Modello 1: Comunicazione di Recesso Standard per Beni Fisici

Oggetto: Dichiarazione formale di esercizio del diritto di recesso ai sensi degli artt. 52 e ss. del Codice del Consumo

Spett.le [Inserire Nome/Ragione Sociale del Merchant],

Con la presente nota, il sottoscritto [Inserire Nome e Cognome dell'Acquirente] notifica formale esercizio del diritto di recesso e scioglimento unilaterale del vincolo contrattuale, ai sensi e per gli effetti degli articoli 52 e seguenti del D.Lgs. 206/2005 (Codice del Consumo), in relazione all'ordine numero [Inserire Numero Ordine/Fattura] eseguito telematicamente in data [Inserire Data Ordine] e ricevuto in consegna fisica in data [Inserire Data Consegna].

Si richiede il rimborso integrale di tutte le somme corrisposte, pari a € [Inserire Importo Totale], comprensive delle spese di spedizione originarie standard, da eseguirsi inderogabilmente entro il termine perentorio di 14 giorni solari dalla ricezione della presente, utilizzando il medesimo strumento di pagamento impiegato per la transazione iniziale.

Il sottoscritto provvederà alla restituzione fisica dei beni affidando il pacco al vettore logistico

entro 14 giorni dalla presente comunicazione, fermo restando il diritto di ritenzione ex art. 56, comma 3.

Distinti saluti,

[Nome, Cognome, Data e Firma]

## **8.2 Modello 2: Contestazione per Imposizione Indirizzo Extra-UE (Dropshipping)**

Oggetto: Diffida e contestazione per ostruzionismo logistico ed esclusione abusiva del diritto di recesso – Ordine n. [Inserire Numero Ordine]

Spett.le [Inserire Nome Merchant Shopify],

In riferimento alla richiesta di recesso formulata in data [Inserire Data], si contesta formalmente la Vostra disposizione volta a imporre la rispedizione del bene presso un indirizzo geografico situato in territorio extra-UE (Repubblica Popolare Cinese/Asia).

Si rileva che tale destinazione logistica e la relativa stima analitica dei costi internazionali non sono state in alcun modo esplicitate in forma chiara, trasparente e visibile nelle Condizioni Generali di Vendita approvate prima del checkout, integrando un'omissione informativa ai sensi dell'art. 49, comma 1, lett. h) del Codice del Consumo.

Pertanto, ai sensi della normativa vigente, il sottoscritto esercita il diritto assoluto di provvedere all'invio del bene presso la Vostra sede legale/operativa situata in Unione Europea. Si intima l'immediato rilascio dell'indirizzo comunitario, con contestuale avviso che in caso di rifiuto o di indebita trattenuta di percentuali a titolo di "restocking fee" o spese logistiche, si procederà senza ulteriore preavviso alla segnalazione presso l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) e all'attivazione della procedura di chargeback bancario coatto per la causale "Credit Not Processed".

Fermo restando ogni diritto.

[Nome, Cognome, Data]

## **8.3 Checklist di Verifica Pre-Invio per il Consumatore**

Prima di trasmettere la comunicazione, verificare la sussistenza dei seguenti elementi strutturali:

- [ ] **Qualifica Soggettiva:** L'acquisto è stato effettuato come persona fisica senza

indicazione della Partita IVA in fattura? (Verifica B2C).

- [ ] **Rispetto dei Termini:** È stato calcolato il termine escludendo il giorno della consegna (*dies a quo*) e verificando l'eventuale proroga automatica se l'ultimo giorno è festivo?.
- [ ] **Integrità dei Sigilli:** Nel caso di cosmetici fluidi, profumi o creme, il sigillo di fabbrica antimanomissione è perfettamente intatto?.
- [ ] **Inapplicabilità delle Scuse sui Materassi:** Se l'oggetto è un materasso o un capo intimo, si è consapevoli che la rimozione del cellophane esterno NON esclude il recesso, per effetto della Sentenza *Slewo* della CGUE?.
- [ ] **Canale di Comunicazione:** Si sta utilizzando un canale tracciabile (e-mail standard con log, form online con ricevuta, o PEC) conservando copia della ricevuta d'invio oraria per adempiere all'onere della prova?.
- [ ] **Integrità del Rimborso:** Nelle CGV del merchant sono state rimosse o neutralizzate le clausole che impongono "restocking fee", penali arbitrarie o l'accettazione unilaterale di buoni spesa/voucher interni?.