

rBD 

REVISTA
BOLIVIANA
DE DERECHO

FUNDACIÓN
IVRIS TANTVM

 **IDIBE**
Instituto de Derecho Iberoamericano


**tirant
lo blanch**

Publicación de circulación Internacional

Revista Boliviana de Derecho

<https://www.revista-rbd.com/>

Edita Fundación Iuris Tantum

C/ Luis García Berlanga, núm. 7, 1-15

Valencia, España. 46023.

Correo Electrónico: contacto@idibe.org

Edita: Instituto de Derecho Iberoamericano

C/ Luis García Berlanga, núm. 7, 1-15

Valencia, España. 46023.

Correo Electrónico: contacto@idibe.org

web: www.idibe.org

Edita: Tirant lo Blanch

C/Artes Gráficas, 14, 46010 Valencia (España)

Telf. +34 963 61 00 48

Correo electrónico: tlb@tirant.com

www.tirant.com

Indexada en:

- LATINDEX (Producido por la Universidad Nacional Autónoma de México).
- CIRC (Clasificación Integrada de Revistas Científicas).
- ESCI (ISI-Thomson Reuters).
- JCR (Journal Citation Reports): Q4
- ANVUR (Agencia Nacional de Evaluación del sistema universitario y de investigación en Italia).
- REDIB (Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España).
- MIAR (Matriz de Información para el Análisis de Revistas).
- RRDe (Ranking de las Revistas de Derecho por Especialidades de la Conferencia de Decanas y Decanos de Derecho): Q1 Multidisciplinar.

Depósito Legal: 4-3-18-06

ISSN: 2070-8157

e-ISSN: 2706-8080

© Derechos Reservados de los Autores

Impreso en Bolivia - Printend in Bolivia

Diagramación General: Elias On - elias.on@live.com

L'INSOSTENIBILE LEGGEREZZA DEL RECESSO DEL
CONSUMATORE NEI CONTRATTI ONLINE: IL
PROBLEMA DELLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE DELLE
RESTITUZIONI

*THE 'UNBEARABLE LIGHTNESS' OF CONSUMER
WITHDRAWAL IN ONLINE CONTRACTS: THE PROBLEM OF
THE ECOLOGICAL SUSTAINABILITY OF RETURNS*

Rev. Boliv. de Derecho N° 39, enero 2025, ISSN: 2070-8157, pp. 330-361

Giuseppe
MARINO

ARTÍCULO RECIBIDO: 22 de noviembre de 2024

ARTÍCULO APROBADO: 12 de diciembre de 2024

RESUMEN: El ensayo reflexiona sobre el derecho de desistimiento del consumidor desde la perspectiva de un análisis ecológico y comportamental del Derecho europeo del consumo, revelando un lado oscuro en cuanto al impacto medioambiental de las devoluciones derivadas del ejercicio del derecho de desistimiento en los contratos en línea. La contribución investiga los efectos en términos de comportamiento de los consumidores y las repercusiones ecológicas, la configurabilidad de un abuso del instrumento de protección y los remedios que puede activar el profesional. En conclusión, se proponen perspectivas plausibles de reforma de la disciplina europea del desistimiento funcionales a la construcción de un modelo de regulación del consumo sostenible.

PALABRAS CLAVE: Desistimiento del consumidor; devoluciones; contratos en línea; sostenibilidad ambiental; abuso del consumidor.

ABSTRACT: *The essay focuses on the consumer's right to withdraw from online contracts from the perspective of an ecological and behavioural analysis of European consumer law, revealing a dark side in terms of the environmental impact of returns resulting from exercising the right of withdrawal. The contribution investigates how consumer behaviour and environmental impacts are influenced, the abuse of the withdrawal right and the remedies that professionals can pursue. In conclusion, it suggests feasible revision proposals of the European legal framework concerning the consumer's right of withdrawal, with the goal of establishing a regulatory model of sustainable consumption.*

KEY WORDS: *Consumer withdrawal; returns; online contracts; environmental sustainability; consumer abuse.*

SUMARIO.- I. RECESSO DEL CONSUMATORE ED “ANALISI ECOLOGICA DEL DIRITTO”: IL PUNTO CIECO DELLA DISCIPLINA CONSUMERISTICA.- II. DIGRESSIONE DI TAGLIO EMPIRICO SULL’IMPATTO AMBIENTALE DELLE RESTITUZIONI DA RECESSO NEL SETTORE DELLA MODA.- III. EFFETTI COMPORTAMENTALI DELLA DISCIPLINA EUROPEA SUL RECESSO DEL CONSUMATORE E CONDOTTE OPPORTUNISTICHE DEI “RESTITUTORI SERIALI”.- IV. SEGUE. L’ “ABUSO” DEL RECESSO CONSUMERISTICO E LE TUTELE DEL PROFESSIONISTA.- V. PROPOSTE DI REVISIONE DELLA DISCIPLINA EUROPEA DEL RECESSO DEL CONSUMATORE NEI CONTRATTI CONCLUSI ONLINE.

I. RECESSO DEL CONSUMATORE ED “ANALISI ECOLOGICA DEL DIRITTO”: **IL PUNTO CIECO DELLA DISCIPLINA CONSUMERISTICA.**

Il recesso del consumatore rappresenta l'archetipo della “mano visibile” del legislatore europeo, ossia della curvatura in senso “regolatorio” assunta dalla disciplina privatistica che si fa *funzione* del perseguimento di obiettivi generali di politica del diritto per mezzo dei comportamenti degli agenti dei mercati regolati.¹ Nel suo terreno di coltura originario prima dei contratti porta a porta e poi di quelli a distanza, l'introduzione di uno strumento di libera e agile uscita del consumatore da vincoli negoziali conclusi attraverso modalità peculiari di perfezionamento dell'accordo si è, invero, rivelato un poderoso dispositivo di costruzione del mercato unico concorrenziale, di sviluppo della società consumeristica europea e, con il progresso tecnologico portato del ventunesimo secolo, di consolidamento ed espansione del commercio elettronico.

¹ Sulla torsione “regolatoria” del diritto privato europeo dei mercati cfr., senza pretese di completezza, nella dottrina europea COLLINS, J.: *Regulating Contracts*, Oxford, 1999; MICKLITZ, H.: “The Visible Hand of European Regulatory Private Law. The Transformation of European Private Law from Autonomy to Functionalism”, in *EUI Law*, 2008; HESSELINK, M.W.: “Contract theory and EU contract law”, in *Research Handbook on EU Consumer and Contract Law*, Cheltenham, 2016; COMPARATO, G.: “Public policy through private Law: introduction to a debate on European Regulatory Private Law”, *Eur. L.J.*, 2016, p. 621; Id.: “What is European Regulatory Private Law? Stakes and perspectives”, *Revue internationale de droit économique*, 2018, p. 123. Nella dottrina italiana, tra gli altri, DENOZZA, F.: “Il mercato, e la sua tutela, tra diritto privato “relazionale” e diritto privato “regolatorio”, *Accademia*, 2024, p. 127 ss.; ZOPPINI, A.: “Diritto privato generale, diritto speciale, diritto regolatorio”, *Ars interpretandi*, 2021, p. 37; Id.: *Il diritto privato e i suoi confini*, Bologna, 2020, p. 188 ss. e 201, per il quale con questa espressione si suole intendere “l’insieme delle discipline che mirano a reagire al fallimento del mercato e/o garantire coll’eteronomia il mercato concorrenziale”; BARCELONA, M.: “L’interventismo europeo e la sovranità del mercato: le discipline del contratto e i diritti fondamentali”, *Eur. e dir. priv.*, 2011, p. 329 ss.; SIRENA, P.: “L’europizzazione degli ordinamenti giuridici e la nuova struttura del diritto privato”, *Oss. Dir. civ. comm.*, 2014, p. 10 ss. Cfr. altresì ATTANASIO, C.: *Profili ricostruttivi del diritto privato regolatorio*, Napoli, 2022, anche per ulteriori riferimenti bibliografici. Per una rappresentazione della successione di tre diversi modelli nella concezione del rapporto tra diritto privato e sviluppo capitalistico si veda NIVARRA, L.: *Diritto privato e capitalismo. Regole giuridiche e paradigmi di mercato*, Napoli, 2010, passim e spec. p. 29 ss., che definisce di tipo costruttivo/omeopatico l’attuale modello normativo civilistico nella attuale terza stagione del capitalismo. Nella letteratura straniera cfr. DEAN, M.: “Foucault and the Neoliberalism Controversy”, in *The SAGE Handbook of Neoliberalism*, a cura di CAHILL, D. – COOPER, M. – KONINGS, M. E PRIMROSE, D., 2018, Londra, pp. 40-53; KENNEDY, D.: “Three Globalizations of Law and Legal Thought”, in *The New Law and Economic Development: A Critical Appraisal*, a cura di TRUBEK, D.M. – SANTOS, A., Cambridge, 2006, p. 19 ss.

• Giuseppe Marino

Ricercatore *senior* in Diritto privato, abilitato alle funzioni di Professore associato, Università degli Studi di Palermo | giuseppe.marino@unipa.it.

Da siffatta prospettiva funzionalista², il recesso consumeristico ha, da un canto, risposto precipuamente all'esigenza di protezione del consumatore, irrobustendone la fiducia e la "leggerezza" nella conclusione di contratti, come quelli a distanza, aventi ad oggetto un bene del quale questi non possa sperimentare, in prima persona, la bontà, la convenienza e l'adeguatezza ai propri bisogni o gusti.³ D'altro canto, ha fatto gioco anche ai professionisti, i quali si sono giovati dell'apertura di nuovi e più efficienti canali di offerta dei propri prodotti e servizi, liberi da confini spazio-temporali e capaci di attirare schiere di potenziali clienti prima altrimenti inviciniabili. Ne è tangibile conferma la circostanza che -come meglio si vedrà nel prosieguo dello studio- molte delle principali piattaforme del commercio *online* offrono, nell'agone concorrenziale, un'estensione contrattuale, talora anche molto significativa, dell'arco temporale entro il quale il consumatore possa far valere il proprio diritto di recesso e restituire le merci acquistate nonché una modulazione delle sue condizioni di esercizio *consumer-friendly*.

- 2 Nella riflessione sul recesso consumeristico, la dottrina italiana ha tradizionalmente privilegiato l'aspetto strutturale, i rapporti con l'istituto codicistico e con i principi del diritto comune del contratto: cfr., *ex multis*, GABRIELLI, G.: *Vincolo contrattuale e recesso unilaterale*, Milano, 1985; GABRIELLI, G. - PADOVINI, F.: "Recesso (diritto privato)", in *Enc. dir.*, XXXIX, Milano, 1988, 27 ss.; DE NOVA, G.: *Il contratto ha forza di legge*, Milano, 1993; ID.: "voce Recesso", in *Dig. disc. priv.*, sez. civ., XVI, Torino 1997, p. 314 ss.; BENEDETTI, G.: "Tutela del consumatore e autonomia contrattuale", *Riv. trim. dir. proc. civ.*, 1998, p. 26 ss.; ALESSI, R.: "Consensus ad idem e responsabilità contrattuale, in *Il contratto e le tutele: prospettive di diritto europeo*", a cura di MAZZAMUTO, S., Torino, 2002, p. 117 ss.; CHERUBINI, M.C.: *Tutela del "contraente debole" nella formazione del consenso*, Torino, 2005; PILIA, C., *Accordo debole e diritto di recesso*, Milano, 2008; ID.: *Contratti a distanza e tutela del consumatore*, Padova, 2012; DE CRISTOFARO, G.: "La disciplina unitaria del "diritto di recesso": ambito di applicazione, struttura e contenuti essenziali", in *I principi del diritto comunitario dei contratti. Acquis communautaire e diritto privato europeo*, a cura di DE CRISTOFARO, G., Torino, 2009, p. 351 ss. Rispetto all'evoluzione dei tratti costitutivi del recesso del consumatore si vedano, senza pretese di esaustività, BENEDETTI, A.M.: "Recesso del consumatore", in *Enc. dir. Annali*, IV, Milano, 2011, p. 956 ss.; ID.: "La difesa del consumatore dal contratto: la natura "ambigua" dei recessi di pentimento", in *Annali del contratto*, Torino, Giappichelli, 2011, p. 3 ss.; PAGLIANTINI, S.: "L'ibridazione del nuovo recesso di pentimento", *Riv. dir. civ.*, 2015, p. 280 ss.; DALIA, C.: "Il recesso consumeristico da libera valutazione dell'affare", *Riv. dir. priv.*, 2015, p. 500 ss.; PIGNALOSA, M.P.: *Contratti a distanza e recesso del consumatore*, Milano, 2016; CONFORTINI, C.: "A proposito del ius poenitendi del consumatore e della sua discussa natura", *Eur. dir. priv.*, 2017, p. 1343 ss.; D'ACUNTO, L.: *Recesso e autotutela nei rapporti di consumo*, Napoli, 2018. Per un'apertura della riflessione alla prospettiva degli effetti regolatori sul mercato cfr. BACCIARDI, E.: *Il recesso del consumatore nell'orizzonte delle scienze comportamentali*, Torino, 2019; ID.: "Il nuovo statuto del diritto di ripensamento tra efficienza del mercato e razionalità (limitata) dei consumatori", *Nuova giur. civ. comm.*, 2017, III, p. 415 ss.; MOROTTI, E.: "I frequenti recessi del consumatore e il rifiuto di contrarre del professionista nel commercio elettronico", *ivi*, 2020, p. 1369 ss.; DALMARTELLO, A.: "Il recesso del consumatore tra tutela del mercato e del soggetto debole", in *Liber Amicorum per Aldo A. Dolmetta*, a cura di GINEVRA, E. ET AL., Pisa, 2021, p. 68 ss.
- 3 Anche le ricerche giuridiche di taglio di sociologico ed empirico hanno contribuito a dimostrare gli effetti incentivanti del recesso di pentimento in termini di incremento di fiducia e di propensione all'acquisto a distanza da parte dei consumatori: cfr. EIDENMÜLLER, H.G.M.: "Why Withdrawal Rights?", *ERCL*, 2011, p. 1 ss.; SMITS, J.M.: "The Right to Change Your Mind? Rethinking the Usefulness of Mandatory Rights of Withdrawal in Consumer Contract Law", in *Maastricht European Private Law Institute Working Paper*, 2011, p. 9; LUZAK, J.A.: "To Withdraw or Not to Withdraw or Not to Withdraw? Evaluation of the Mandatory Right of Withdrawal in Consumer Distance Selling Contracts Taking into Account Its Behavioural Effects on Consumers", in *Centre for the Study of European Contract Law Working Paper*, Amsterdam Law School Legal Studies Research Paper, 2013, p. 15. Sulla funzione del diritto di recesso nei meccanismi di funzionamento del mercato v. LOOS, M.B.M.: "Rights of Withdrawal", in *Modernising and Harmonising Consumer Contract Law*, a cura di HOWELLS, G. - SCHULZE, R., Berlino, 2009, pp. 245-246; BEN-SHAHAR, O. - POSNER, E.A.: "The Right to Withdraw in Contract Law", *The Journal of Legal Studies*, 2011, p. 115 ss.; SUWELACK, T. - HOGREVE, J. - HOYER, W. D.: "Understanding Money-Back Guarantees: Cognitive, Affective, and Behavioral Outcomes", *Journal of Retailing*, 2011, pp. 462-478.

In definitiva, lungo la sua nota traiettoria evolutiva, giurisprudenziale prima⁴ e legislativa poi⁵, si è progressivamente enfatizzata l'anima *concorrenziale* del diritto di ripensamento, che risponde alla logica elementare sottesa al modello imperante di sviluppo economico lineare ed esponenziale: quanto più il consumatore agisca in una cornice di tutele tanto più consumerà, tanto più aumenteranno i livelli di produzione e di scambio e il mercato se ne gioverà⁶. Più di tutti e anche a scapito degli altri, se ne è giovato il mercato digitale, frattanto divenuto pienamente maturo, in seno al quale lo strumento del recesso ha reso possibile vincere la congenita ritrosia del consumatore ad acquistare *online* i cd. *search goods*, in relazione ai quali appare razionale la condotta di colui il quale voglia provarli, testarli, valutarli prima dell'acquisto⁷. Ne è, indubitabilmente, conseguito anche un innalzamento degli *standard* di condotta dei professionisti posti di fronte a una controparte contrattuale ora munita di un mezzo di reazione pienamente effettivo, poiché scevro da controlli e costi, rispetto a eventuali comportamenti scorretti o negligenti.

- 4 Sono note le tappe degli orientamenti giurisprudenziali della Corte di Giustizia dell'UE che hanno concorso, in modo decisivo, all'evoluzione e al consolidamento dello statuto normativo del recesso del consumatore: dalla giurisprudenza Heininger (Corte giust. UE, 13 dicembre 2001, causa C-481/99, in *Foro it.*, 2002, IV, 57) a quella Messner (Corte giust. UE, 10.4.2008, causa C-412/06, *ivi*, 2009, IV, 255), si è pervenuti ad alcune più recenti decisioni che segnano altrettanti tornanti imboccati dall'istituto nel segno di uno spiccato *favor* per il consumatore, legittimato anche a modalità di esercizio del suo diritto di tipo "opportunistico": cfr. CGUE, 23 gennaio 2019, C-430/17, in *NGCC*, 2019, p. 670 ss., con commento di RENDE, F.: "Il ruolo dell'informazione sul recesso dopo la sentenza Walbusch Walter Busch"; Corte di Giustizia UE, 9 settembre 2021, cause riunite C-33/20, C-155/20 e C-187/20, in *Pactum*, 2022, p. 282 ss., con nota di BACCARDI, E.: "Usi e abusi del diritto di ripensamento"; Corte di Giustizia UE, 17 maggio 2023, C97/22, con il commento di DALMARTELLO, A.: "Il recesso del consumatore come rimedio nel canone della Corte di giustizia UE tra regolazione del mercato e "opportunistico" della parte protetta", in *Dialoghi di Diritto dell'Economia*, 2023, p. 1 ss. Nel corso del lavoro si menzioneranno ulteriori addentellati giurisprudenziali.
- 5 L'intervento legislativo di riordino della materia si deve, com'è noto, alla direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori (cd. *Consumer Rights Directive*), del 25 ottobre 2011, attuata nell'ordinamento italiano dal d.lgs. 21 febbraio 2014, n. 21, che ha abrogato la prima direttiva 97/7/CE, in materia di contratti a distanza: in dottrina si vedano PAGLIANTINI, S.: "La riforma del codice del consumo ai sensi del d.lgs. 21/2014: una rivisitazione (con effetto paralizzante per i consumatori e per le imprese?)", *Contratti*, 2014, p. 811 ss.; CUFFARO, V.: "Nuovi diritti per i consumatori: note a margine del d.lgs. 21 febbraio 2014, n. 21", *Corr. giur.*, 2014, p. 745 ss.; BATELLI, E.: "L'attuazione della direttiva sui consumatori tra rimordenziazione di vecchie categorie e "nuovi" diritti", *Eur. e dir. priv.*, 2014, p. 929 ss.; FARNETI, M.: "Il nuovo recesso del consumatore dai contratti negoziati fuori dai locali commerciali e a distanza", *Nuove leggi civ. comm.*, 2014, p. 959 ss.; DE CRISTOFARO, G.: "Il regime dei contratti a distanza e fuori dai locali commerciali", in *Trattato dei contratti*, diretto da ROPPO, V. - BENEDETTI, A.M., Vol. 5, *Mercati regolati*, Milano, 2014, p. 77 ss.; DELFINI, F.: "La novella del codice del consumo in tema di contratti a distanza dei consumatori", *Giustiziacivile.com*, 2014, p. 7; GRANELLI, C.: "Diritti dei consumatori" e tutele nella recente novella del Codice del consumo", *Contratti*, 2015, p. 6. Cfr. altresì GRANDI, M.: "Lo jus poenitendi nella direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori", *Contr. impr./Eur.*, 2013, I, p. 45 ss.; PATTI, F.P.: "Il recesso del consumatore: l'evoluzione della normativa", *Eur. e dir. priv.*, 2012, p. 1045; RIVA, I.: "La direttiva di armonizzazione massima sui diritti dei consumatori, o almeno ciò che ne resta", *Contr. e impr. Eur.*, 2011, p. 754 ss.
- 6 In argomento si veda MICKLITZ, H.W.: "Squaring the Circle? Reconciling Consumer Law and the Circular Economy", *EuCML*, 2019, p. 230.
- 7 In questo senso v. EIDENMÜLLER, H.G.M.: "Why Withdrawal", *cit.*, p. 7 ss.; BECHER, S. - BAR GILL, O.: "Consumer Protection", *Harvard Public Law Working Paper* n. 18-42, 2012, p. 21, disponibile su <https://ssrn.com/abstract=3194411>; TWIGG-FLESNER, C. - SCHULZE, R.: "Protecting National Choice Information and the Right of Withdrawal", in *Handbook of Research on International Consumer Law*, a cura di HOWELLS, G. - RAMSAY I. - WILHELMSSON, T., Cheltenham, 2010, p. 145; SÁNCHEZ ABRIL, P. - OLIVA BLÁZQUEZ F. - MARTÍNEZ EVORA, J.: "The Right of Withdrawal in Consumer Contracts: A Comparative Analysis of American and European Law", *Dret*, 2018, p. 32; KARAMPATZOS, A.: *Private Law, Nudging and Behavioural Economic Analysis. The Mandated-Choice Model*, Londra, 2020, p. 36. Sul punto si vedano le considerazioni di DALMARTELLO, A.: "Il recesso", *cit.*, p. 13 ss.

Rispetto a questo consolidato *status quo*, nelle più recenti politiche di mercato europeo è apparso, com'è noto, quel fattore di radicale discontinuità rappresentato dall'obiettivo generale della cd. *green transition* fissato dal *Green Deal* del 2019⁸. A far da corona, il Piano d'azione per l'economia circolare⁹ e la *New Consumer Agenda* del 2020¹⁰ hanno inaugurato una nuova stagione di regolazione del mercato informata alla *policy* della sostenibilità ambientale¹¹. Un nutrito set di atti legislativi, già varati o in avanzata fase di elaborazione, mette a partito la costruzione di un rinnovato modello normativo di consumo sostenibile e circolare, dando corpo al cd. *Consumer Refit*¹²: si pensi, tra le altre, alla nuova regolamentazione del *design* ecocompatibile dei prodotti e alle regole sulla loro durabilità, riutilizzabilità o riciclabilità dei materiali impiegati¹³, al passaporto digitale dei prodotti¹⁴, alle svariate normative sull'efficienza energetica, alla disciplina di

- 8 Com'è noto, l'art. 3 del Trattato sull'Unione Europea menziona lo sviluppo sostenibile quale obiettivo primario dell'Europa unita. In questa cornice, il *Green Deal* del 2019 (*Commission Communication The European Green Deal*, at 7-8, COM (2019) 640 final, 11 dicembre 2019) si propone di rendere l'Europa il primo continente a zero emissioni entro il 2050, riducendole del 55% entro il 2030.
- 9 Si vedano le due Comunicazioni della Commissione Europea del 2020, *Un nuovo piano d'azione per l'economia circolare - Per un'Europa più pulita e più competitiva*, (COM(2020) 98 final), e *Una nuova strategia industriale per l'Europa* (COM(2020) 102 final); nonché l'*Aggiornamento della nuova strategia industriale 2020: costruire un mercato unico più forte per la ripresa dell'Europa* del 2021 (COM(2021) 350 final).
- 10 Tra le altre comunicazioni programmatiche della Commissione Europea sul tema si vedano: *Commission Communication Closing the Loop – An EU Action Plan for the Circular Economy*, COM (2015) 614 final, 2 dicembre 2015, p. 4; *Commission Communication Ecodesign Working Plan 2016-2019*, COM (2016) 773 final, 30 novembre 2016, p. 8; *Commission Communication, New Consumer Agenda*, COM (2020) 696 final, 13 novembre 2020, p. 5: "Il *Green Deal* europeo definisce una strategia globale per trasformare l'UE in una società equa e prospera, con un'economia climaticamente neutra, efficiente sotto il profilo delle risorse, pulita e circolare in cui la crescita economica sia dissociata dall'uso delle risorse e in cui gli impatti negativi sul capitale naturale e sulla biodiversità siano ridotti. Ciò richiede un cambiamento profondo e rapido delle abitudini e dei comportamenti per ridurre la nostra impronta ambientale in tutti i settori [...]".
- 11 Pur concepita per fini del tutto diversi, ossia risolvere problemi di teoria generale dell'interpretazione giuridica, appare opportuno richiamare la fondamentale partizione tra *policies* e *principles* formulata, com'è noto, da DWORKIN, R.: "The model of rules", *U. Chi. L. rev.*, 1967, pp. 14 e 23; ID.: *Law's Empire*, Cambridge, 1986, spec. p. 221: la "policy" è definita come "[...] that kind of standard that sets out a goal to be reached, generally an improvement in some economic, political, or social feature of the community"; mentre "principle" è "[...] a standard that is to be observed, not because it will advance or secure an economic, political, or social situation deemed desirable, but because it is a requirement of justice or fairness or some other dimension of morality". Per una proficua ripresa di tale distinzione si vedano le riflessioni di DENOZZA, F.: "Il mercato", cit., pp. 133-134.
- 12 In chiave generale, nella letteratura europea, sulla svolta sostenibile del diritto dei consumi cfr. MICKLITZ, H.W. ET AL.: "E-Commerce and the Trade-Off between Consumer Protection and Sustainability, in *Publication of the Advisory Council for Consumer Affairs*", 2020, p. 35, reperibile su www.svrverbraucherfragen.de/en/; MAK, V. - TERRY, E.: "Circular Economy and Consumer Protection: The Consumer as a Citizen and the Limits of Empowerment through Consumer Law", *Journal of Consumer Policy*, 2020, p. 227 ss.; TERRY, E.: "The New Consumer Agenda: A Further Step Toward Sustainable Consumption?", *EuCML*, 2021, p. 10 ss.; TERRY, E. - VAN GOOL, E.: "The Role of European Consumer Regulation in Shaping the Environmental Impact of E-Commerce", *EuCML*, 2021, pp. 89-101; MONTI, G.: "The European Climate Law: Making the Social Market Economy Fit For?", *Common Market Law Review*, 2021, p. 1321; nonché i contributi sul volume collettaneo *Consumer Protection in a Circular Economy*, a cura di KEIRSBILCK, B. - TERRY, E., Cambridge – Antwerp – Chicago, 2019.
- 13 Proposta di Regolamento del Parlamento Europeo e del Consiglio che stabilisce il quadro per l'elaborazione delle specifiche di progettazione ecocompatibile dei prodotti sostenibili e abroga la direttiva 2009/125/CE Bruxelles, 30 marzo, 2022 (COM(2022) 142 final). In letteratura, cfr. MICHEL, A.: "The design and production stage: ecodesign requirements", in *Consumer Protection in a Circular Economy*, cit., p. 61 ss.
- 14 Sul passaporto digitale dei prodotti, previsto dall'art. 7 della menzionata Proposta di regolamento sull'*ecodesign*, si veda lo studio della Institute for Sustainability Leadership (CISL) della University of Cambridge e del Wuppertal Institute, *Digital Product Passport: the ticket to achieving a climate neutral and*

contrasto alle pratiche imprenditoriali di “greenwashing” e “greenhushing”¹⁵, alla novella sul diritto alla riparazione del consumatore¹⁶.

Nel *pantheon* dei valori perseguiti dal diritto privato europeo “regolatorio” fa, dunque, irruzione un protagonista inedito, e in un certo senso esoterico, qual è la sostenibilità ambientale del sistema di produzione e di consumo rispetto al modello classico di crescita tendente ad infinito del prodotto interno lordo, tipico delle economie occidentali contemporanee¹⁷. Beninteso, non nel senso che la tutela dell’ambiente sia da considerare una novità nel quadro normativo europeo, bensì che le *policies* di sostenibilità ecologica instaurano una rinnovata relazione con quelle di regolazione del mercato: non più esclusivamente mero limite esterno all’esercizio delle attività economiche, declinato secondo la logica repressiva della sanzione condensata nel principio “chi inquina, paga” scolpito dal diritto europeo primario e secondario¹⁸; piuttosto, direttrice che innerva dall’interno il modo di essere e di svolgersi del gioco concorrenziale e dei processi di produzione e scambio, orientandoli verso un paradigma di sviluppo economico non più lineare ed esponenziale, ma circolare e verde.

circular European economy?, Cambridge, 2022; nonché DUCUING, C. - REICH, R. H.: “Data governance: Digital product passports as a case study”, *Competition and Regulation in Network Industries*, 2023, pp. 3–23.

- 15 Su queste pratiche è intervenuta la recentissima Direttiva (Ue) 2024/825 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 28 Febbraio 2024 che modifica le direttive 2005/29/CE e 2011/83/UE per quanto riguarda la responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell’informazione. In modo ancor più mirato, la Proposta di Direttiva sulle cd. *green claims* Proposta di Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio sull’attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali), del 22 marzo 2023 (COM(2023) 166 final, approvata dal Parlamento Europeo nel marzo 2024 e sotto l’esame del Consiglio Europeo, irrobustisce le regole informative e gli strumenti di contrasto al fenomeno noto come *greenwashing*, dichiarandosi *lex specialis* in questo settore rispetto alla *lex generalis* consegnata all’UCPD.
- 16 Cfr. Direttiva (ue) 2024/1799 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 giugno 2024, recante norme comuni che promuovono la riparazione dei beni e che modifica il regolamento (UE) 2017/2394 e le direttive (UE) 2019/771 e (UE) 2020/1828. Per una riflessione, in termini serratamente critici, sulla proposta di direttiva si vedano, in particolare, AUGENHOFER, S. ET AL.: *Feedback of the European Law Institute on the European Commission’s Proposal for a Directive on Common Rules Promoting the Repair of Goods (COM(2023) 155 final)*, 2023; AUGENHOFER, S.: *European Commission’s Public Consultation on Sustainable Consumption of Goods – Promoting Repair and Reuse*, 2022, entrambi reperibili sul sito <https://www.europeanlawinstitute.eu>.
- 17 Per riflessioni di taglio generale sul tema della sostenibilità nella cornice della disciplina dei rapporti privati cfr. LIPARI, N.: “Premesse per un diritto civile dell’ambiente”, *Riv. dir. civ.*, 2024, pp. 209-228; PENNASILICO, M.: “Economia circolare e diritto: ripensare la “sostenibilità”, *Persona e mercato*, 2021, p. 712 ss.; Id.: “La “sostenibilità ambientale” nella dimensione civilcostituzionale: verso un diritto dello “sviluppo umano ed ecologico”, *Riv. quadr. dir. amb.*, 2020, p. 4 ss.; CATERINI, E.: *Sostenibilità e ordinamento civile. Per una riproposizione della questione sociale*, Napoli, 2018; nonché IMBRUGLIA, D.: “Mercato unico sostenibile e diritto dei consumatori”, *Persona e mercato*, 2021, p. 495 ss.
- 18 Il vigente articolo 191, paragrafo 2, del Trattato sul Funzionamento dell’Unione Europea (TFUE), secondo il quale “La politica dell’Unione in materia ambientale [...] è fondata sui principi della precauzione e dell’azione preventiva, sul principio della correzione, in via prioritaria alla fonte, dei danni causati all’ambiente, nonché sul principio “chi inquina paga”, compendia un’evoluzione normativa che si radica nell’attribuzione di una competenza alla CEE in materia ambientale da parte dell’Atto Unico Europeo di Roma nel 1987 e nel successivo Trattato di Maastricht del 1993. A tali principi dà attuazione un complesso apparato normativo nel diritto secondario dell’UE, che ruota attorno alla Direttiva 2004/35/CE sulla responsabilità ambientale in materia di prevenzione e riparazione del danno ambientale. Riflessioni lungo la traiettoria evolutiva di questa materia per tutti in SALANITRO, U.: “La responsabilità ambientale dopo la riforma costituzionale e la lotta al cambiamento climatico”, *Riv. dir. civ.*, 2024, p. 229 ss.; Id.: “Responsabilità ambientale: questioni di confine, questioni di sistema”, *Jus civile*, 2019, p. 504 ss.; Id.: “La nuova disciplina della responsabilità per danno all’ambiente”, *Danno e resp.*, 2006, p. 228 ss.

In questo mutato orizzonte, balza all'occhio come sia assente ingiustificata, tanto nei programmi di riforma del legislatore europeo e interno quanto nelle elaborazioni dottrinali, la riflessione sull'impatto ambientale sortito dalla diade esercizio del diritto di recesso da parte dei consumatori e conseguenti restituzioni dei prodotti acquistati, nello specifico ambito della conclusione di contratti a distanza, in specie *online*. Com'è intuitivo -ma verrà approfondito con più circostanziati riscontri empirici nel paragrafo seguente- il recesso del consumatore svela un lato sinora oscuro sul fronte della sua tollerabilità ecologica: ogni qualvolta, infatti, il consumatore eserciti il suo diritto di ripensamento e, per l'effetto, restituisca il bene che gli sia stato consegnato in forza del contratto dal quale si è svincolato, quella merce prodotta, imballata, distribuita e trasportata in giro per il globo andrà incontro a un nuovo trasporto, un altro imballaggio e poi a una sorte alquanto incerta, con un notevole aggravio di materiali e risorse energetiche impiegate, emissioni inquinanti, rifiuti generati.

Dall'angolo visuale di una sorta di "analisi ecologica del diritto", il recesso di pentimento del consumatore contribuisce, pertanto, ad alimentare un serio problema ambientale che, nell'epoca della transizione verde e della maturata consapevolezza dell'urgenza della crisi climatica nel mutato orizzonte assiologico, non può più essere trascurato dall'interprete. In altri termini, lungo questo suo asse portante, la legislazione consumeristica europea si rivela non soltanto digiuna della sua proiezione ambientale, quanto addirittura proclive a forme di esercizio opportunistiche e calcolatrici dello strumento di tutela da parte dei consumatori che possono risultare ecologicamente nocive.

Questo studio si propone, pertanto, di verificare in quali termini la vigente disciplina europea del diritto di recesso del consumatore nei contratti a distanza concorra all'aggravarsi di tale fenomeno -con specifico riguardo al settore della moda e, in particolare, di quella "usa e getta" (cd. *fast fashion*), ove si palesa nelle sue sembianze più esasperate- e quali contromisure il civilista possa suggerire. Su un piano sistematico, il tema in esame diviene banco di prova sul quale vagliare la traiettoria del processo di costruzione di un paradigma nuovo di consumo e concorrenza sostenibile, che miri a creare una nuova *koinè* tra buon funzionamento del dispositivo concorrenziale, *consumer protection* e politiche di sostenibilità ambientale.

Invero, i primi cinquant'anni del diritto europeo dei consumatori sono stati immagine fedele e *longa manus* della società consumeristica di massa novecentesca, fondata su un modello economico di crescita infinita, che cospira verso un aumento *ad libitum* dei livelli di consumo e, quindi, di produzione¹⁹. Rispetto a

¹⁹ Sul punto le riflessioni di NICOLUSSI, A.: "I consumatori negli anni Settanta del diritto privato. Una retrospettiva problematica", *Eur. e dir. priv.*, 2007, p. 901 ss. Per una rappresentazione di taglio sociologico della società consumeristica v. TRENTMANN, F.: *The Empire of Things. How we Became a World of Consumers*,

questo modo di intendere il consumo -atto mondano cifra dell'*hic et nunc* che non contempla limiti di sorta- l'orizzonte della sostenibilità, e cioè della solidarietà e dell'eguaglianza in chiave diacronica, appare del tutto inconciliabile. L'operazione di "trapianto dogmatico" di valori ambientalistici, fintantoché percepiti come alieni se non addirittura idiosincratici rispetto a questo modello, sconta dunque l'alto rischio di una "crisi di rigetto". Essa deve, perciò, esser sostenuta da un processo di profondo cambiamento culturale nel quale il giurista europeo, nel ripensare le fondamenta politiche e le *rationes* giuridiche del *Consumer Law*, deve ergersi a protagonista, compenetrando le istanze di sostenibilità ambientale nei tessuti connettivi delle regole e delle tutele consumeristiche²⁰.

Sul piano metodologico, la cassetta degli attrezzi del civilista deve, pertanto, essere necessariamente integrata dall'analisi ecologica e comportamentale delle discipline di regolazione dei rapporti di mercato, ossia dalla valutazione delle ricadute sul piano della sostenibilità ambientale delle condotte "regolate" dei loro attori protagonisti²¹.

II. DIGRESSIONE DI TAGLIO EMPIRICO SULL'IMPATTO AMBIENTALE DELLE RESTITUZIONI DA RECESSO NEL SETTORE DELLA MODA.

L'industria della moda mobilita un apparato produttivo che impiega enormi quantità di materie prime, collocandosi tra i settori produttivi più inquinanti sul pianeta. La produzione tessile necessita di ingenti quantitativi di acqua, oltre che dell'utilizzo dei terreni adibiti alla coltivazione del cotone e di altre fibre. Secondo le stime del Parlamento Europeo per fabbricare una sola maglietta di

from the Fifteenth Century to the Twenty-First, Londra, 2016; BAUMAN, Z.: *Consuming Life*, trad. it., *Consumo, dunque sono*, Roma, 2007.

- 20 Nella letteratura europea cfr. MICKLITZ, H.W.: "Squaring the Circle?", cit., pp. 229-230; MAK, V. - TERRY, E.: "Circular Economy", cit., pp. 227-248
- 21 L'importanza assunta dal *background* e della risposta comportamentale del recesso europeo è evidenziata, fra gli altri, da ESPOSITO, F.: "Conceptual Foundations for a European Consumer Law and Behavioural Sciences Scholarship", in *Research Methods in Consumer Law: A Handbook*, a cura di MICKLITZ, H.W. – SIBONY, A.L. - ESPOSITO, F., Cheltenham, 2018, pp. 61-63; BACCIARDI, E.: "Il recesso del consumatore", cit., passim; ID., "Il nuovo statuto", cit., p. 416 ss.; KARAMPATZOS, A.: *Private Law, Nudging*, cit., passim.; LUZAK, J.A.: "To Withdraw", cit., p. 15; SMITS, J.M., "The right", cit., 9. Più in generale l'ascesa della riflessione sull'analisi comportamentale, specie nel campo dei diritti dei consumatori, nella civilistica è testimoniata dagli studi di CATERINA, R.: *Psicologia della decisione e tutela del consumatore*, in *Analisi giur. dell'econ.*, 2012, p. 1 ss.; ID.: "Architettura delle scelte e tutela del consumatore", *Consum., dir. e merc.*, 2012, 73 ss.; AA.VV.: *I fondamenti cognitivi del diritto*, a cura di CATERINA, E., Milano, 2008; ZOPPINI, A.: "Contratto ed economia comportamentale", in *Enc. Dir., I Tematici, Contratto*, diretto da D'AMICO, G., Roma, 2021, p. 314 ss. Cfr. altresì BELLANTUONO, C.: "Razionalità limitata e regole contrattuali: promesse e problemi della nuova analisi economica del diritto", in *Liuc Papers n. 94*; AA.VV., *Oltre il soggetto razionale. Fallimenti cognitivi e razionalità limitata nel diritto privato*, a cura di ROJAS ELGUETA, G. - VARDI, N., Roma, 2014. Cfr. altresì AQUINO, P.: "Anomalie cognitive e scelte dei consumatori", *Cons., dir. e merc.*, 2008, p. 56; SIBONY, A.L.: "Can EU Consumer Law Benefit from Behavioural Insights? An Analysis of the Unfair Practices Directive", *EJPL*, 2014, p. 901 ss.

cotone occorrono 2.700 litri di acqua dolce, un volume pari a quanto una persona dovrebbe bere in due anni e mezzo²².

La produzione e il consumo di prodotti tessili a livello globale sono raddoppiati tra il 2000 e il 2015 e, confermando tale tendenza, entro il 2030 potrebbero triplicare. I cittadini europei consumano ogni anno quasi 26 kg di prodotti tessili e circa 5,8 milioni di tonnellate finiscono in discarica, in media 12 kg a persona²³. Questo *trend* è sospinto dall'avvento sul mercato globale della moda "usa e getta", ulteriormente accentuata dal fenomeno recente e ancor più estremo del cd. *ultra-fast fashion*²⁴. Ad amplificare le conseguenze di questo apparato ecologicamente insostenibile concorrono, in modo decisivo, gli acquisti sul web: il settore dell'abbigliamento *online* risulta fra i più rilevanti e sviluppati dell'e-commerce *business-to-consumer* europeo e mondiale.

A livello globale, si calcola che l'industria della moda sia responsabile del 10% delle emissioni globali di carbonio, un valore maggiore del totale di tutti i voli internazionali e del trasporto marittimo messi insieme. Nella sola UE, nel corso del 2020, il settore tessile è stato la terza fonte di degrado delle risorse idriche e dell'uso del suolo, il quarto settore per impatto sull'ambiente e sui cambiamenti climatici²⁵. Si stima che la produzione tessile sia responsabile di circa il

-
- 22 Cfr. il rapporto del Parlamento Europeo "L'impatto della produzione e dei rifiuti tessili sull'ambiente", del 29.12.2020 aggiornato al 27.3.2024, 2, disponibile su <https://www.europarl.europa.eu/topics/it/article/20201208STO93327/l-impatto-della-produzione-e-dei-rifiuti-tessilisull-ambiente-infografica>.
- 23 Una esecrabile vicenda di antistorico imperialismo europeo racconta che, nel solo 2021, in Kenya sono arrivati 900 milioni di indumenti usati da tutto il mondo. Di questi, quasi 150 milioni provenivano dall'Unione europea e dal Regno Unito. Un quantitativo di impossibile da gestire, soprattutto perché un capo di abbigliamento su tre contiene plastica: questo flusso tossico, continuo e crescente, genera conseguenze devastanti per l'ambiente e le comunità locali. Attualmente, oltre i due terzi (69%) dei tessuti sono realizzati in fibre di plastica, come nylon, poliestere e acrilico. Essendo di plastica, derivati dai combustibili fossili, petrolio e gas, non sono biodegradabili e rimangono nell'ambiente per secoli. Invia in Kenya 3.679.390 capi di abbigliamento ogni anno. Di questi circa 1 milione è spazzatura. Anche il Cile oggi è uno dei più grandi importatori di vestiti usati: nella regione di Iquique ne arrivano ogni anno 60.000 tonnellate; di questi, meno della metà vengono effettivamente rivenduti, il grosso finisce in discariche abusive nel deserto, creando problemi giganteschi alla cittadinanza e agli ecosistemi locali. Il Deserto di Atacama, una delle meraviglie del pianeta, è diventato una discarica a cielo aperto di vestiti scartati dall'Occidente.
- 24 Caso di scuola è Shein, marchio di moda cinese, rappresenta il simbolo dell'*ultra-fast fashion*: produce circa 7200 nuovi modelli al giorno e mette a disposizione dei consumatori più di 470 mila prodotti. Il raffronto con altri colossi della moda come H&M e Zara, che lo scorso anno hanno immesso sul mercato complessivamente 10.000 nuovi capi, è emblematico. L'intero processo produttivo è *data-driven* e *AI based*, si fonda cioè sul controllo capillare e massivo delle tendenze legate agli abiti che la gente visiona sui social media. Il processo produttivo è rapido e organizzato e i costi talmente bassi che Shein è in grado di riprodurre una tipologia di capo, intercettata dai suoi algoritmi in rete, in meno di dieci giorni. Grazie a questo approccio, nel giro di quattro anni la startup cinese è passata da una valutazione di 5 miliardi di dollari a una di 100 (più di Zara e H&M messe assieme), superando Amazon come app più scaricata negli USA e rastrellando più di 43 milioni di acquirenti in tutto il mondo. Sulla piattaforma, che ha le sembianze dei più popolari *social network*, i capi hanno prezzi irrisori (7500 articoli in media diversi sotto i 5 euro), che il consumatore può permettersi di ordinarne in blocco per avere la possibilità di sfoggiare un outfit diverso ogni giorno, spesso con un'accentuata tendenza all'usa e getta. Sul punto si veda <https://www.fanpage.it/attualita/ultra-fast-fashion-la-moda-tossica-che-sta-soffocando-il-pianeta/>.
- 25 Cfr. "L'impatto della produzione e dei rifiuti tessili sull'ambiente", cit., 3-4: lo studio riporta che sono stati necessari in media nove metri cubi di acqua, 400 metri quadrati di terreno e 391 chilogrammi di materie prime per fornire abiti e scarpe per ogni cittadino dell'UE.

20% dell'inquinamento globale dell'acqua potabile a causa dei vari processi chimici cui gli abiti vanno incontro, come la tintura e la finitura, e che il lavaggio di capi sintetici rilasci ogni anno 0,5 milioni di tonnellate di microfibre nei mari²⁶. Secondo l'Agenzia europea dell'ambiente, gli acquisti di prodotti tessili nell'UE, nel 2020, hanno generato circa 270 kg di emissioni di CO₂ per persona, pari a 121 milioni di tonnellate di gas serra²⁷.

Guardando più da vicino al problema delle restituzioni di capi d'abbigliamento da parte dei consumatori, negli Stati Uniti il fenomeno è in crescita vertiginosa, tanto che nel 2023 ha raggiunto un valore commerciale pari a 100 miliardi di dollari (sia per gli acquisti *online* che in negozio)²⁸. I resi *online* sono i più frequenti con un tasso di restituzione del 17,6%. Secondo uno studio condotto da Optoro, società di logistica dei resi, nel 2022 negli USA il totale dei resi (non esclusivamente nel settore della moda) ha causato 24 milioni di tonnellate di emissioni di CO₂, l'equivalente di 5 milioni di automobili in circolazione in un anno²⁹.

Guardando al Regno Unito, la gestione del processo dei resi, nel campo dell'abbigliamento, ha generato 750 mila tonnellate di emissioni di CO₂ nel 2022. In un recente *report*, il British Fashion Council stima che il 30% degli articoli di moda comprati *online* venga restituito³⁰. Nel solo Regno Unito 23 milioni di capi di abbigliamento restituiti sono finiti in discarica o bruciati nel 2022, determinando ulteriore inquinamento del suolo, dell'acqua e dell'aria.

In Germania, i tassi di restituzione di prodotti tessili acquistati variano tra il 20 e il 50% sul totale degli acquisti, più del doppio rispetto ai prodotti elettronici che, insieme ai vestiti, rappresentano quelli più acquistati *online*.

26 Secondo il menzionato report del Parlamento Europeo "L'impatto della produzione e dei rifiuti tessili sull'ambiente", 3, un unico carico di bucato di abbigliamento in poliestere può comportare il rilascio di 700.000 fibre di microplastica che possono finire nella catena alimentare. La maggior parte delle microplastiche derivanti dai tessili viene rilasciata durante i primi lavaggi. La moda veloce si basa sulla produzione di massa a prezzi bassi e volumi di vendita elevati che promuovono numerosi primi lavaggi. Il lavaggio dei prodotti sintetici ha portato a un accumulo pari a mezzo milione di tonnellate di microplastiche sul fondo degli oceani ogni anno. Oltre a questo problema globale, l'inquinamento generato dalla produzione di abbigliamento ha un impatto devastante sulla salute delle persone locali, degli animali e degli ecosistemi dove si trovano le fabbriche.

27 Si veda l'articolo intitolato "Come rendere più sostenibili il consumo e la produzione di prodotti tessili", del 27.8.2023, reperibile sul sito dell'*European Environmental Agency* <https://www.eea.europa.eu/it/articles/come-rendere-piu-sostenibili-il>.

28 Sono le stime della *National Retail Federation* statunitense, disponibili su <https://nrf.com/media-center/press-releases/nrf-and-appriss-retail-report-743-billion-merchandise-returned-2023>.

29 L'indagine del 2022, intitolata "Making Returns Better for Customers, Retailers, and the Planet", è disponibile *online*: https://4771362.fs1.hubspotusercontentna1.net/hubfs/4771362/2022%20Impact%20Report/Optoro_2022%20Impact%20Report.pdf.

30 Cfr. il report del British Fashion Council <https://www.britishfashioncouncil.co.uk/bfcnews/4717/SOLVING-FASHIONS-PRODUCT-RETURNS-AI> primo posto di questa speciale classifica troviamo l'abbigliamento, al secondo le scarpe e al terzo le borse. In 7 miliardi di sterline è stata calcolato il costo dei resi nel 2022 per l'e-commerce del settore moda. Una perdita di profitto considerato che circa la metà degli articoli restituiti vengono rimessi in vendita scontati del 40%.

Uno studio condotto da Greenpeace Italia fornisce dati illuminanti su un campione di ventiquattro prodotti d'abbigliamento acquistati sulle piattaforme digitali di otto giganti della *fast fashion* e poi restituiti secondo le rispettive condizioni contrattuali di "reso": ne è stato tracciato il tragitto e stimata la distanza percorsa dai vari mezzi di trasporto adoperati, allo scopo di valutare l'impatto ambientale delle restituzioni³¹. I risultati di questa indagine sono allarmanti: pacchi che viaggiano anche per decine di migliaia di chilometri, venduti e resi fino a tre volte, con nessun costo sostenuto dai consumatori "pentiti", irrisori per le aziende, ma insostenibile per il pianeta³². Alla luce di questa indagine, per ciò che più rileva -ai limitati fini di questa riflessione- il solo trasporto del capo reso comporterebbe un aumento dell'impatto di 1,95 kg CO₂eq (proporzionato in base al peso), pari cioè al 24% delle emissioni di carbonio³³.

Secondo la ricerca condotta dalla società di consulenza McKinsey, il 10% dei resi della moda finisce direttamente in discarica³⁴. Per di più, dal momento che le scorte vengono aggiornate sulla base del venduto, i resi non fanno che aumentare la sovrapproduzione³⁵. Ne consegue un ulteriore aggravio nell'impiego di risorse energetiche, materiali, imballaggi ed emissioni, di difficile quantificazione³⁶.

L'istantanea che emerge da questi dati, pur nella complessità della loro interpretazione, illustra come le restituzioni di beni conseguenti all'esercizio del recesso di pentimento -strumento di tutela *par excellence* del consumatore

31 Si veda l'indagine condotta da Greenpeace Italia e da Report del febbraio 2024, dal titolo "Moda in viaggio. Il costo nascosto dei resi *online*: i mille giri del fast fashion che inquina il pianeta", disponibile sul sito <https://www.greenpeace.org/static/planet4-italy-stateless/2024/02/d25c1da6-inchiesta-report-1.pdf>

32 La relazione mostra che i 24 capi di abbigliamento hanno percorso circa 100.000 chilometri attraverso 13 Paesi europei (inclusa la Svizzera) e la Cina. Sette capi d'abbigliamento hanno fatto una tratta in aereo volando complessivamente per oltre 34.000 chilometri. Sono stati venduti e rivenduti complessivamente 40 volte, con una media di 1,7 vendite per capo, e resi per ben 29 volte. 14 capi su 24, pari al 58% del totale, risultavano invenduti o stoccati e solo 10 effettivamente rivenduti. In media, un pacco è confezionato con 74 g di plastica e 221 g di cartone. L'impatto medio del trasporto di ogni ordine e reso è risultato pari a 2,78 kg di CO₂ equivalente (CO₂eq).

33 Così "Moda in viaggio. Il costo nascosto dei resi *online*: i mille giri del fast fashion che inquina il pianeta", cit., 24.

34 Si veda il rapporto stilato da McKinsey nel 2021 "Returning to order: Improving returns management for apparel companies", leggibile su <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/returning-to-order-improving-returns-management-for-apparel-companies>.

35 Lo ricorda il The Guardian, in un articolo del 31 marzo 2023, significativamente intitolato "Buy. Return. Repeat ... What really happens when we send back unwanted clothes?", che si può leggere su <https://www.theguardian.com/global-development/2023/mar/31/what-happens-when-we-send-back-unwanted-clothes>.

36 Secondo la ricerca condotta da Quantis Italia, un approccio sistemico e science-based consente di mappare i processi rilevanti e di individuare fra questi gli hotspot, ovvero le aree da aggredire con priorità per ridurre. Nello scenario di base, l'hotspot principale responsabile delle emissioni di gas serra del canale di distribuzione e-commerce è rappresentato dal *packaging* di consegna, che determina il 75% delle emissioni di gas serra. La logistica di spedizione e consegna contribuisce al 15% delle emissioni di gas serra. Lo shopping online, ovvero la ricerca del prodotto su siti web e il completamento dell'acquisto *online* da parte del consumatore, genera invece il 7% delle emissioni di gas serra. Assumendo un tasso di reso medio del 14%, la fase di *reverse logistics* contribuisce al 3% delle emissioni di gas serra. Nel caso di *player e-commerce* puri, per i quali il tasso di reso potrebbe arrivare al 50%, l'impatto di questa categoria sale a circa il 9% delle emissioni di gas serra per ordine di acquisto.

europeo- rappresentano una significativa concausa di un drammatico problema ambientale e climatico, sul quale devono essere puntati i riflettori degli studiosi.

3. EFFETTI COMPORTAMENTALI DELLA DISCIPLINA EUROPEA SUL RECESSO DEL CONSUMATORE E CONDOTTE OPPORTUNISTICHE DEI “RESTITUTORI SERIALI”.

Si è, dunque, appreso dalle evidenze ambientali che le restituzioni di beni conseguenti all'esercizio del diritto di recesso nei contratti a distanza cospirano al peggioramento di una situazione gravemente nociva per l'ecosistema. Ne riluce, su un piano generale, la tensione che può ingenerarsi tra le ragioni di protezione del consumatore e quelle di salvaguardia dell'ambiente e le asperità che è destinato a incontrare il civilista che voglia provare a coniugare ambedue le istanze valoriali.

Pur nella tendenziale omogeneità delle sue regole di esercizio, così come fissate dalla *Consumer Rights Directive* (dir. 2011/83/UE, del 25 ottobre 2011, di seguito CRD), il recesso del consumatore è invero figura cangiante e polivalente, capace cioè di assolvere scopi diversi in ragione delle differenti modalità di negoziazione e conclusione del contratto, della sua natura e del suo oggetto. Soffermandosi “a monte” sui presupposti del recesso del consumatore nell'ambito dei contratti a distanza aventi ad oggetto il trasferimento di beni materiali, la dottrina sostiene generalmente che esso mira a correggere una condizione strutturale, non emendabile, di asimmetria informativa tra professionista e consumatore: quest'ultimo non conoscendo le caratteristiche concrete dei beni che sta acquistando, non può valutarli adeguatamente³⁷. Attribuire un “cooling-off period” consente al consumatore di scrutinare, in modo più accurato, le *search qualities* del prodotto e, dunque, ripensare alla convenienza del contratto concluso ed eventualmente sciogliere il vincolo, sterilizzandone gli effetti³⁸. Il contraente debole viene, perciò, munito di uno *spatium deliberandi* di pentimento o ripensamento dell'adeguatezza dell'affare già concluso, emendando, per tale via, possibili “fallimenti” in cui siano incorse le relazioni di mercato.

37 In questo senso, in luogo di molti, SIRENA, P.: “Effetti e vincolo”, in Tratt. del contratto, diretto da ROPPO, V., III, Effetti, a cura di COSTANZA, M., 2° ed., 2022, p. 121 ss.

38 Il considerando 37 della *Consumer Rights Directive* chiarisce che al consumatore dovrebbe essere riconosciuto il diritto di recesso poiché “nel caso delle vendite a distanza non è in grado di vedere i beni prima di concludere il contratto. Per lo stesso motivo, al consumatore dovrebbe essere consentito di testare e ispezionare i beni che ha acquistato nella misura necessaria per stabilire la natura, le caratteristiche e il funzionamento dei beni”. La giurisprudenza della Corte di Giustizia è costante nel sostenere che il diritto di recesso sia “finalizzato a tutelare il consumatore nella particolare situazione di una vendita a distanza, in cui egli non ha in concreto la possibilità di visionare il bene o di prendere conoscenza delle caratteristiche del servizio prima della conclusione del contratto. Si reputa pertanto che tale diritto compensi lo svantaggio che risulta per il consumatore da un contratto a distanza, accordandogli un termine di riflessione appropriato durante il quale egli ha la possibilità di esaminare e testare il bene acquistato”: si veda CGUE, 27 marzo 2019, c-681/17, punti 34 e 42; 27 marzo 2019, c-681/17, punto 33; 23 gennaio 2019, C-430/17, punto 45, reperibili su <https://curia.europa.eu/>.

Ciò detto, mettendo invece a fuoco “a valle” l'analisi dei comportamenti degli attori del mercato ingenerati dalla regolamentazione europea e municipale del recesso del consumatore, emerge una serie di *effetti collaterali* estremamente significativi sul piano delle ripercussioni ecologiche sulle quali a momenti si tornerà³⁹.

Il riferimento corre a talune previsioni caratterizzanti della CRD: i) l'art. 9, par. 1, CRD che dispone un termine di quattordici giorni, decorrente dalla consegna del bene, per l'esercizio del diritto di recesso (recepito dall'art. 52, comma 1, cod. cons.), e il susseguente termine di ulteriori quattordici giorni per restituire i beni acquistati dal momento della comunicazione della decisione di recedere (art. 57, comma 1, cod. cons.). Entrambe le previsioni sono, com'è noto, derogabili convenzionalmente soltanto in favore del consumatore (art. 3, par. 6, CRD); ii) la disposizione che disegna il perimetro applicativo generale dello *ius poenitendi*, includendo i contratti negoziati fuori dai locali commerciali e i contratti a distanza, ma non i contratti stipulati all'interno dei locali commerciali (cd. *brick-and-mortar contracts*), con previsione di armonizzazione massima (art. 4 CRD); iii) la regola che, com'è noto, sancisce che il consumatore possa recedere “senza dover fornire alcuna motivazione e senza dover sostenere costi” (art. 9 CRD; art. 52, comma 1, cod. cons.), con eccezione di quelli previsti dalla direttiva medesima (artt. 13, par. 2 e 14, CRD; art. 56, comma 2 e 57 cod. cons.), previsioni derogabili ex *contractu* nel solo interesse del consumatore; iv) l'art. 14, par. 1, CRD ove ammette che il professionista possa impegnarsi anche a ritirare i beni dal consumatore, senza che questi debba sostenere neanche il costo della restituzione (art. 57, comma 1, cod. cons.); v) l'art. 14, par. 2, il quale chiama il consumatore a rispondere “unicamente della diminuzione del valore dei beni risultante da una manipolazione dei beni diversa da quella necessaria per stabilire la natura, le caratteristiche e il funzionamento dei beni” (art. 57, comma 2, cod. cons.).

Dalla prospettiva dei professionisti, il regime di derogabilità *in melius* ha innescato un meccanismo concorrenziale in virtù del quale la quasi totalità dei giganti del *fast fashion* hanno esteso i termini entro cui esercitare il recesso ben oltre i quattordici giorni dal ricevimento dei prodotti, così da aumentare le vendite e “fidelizzare” la clientela; nonché hanno previsto che i “resi” siano totalmente gratuiti, non dovendo il consumatore sopportare alcun tipo di costo, inclusi anche quelli relativi alla spedizione⁴⁰.

39 Secondo YILMA, K: “Scope of Rights of Withdrawal vis-à-vis Auctions under the Consumer Rights Directive”, *EuCML*, 2013, IV, p. 219, il recesso può determinare tanto un problema di *buyer opportunism*, ma anche un ulteriore *adverse effect* consistente nel favorire condotte di acquisto non razionale dei consumatori.

40 Guardando alle condizioni contrattuali di recesso e restituzione dei beni acquistati dai principali colossi della moda, la tendenza appare conclamata: Zara lascia immutato il termine legale di 14 giorni dalla consegna della merce, mentre estende a 30 giorni (decorrenti però dalla spedizione degli abiti) il termine per restituzione; il ritiro dei beni restituire al domicilio del consumatore è offerto a pagamento, sono consentiti i resi di beni acquistati *online* nel punto vendita fisico. Anche H&M conferma il termine legale di 14 giorni dalla consegna della merce, ed estende a 16 giorni dalla comunicazione del recesso il termine per restituire. Le restituzioni possono essere effettuate tanto in negozio, che presso punti di raccolta e

Dall'angolo visuale dei consumatori, i caratteri distintivi della libertà, che può trascendere nell'arbitrarietà, e gratuità del recesso hanno determinato il successo dell'istituto. Per di più, oltre la linea tracciata dalla nota giurisprudenza "Messner" della Corte di Giustizia⁴¹, al consumatore si attribuisce una facoltà di "manipolare" il bene per verificarne natura, caratteristiche e funzionamento -strumentale ad una valutazione consapevole della decisione di esercitare o meno il proprio diritto di recesso- che certo non gli spetterebbe nel camerino di un locale commerciale⁴².

Questi e altri fattori hanno trascinato il commercio *online* verso gli odierni *exploit*, facendo progressivamente propendere i consumatori verso l'acquisto su piattaforma digitale piuttosto che nei negozi fisici. Ne è, altresì, scaturito un duplice ordine di effetti comportamentali su consumatori, sempre più avvezzi al meccanismo

ritiro, che con corriere gratuitamente. Zalando allunga a cento giorni dal ricevimento del prodotto il lasso temporale entro il quale il consumatore può esercitare il recesso, provvedendo alla restituzione; queste ultime sono offerte gratuitamente dal professionista anche mediante il ritiro al domicilio e il trasporto. Analogamente Temu fissa un termine di 90 giorni decorrente dalla data di acquisto per provvedere alle eventuali restituzioni (interpretabili come forma concludente di esercizio del diritto di ripensamento); si precisa che la spedizione del reso è gratuita per il primo reso di uno o più articoli per ogni ordine. Shein prevede ulteriori 45 giorni per restituire i beni acquistati dal loro ricevimento. La prima "etichetta di reso" è gratuita per ogni ordine, le spese relative alle successive spedizioni sono a carico del consumatore. Asos non apporta modificazioni contrattuali ai termini di legge per l'esercizio del recesso e le conseguenti restituzioni da parte del consumatore, prevedendo invece che quest'ultimo non sarà tenuto a sostenere alcuna spesa.

- 41 Nella menzionata decisione della Corte giust. UE, 10.4.2008, causa C-412/06, nel caso Messner, ove si precisa che "Tuttavia, se anche la direttiva 97/7 mira a tutelare il consumatore nella particolare situazione di un contratto a distanza, essa non è intesa ad accordargli diritti che vadano oltre quanto necessario a consentirgli di esercitare effettivamente il suo diritto di recesso. Di conseguenza, il fine della direttiva 97/7 e, in particolare, il divieto stabilito al suo art. 6, nn. 1, secondo periodo, e 2, non osta, in linea di principio, alla normativa di uno Stato membro la quale imponga al consumatore il pagamento di un'equa indennità nel caso in cui egli abbia fatto uso del bene acquistato tramite un contratto a distanza in un modo incompatibile con i principi del diritto civile, quali la buona fede o l'arricchimento senza giusta causa" (parr. 25-27). Sul punto cfr. le riflessioni di PAGLIANTINI, S.: "La forma informativa degli scambi senza accordo: l'indennità d'uso del bene tra recesso ed abuso del consumatore", *Riv. dir. civ.*, II, 2010, p. 281 ss.; RENDE, F.: Il recesso comunitario, cit., p. 545 ss.; nonché WATSON, J.: "Withdrawal Rights", in *Research Handbook on EU Consumer and Contract Law*, a cura di TWIGG-FLESNER, C., Cheltenham, 2016, p. 241 ss. Rispetto alla giurisprudenza "Messner", la Corte di Giustizia sembra aver fatto un ulteriore passo avanti in favore dei consumatori, in seno alla menzionata decisione della Corte di Giustizia UE, 17 maggio 2023, C97/22: si afferma, infatti che "la direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori (cd. *Consumer Rights Directive*), del 25 ottobre 2011 deve essere interpretata nel senso che esonera il consumatore da qualsiasi obbligo di pagare le prestazioni fornite in esecuzione di un contratto negoziato fuori dei locali commerciali, qualora il professionista di cui trattasi non gli abbia trasmesso le informazioni di cui a tale articolo 14, paragrafo 4, lettera a), i), e tale consumatore abbia esercitato il suo diritto di recesso dopo l'esecuzione di tale contratto". Secondo DALMARTELLO, A.: "Il recesso del consumatore", cit., p. 2, "la Corte di Giustizia non nega spazi all'opportunità rimediale nella tutela individuale del consumatore, al quale pare riservare un ruolo non marginale, là dove conferisce una curvatura (almeno in apparenza) inedita al principio di ingiustificato arricchimento, ricostruito in chiave ancipite, distinguendo tra la pretesa del consumatore (sempre ammessa) e quella del professionista (viceversa, esclusa)". Va segnalato come si trattasse della specifica ipotesi dell'inadempimento da parte del professionista dell'obbligo informativo sulla sussistenza del diritto di recesso del consumatore in un contratto di prestazione di servizi: sul punto evidenzia BENEDETTI, A.M.: "Recesso del consumatore", cit., p. 977, nt. 124 "può ritenersi non scorretto l'uso anche intensivo ch'egli abbia fatto del bene durante il termine (lungo) per recedere, giacché egli non sapeva, per colpa del professionista inadempiente ai suoi obblighi, che il contratto poteva essere risolto facilmente e che il bene avrebbe poi dovuto essere restituito a controparte. Se l'avesse saputo, può presumersi ch'egli avrebbe usato il bene in modo diverso, o non l'avrebbe usato per niente".
- 42 Vedi LUZAK, J.A.: "To Withdraw", cit., p. 6; KARAMPATZOS, A.: *Private Law, Nudging*, cit., p. 94.

del recesso e delle restituzioni, di forte impatto sul piano ambientale⁴³. Un primo di natura "compulsiva": il consumatore che sa di poter recedere senza dover addurre motivazioni, senza dover sostenere alcun tipo di costo, entro un ampio lasso temporale, e potendo fare del bene sostanzialmente ciò che vuole, può essere incoraggiato ad acquistare incautamente, precipitosamente e ossessivamente. Diviene, in altri termini, succube della logica per cui "buy-first, reflect-later"⁴⁴, che lo porterà a comprare più del voluto e molto più del necessario, conscio della possibilità di restituire senza sopportare alcun apprezzabile sacrificio. Il che sul versante della sostenibilità ecologica – tralasciando le non banali considerazioni di ordine sociologico – genera evidenti risvolti negativi, per l'aumento dei livelli di produzione, di emissioni inquinanti per imballaggi e trasporti, di sprechi e rifiuti generati⁴⁵.

Il secondo ordine di effetti, correlato al primo, è di tipo "opportunistico": edotto del suo potere arbitrario di recesso, scevro da costi, entro un esteso arco temporale, e potendo fare del bene quasi tutto ciò che ritiene, il consumatore viene a situarsi in un'area *grigia* di *moral hazard* ove paiono legittimate forme di sfruttamento speculativo del rimedio di cui questi è stato equipaggiato in termini così laschi⁴⁶.

Dalla visuale privilegiata dei risvolti ambientali delle restituzioni da recesso, si staglia, in particolare, il problema dell'insostenibilità ecologica dei cd. restitutori seriali (*returnaholics*), soggetti che fanno abuso del congegno di tutela fondato sulla coppia recesso-restituzione⁴⁷. Diffusa è, ad esempio, la pratica del cd. *fittingrooming*, in cui i consumatori ordinano intenzionalmente più taglie e colori dello stesso capo d'abbigliamento, con l'intenzione di restituire tutti gli articoli tranne uno, mimando la funzione del camerino del negozio di vestiti⁴⁸. Altra condotta comune è il cd. *wardrobing*: un prodotto viene acquistato per un evento specifico, come un matrimonio, una festa o anche solo per produrre un contenuto digitale da

43 Cfr. SANTOS SILVA, M. – GARCIA-MICO, T.G.: "Cooling-off hot deals. a plea for green sludge in distance sales contracts. A Plea for Green Sludge in Distance Sales Contracts", in *Routledge Handbook of Private Law and Sustainability*, Londra, 2024, spec. p. 372 ss.

44 Cfr. LOOS, M.B.M.: "Rights of Withdrawal", cit., p. 15; nonché WATSON, J.: "Withdrawal Rights", cit., p. 245 ss.

45 Cfr. TERRY, E. – VAN GOOL, E.: "The Role of European Consumer", cit., spec. p. 98.

46 Sul punto v. KARAMPATZOS, A: *Private Law, Nudging*, cit., p. 88; già LOOS, M.B.M.: "Rights of Withdrawal", cit., p. 15.

47 In tema BEN-SHAHAR, O. – PORAT, A.: "Personalizing Mandatory Rules in Contract Law", *The University of Chicago Law Review*, 2019, p. 257, KARAMPATZOS, A: *Private Law, Nudging*, cit., p. 103; SANTOS SILVA, M. – GARCIA-MICO, T.G.: *Cooling-off hot deals*, cit., p. 375. Nella dottrina italiana, un primo riferimento, seppur da una diversa prospettiva, BACCIARDI, E.: "Usi e abusi", cit., p. 286.

48 Per un primo riferimento a studi sociologici di taglio empirico cfr. PEI, Z. – PASWAN, A.: "Consumers Legitimate and Opportunistic Product Return Behaviors in Online Shopping", *Journal of Electronic Commerce Research*, 2018, p. 301; CHANG, H.H. – YANG, T.S.: "Consumer Rights or Unethical Behaviors: Exploring the Impacts of Retailer Return Policies", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2022.

pubblicare sui *social network*, anche qui pianificando di restituirlo subito dopo l'impiego al fine di ottenere il rimborso del prezzo pagato⁴⁹.

In una singolare *eterogenesi dei fini*, questo tipo di condotte "predatorie" si pongono in aperta contraddizione con lo spirito originale del recesso consumeristico, mezzo di tutela del contraente debole, rimedio a una strutturale condizione di asimmetria di potere ed informazione nella quale versa il consumatore. Lungi dall'essere espressione di un ripensamento o di un pentimento, lo strumento viene piegato a una strategia opportunistica ponderata e premeditata del consumatore, che compra già deciso a venir meno all'impegno assunto e a restituire quanto comperato, approfittando del margine di *overprotection* che la normativa in parola determina.

IV. SEGUE. L' "ABUSO" DEL RECESSO CONSUMERISTICO E LE TUTELE DEL PROFESSIONISTA.

Ci si trova, pertanto, al cospetto di pratiche commerciali sleali "alla rovescia", tenute cioè dai consumatori nei confronti dei professionisti, tollerate, se non indotte, dalla disciplina consumeristica europea e aventi portata potenzialmente "plurioffensiva": oltre cioè a risultare, sul piano degli interessi generali, ecologicamente insostenibili, da una prospettiva strettamente negoziale deve esserne scrutinata la compatibilità con il principio di correttezza al quale, com'è noto, tutte le parti contrattuali, anche quella astrattamente debole, devono informare le rispettive condotte⁵⁰.

49 Per un'indagine empirica HJORT, K. – LANTZ, B.: "(R)e-Tail Borrowing of Party Dresses: An Experimental Study", 40 *Int. J. Ret. Distr. Man.*, 2002, p. 997.

50 L'attualità e la complessità del tema è corroborata dalla ricorrenza di decisioni nella quale è portata all'attenzione della Corte di Giustizia la questione del carattere abusivo dell'esercizio del rimedio del recesso da parte del consumatore, senza che tuttavia affronti in modo chiaro e rigoroso il problema, indulgendo in orientamenti "ultrapaternalistici" verso il consumatore: così è nel caso "BMW Bank" (CGUE, sentenza 21/12/2023, cause riunite n. C-38/21, C- 232/21 C- 47/21, in *Foro italiano*, 2024, n. 3, p. 152 con nota di SANTARPIA, D.: "Recesso di pentimento e abuso del diritto: il c.d. decalogo della grande sezione"; nonché il commento di PAGLIANTINI, S.: "Non tutte le civette sono la nottola di Minerva che inizia il suo volo sul far del crepuscolo: chiose, sul recesso di pentimento, a margine di 'BMW Bank'", ivi, p. 158) rispetto all'ipotesi dell'esercizio del recesso oltre l'integrale esecuzione delle prestazioni scaturenti dal contratto (di credito) dal quale il consumatore intenda svincolarsi, nel caso di inadempimento da parte del professionista dell'obbligo informativo relativo all'esistenza del diritto. Nel suo apparato argomentativo la Corte si chiede se il creditore possa eccipire l'abuso da parte del consumatore del diritto di recesso nell'ambito di un credito al consumo: in modo alquanto pilatesco, la Corte dapprima che la direttiva in materia non contiene disposizioni che disciplinino la questione dell'abuso, da parte del consumatore, dei diritti che la direttiva stessa gli conferisce; poi soggiungendo che "tuttavia, secondo una giurisprudenza consolidata, nel diritto dell'Unione esiste un principio generale di diritto secondo cui i singoli non possono avvalersi abusivamente o fraudolentemente delle norme del diritto dell'Unione (sentenza del 26 febbraio 2019, T Danmark e Y Denmark, C-116/16 e C-117/16, EU:C:2019:135, punto 70 e giurisprudenza ivi citata). Il rispetto di tale principio generale è obbligatorio per i singoli. Infatti, l'applicazione delle norme dell'Unione non può essere estesa sino a comprendere operazioni effettuate allo scopo di beneficiare fraudolentemente o abusivamente dei vantaggi previsti dal diritto dell'Unione". Analogamente, seppur in termini e contesti normativi differenti, è nel caso "Sofatutor" del recesso "postumo" da un contratto articolato in più fasi (contratto gratuito di abbonamento "in prova" di un servizio streaming che diviene a titolo oneroso, obbligando il consumatore a pagare un canone, dopo un mese di accesso e fruizione), che il consumatore pretenda di esercitare a partire dalla trasformazione in un servizio "a pagamento" (CGUE, sentenza 05/10/2023, n. C-565/22, in *Foro it.*, 2, 2024, p. 93 ss., con il commento di PAGLIANTINI,

Si dischiude, pertanto, la questione della configurabilità di un "abuso" del diritto di recesso da parte del consumatore rispetto al quale il giudizio può assumere due diverse declinazioni: un primo relativo alla sindacabilità delle motivazioni che muovano il consumatore nell'esercizio del diritto di recesso; un secondo concernente la valutazione a stregua di correttezza e buona fede della condotta da questi tenuta nel lasso di tempo durante il quale è esercitabile il diritto di ripensamento. Ciò al fine di verificare quali siano le tutele azionabili dal professionista e -per ciò che più interessa ai limitati fini di questo lavoro- se e quali effetti benefici possano sortire, sia pur indirettamente, sul piano della sostenibilità ambientale dei modelli di consumo.

Con riguardo al primo profilo, la lettera normativa europea e interna è volta, in modo incontrovertibile, a presidiare le motivazioni poste a fondamento dell'esercizio del diritto potestativo di scioglimento unilaterale del vincolo negoziale da parte del consumatore da ogni sorta di controllo ("senza dover fornire alcuna motivazione": art. 9, par. I, CRD e art. 54, comma I, cod. cons.)⁵¹. L'insindacabilità assoluta delle ragioni sottostanti all'esercizio del potere di recesso, così reso libero e persino arbitrario, persegue manifestamente il *telos* del ribilanciamento del gioco di forza delle parti a favore del consumatore: il quale risulterebbe fortemente depotenziato, se non del tutto vanificato, ove si sottoponesse *a posteriori* al vaglio di correttezza e buona fede il movente del consumatore che il legislatore *a priori* ha voluto schermare⁵². Evidentemente, una simile lettura implica un certo tasso di cinico calcolo, azzardo morale e, dunque, *consumer overprotection*. È, invero, nella natura delle cose che uno strumento di ideale tutela generalizzata e indistinta di una classe, invece molto eterogenea, di contraenti possa in concreto esser opportunisticamente ribaltato - in certi casi e da alcuni componenti della medesima classe - in un abuso di potere, in una forma di prevaricazione sulla controparte: in una singolare inversione di ruoli e rapporti di forza tra soggetto debole e forte. Tuttavia, oltre all'improbabile difficoltà di verificare caso per caso la bontà

S.: "La boutade del recesso di pentimento plurimo ed in memoriam, pro-consumatore, del "soddisfatti o rimborsati".

- 51 Secondo BENEDETTI, A.M.: "Recesso del consumatore", cit., p. 97. Sul punto cfr. ATELLI, M.: "Il problema della sindacabilità della decisione di esercizio dello ius poenitendi attribuito "ex lege" al consumatore", *Riv. crit. dir. priv.*, 2001, p. 359 ss.; nonché PILIA, C.: *Accordo debole*, cit., 388. Nella dottrina europea propendono, piuttosto, per la opportunità di un sindacato secondo *good faith* dell'esercizio del recesso da parte del consumatore TERRYN, E. - VAN GOOL, E.: "The Role of European Consumer", cit., p. 99.
- 52 D'altro canto, non sembra di per sé riproducibile il (già controverso) sindacato giudiziale sull'abuso del diritto di recesso - coniato, com'è noto, dalla giurisprudenza di legittimità in ordine alle modalità di esercizio del recesso *ad nutum* di fonte contrattuale ad opera del contraente forte nell'ambito della contrattazione tra imprese (l'assai nota pronuncia di Cass., 18 settembre 2009, n. 20106, in *I contratti*, 2010, p. 5, con commento critico di D'AMICO, G.: "Recesso ad nutum, buona fede ed abuso del diritto") - in seno ad una fattispecie nella quale, viceversa, si è dinanzi ad un recesso libero e discrezionale riconosciuto *ex lege* al consumatore, parte negoziale debole. Il primo è un potere (auto)attribuito *ex contractu* dalla parte forte, la cui discrezionalità serve a garantire libertà e agilità nel governare le relazioni con le controparti, che può trovare in ogni caso limite nel principio generale di correttezza; mentre il secondo è un diritto riconosciuto dalla legge al contraente debole, ove l'insindacabilità assoluta delle ragioni sottostanti serve a preservarne la funzione di riequilibrio dell'asimmetria di potere tra professionisti e consumatori. Cfr. BENEDETTI, A.M.: "Recesso del consumatore", cit., p. 977

delle motivazioni subietive del consumatore recedente, ragionare diversamente significherebbe minare alle radici l'effettività dello strumento di tutela.

D'altro canto, la perdurante incensurabilità dei motivi del recesso non equivale a ritenere che, in questo segmento dei rapporti tra professionisti e consumatore, si approdi in una sorta di *porto franco* entro il quale le condotte del consumatore siano affrancate dall'osservanza del dovere generale di correttezza. In altri termini, se lo "scudo" normativo impedisce, anche *obliqua via*, di mettere in discussione i *perché* della scelta del consumatore, non sembra invece essere inibito un controllo sul *quomodo*, vale a dire sulle modalità di esercizio del diritto da parte del consumatore e, specialmente, di (ab)uso del bene nel compasso temporale che si apre tra la conclusione del contratto e l'esercizio del recesso. Il sindacato di buona fede, precluso sul piano delle motivazioni interne del consumatore, si "riespande" allora alle forme esteriori di esercizio dello *ius poenitendi* e alle condotte da questi tenute nel predetto lasso di tempo. Così lascia intendere, d'altronde, l'art. 14, par. 2, CRD, allorché chiama il consumatore a rispondere di una diminuzione del valore del bene da restituire risultante da una manipolazione diversa da quella necessaria per stabilirne la natura, le caratteristiche e il funzionamento (art. 57, comma 2, cod. cons.), nella lettura resa dalla giurisprudenza europea⁵³. Sicché il consumatore che si sia servito del bene in modo da cagionarne una riduzione di valore o un eccessivo deterioramento, e poi si sia svincolato, deve essere chiamato a risarcire il danno cagionato al professionista. Tuttavia, la logica "sanzionatoria" del risarcimento del danno non sembra offrire rimedio adeguato ai professionisti per i casi menzionati del *fittingrooming* o del *wardrobing*, i quali non necessariamente postulano una qualche forma di perdita di valore o usura dei beni comperati e poi restituiti. Più calzante rispetto ai problemi sollevati all'attenzione dell'interprete pare la via dell'indennizzo da corrispondere al professionista per l'impovertimento e il conseguente arricchimento senza (più) causa ritratto dal consumatore che abbia tratto da quel bene utilità ulteriori e improprie rispetto a quelle derivanti dall'uso consentito dal menzionato art. 14 CRD: salvo poi dover circoscrivere il perimetro delle utilità ritratte dal consumatore che siano prodotte giuridicamente rilevante della fattispecie complessa contratto-abuso-recesso, per distinguerle da quelle che in essa trovino solo una mera *occasio*⁵⁴.

53 Sul punto la riflessione di PAGLIANTINI, S.: "La forma informativa", cit., pp. 88-93; nonché GUERINONI, E.: *I contratti del consumatore: principi e regole*, Milano, 2011, p. 421 e, più di recente, BACCIARDI, E.: "Usi e abusi", cit., p. 291.

54 Si pensi esemplificativamente all'arricchimento ritratto dall'*influencer*, che abbia indossato capi acquistati e poi restituiti per un contenuto digitale pubblicato su un profilo di un *social network*, da ricondurre principalmente alla sua popolarità e, quindi al numero di *follower* e di visualizzazioni. In questa esemplificazione, si potrebbe, a ben vedere, ritenere che a monte questo tipo di *influencer* non sia affatto un consumatore perché conclude l'acquisto entro l'ambito della propria attività professionale e non sia titolare, *ab ovo*, del diritto di recesso.

Tuttavia, dalla visuale privilegiata delle ripercussioni ecologiche del recesso del consumatore, tutte queste opzioni appaiono fondate ed esplorabili ma non risolutive: anzitutto, perché postulano un contenzioso giudiziale di dimensioni abnormi; in secondo luogo, perché rimangono, almeno in parte, confinate alla logica particolare del *case by case*; infine, perché l'interesse dei professionisti -nella logica dei grandi numeri, salvo casi liminali di eccessi e reiterazioni del recesso da parte di singoli consumatori- punta a favorire il più possibile acquisti e consumi, allargando le maglie del diritto di recesso dei consumatori anche a costo di tollerarne un esercizio alquanto disinvolto.

Si rende, pertanto, necessario prospettare *de lege ferenda* soluzioni generali che ricerchino un nuovo punto di equilibrio, pur inevitabilmente precario, tra le ragioni del mercato, le esigenze di tutela del consumatore e le pressanti preoccupazioni ambientali e climatiche.

V. PROPOSTE DI REVISIONE “SOSTENIBILI” DELLA DISCIPLINA EUROPEA DEL RECESSO DEL CONSUMATORE NEI CONTRATTI ONLINE.

Lo sforzo cui è chiamato il civilista europeo nell'ipotizzare prospettive di riforma della disciplina del recesso di pentimento -uno degli strumenti più effettivi ed efficaci di riequilibrio delle posizioni di forza sul mercato, faticosamente consolidato all'*acquis* europeo di protezione del consumatore- risulta improbo e alquanto indigesto. Tuttavia, l'urgenza della crisi ambientale e climatica lo rende altrettanto ineluttabile.

Preme chiarire che l'obiettivo, ancor'oggi utopico⁵⁵, di rendere circolari e sostenibili i processi di produzione e consumo, specie nel settore della moda, esige un approccio sistemico che investa globalmente, anzitutto, le regole sulla produzione ecosostenibile, in specie sull'impiego di materiali (come le fibre tessili) riciclati e riciclabili; l'espansione del mercato del *second hand* e di nuovi modelli di *business* per il noleggio di indumenti; il contrasto alle pratiche di *greenwashing*; lo sviluppo di canali di trasporto ecologicamente più sostenibili specie nel cd. *last mile* (ad esempio i cd. *pick-up points*)⁵⁶; la gestione responsabile dei rifiuti tessili; e, infine, il rafforzamento delle tutele del consumatore per le difformità nella vendita di beni⁵⁷.

55 Secondo la menzionata relazione di Greenpeace Italia, soltanto il 3% della moda è circolare e appena 1% dei nuovi abiti viene prodotto a partire da vecchi vestiti.

56 Cfr. PALSSON, H. - PETERSSON, F. - WINSLOTT HISSELIUS, L.: “Energy Consumption in E-Commerce versus Conventional Trade Channels-Insights into Packaging, the Last Mile, Unsold Products and Product Returns”, *Journal of Cleaner Production*, 2017, p. 765 ss.

57 Le iniziative d'avanguardia in questo campo provengono dalla Francia: segnatamente, una recente proposta di legge (*Proposition de loi de Mme Anne-Cécile Violland et plusieurs de ses collègues visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile, n°2129, déposée le mardi 30 janvier 2024*), approvata dall'Assemblea nazionale e sotto l'esame del Senato, al momento in cui si scrive, prevede che ogni e-commerce, accanto al prezzo dei prodotti, dovrà inserire informazioni sul loro impatto ambientale e messaggi che incoraggino il

Dalla dottrina europea più sensibile alla costruzione di modelli ecologicamente sostenibili di consumo sono state avanzate alcune proposte di revisione della disciplina del recesso nei contratti a distanza, tra le quali: a) la riduzione del termine entro il quale poter esercitare il diritto di recesso ed eseguire le restituzioni; b) l'imposizione di una *fee* che accompagni l'esercizio del diritto di recesso⁵⁸; c) la derogabilità dell'intera disciplina del recesso del consumatore; d) la creazione di *black-list* di consumatori che abusano del recesso di pentimento e la loro penalizzazione⁵⁹; e) la previsione di "*pre-cooling off period*", antecedenti cioè al perfezionamento dell'acquisto, per i restitutori seriali⁶⁰; f) l'estensione del novero delle eccezioni all'esercizio del diritto di recesso di cui all'art. 16 CRD⁶¹. La soluzione *sub a*), ossia la riduzione del periodo per l'esercizio del diritto di recesso, non risulta soddisfacente per due ragioni principali. In primo luogo, può determinare un effetto di esclusione dalla protezione di un consumatore che si comporta secondo correttezza, il quale non abbia tempo sufficiente per valutare la bontà del prodotto. In secondo luogo, alcuni studi dimostrano che i consumatori sono più propensi a esercitare il diritto di recesso quando hanno a disposizione meno tempo per farlo, per la naturale inclinazione umana alla procrastinazione e il cd. *optimistic bias*, che porta i consumatori a credere che, alla fine, restituiranno tempestivamente il prodotto⁶².

Analogamente, non convincono le proposte *sub b*) e c) che prevedono l'imposizione di una *fee* a carico del consumatore correlata all'esercizio del diritto di recesso ovvero che optano per la natura pienamente dispositiva e derogabile della regolamentazione positiva del recesso. Vero è che consentire una scelta individuale al consumatore sul riconoscimento di siffatto diritto secondo un meccanismo di *opt-in*, che si riverberi sul prezzo del prodotto, potrebbe essere astrattamente la soluzione preferibile sul piano dell'efficienza e concorrenzialità dei mercati. Tuttavia, ciò costringerebbe il consumatore a decidere se il recesso valga l'aumento di prezzo che sarebbe tenuto a versare al professionista, con

riuso e la riparazione così da limitare le pratiche "usa e getta" tipiche del fast fashion. L'art. 2 della proposta introduce una vera e propria tassa (un sovrapprezzo che andrà da 5 a 10 euro) basata sul principio europeo della responsabilità estesa del produttore: il produttore deve, cioè, assumersi la responsabilità di gestire tutte le fasi del ciclo di vita del prodotto – dalla sua produzione al suo smaltimento – secondo il quadro normativo europeo. La tassa da aggiungere al prezzo base del capo dipenderà quindi anche dal suo impatto ambientale e dalla stima delle emissioni di carbonio connesse al suo ciclo di vita. L'ultimo articolo limita la pubblicità relativa ad articoli di *fast fashion* e *ultra-fast fashion*. Uno dei marchi citati esplicitamente nella proposta di legge è Shein, uno dei più inquinanti del settore, i cui prodotti sono stati anche al centro della nostra indagine che ha rilevato nei vestiti la presenza di sostanze chimiche pericolose superiori ai livelli consentiti dalla legislazione europea. Inoltre, in base alla menzionata proposta di legge, tutti gli introiti che verranno generati dalle sanzioni saranno usati per gestire la raccolta, lo smistamento e il trattamento dei rifiuti tessili, ma anche per erogare dei bonus alle aziende che sceglieranno di produrre i capi partendo da principi di circolarità e di finanziare campagne pubbliche sull'impatto ambientale del *fast fashion*.

58 Cfr. KARAMPATZOS, A.: *Private Law, Nudging*, cit., p. 98 ss.

59 Così WATSON, J.: "Withdrawal rights", cit., p. 247.

60 Vedi SANTOS SILVA, M. - GARCÍA-MICÓ, T.G.: "Cooling-off hot deals", cit., p. 376.

61 Cfr. TERRY, E. - VAN GOOL, E.: "The Role of European Consumer", cit., p. 97.

62 *Ibidem*, p. 96.

un effetto negativo sul piano dei livelli generali di protezione dei consumatori europei⁶³. Per un verso, simile scenario potrebbe sortire un *disparate impact* sui consumatori che agiscono secondo correttezza, i quali potrebbero non essere in grado o non esser disposti a pagare per la titolarità di tale diritto⁶⁴. Soprattutto, si tratta di una soluzione fortemente antidemocratica e non inclusiva, poiché tende appunto ad escludere proprio quei consumatori meno abbienti che più avrebbero bisogno di esser tutelati. Si finirebbe per seguire una logica del "prezzo" dei diritti, che rischia di penalizzare le fasce più deboli e, in ogni caso, di intaccare la libertà e genuinità della scelta del consumatore medio che preferisca risparmiare piuttosto che irrobustire il proprio ventaglio di rimedi.

Non persuasivi paiono, altresì gli approcci *sub d)* ed *e)* che suggeriscono la redazione di liste di "proscrizione" o l'imposizione di periodi di *cooling-off* anticipato: tanto per la loro dubbia effettività sul piano attuativo; quanto, soprattutto, per l'eccessiva invasività della libertà, della riservatezza, della protezione dei dati personali dei consumatori.

Con riguardo alla proposta *sub f)*, l'introduzione di due ulteriori eccezioni alle categorie di beni per i quali sia escluso l'attribuzione del diritto di recesso -come i beni che non possono essere rivenduti come nuovi⁶⁵, nonché i prodotti "monouso" non vietati dalla direttiva sulle plastiche monouso⁶⁶- rischia di andare nella direzione dello svuotamento di contenuto precettivo la norma generale e di invertire sostanzialmente il rapporto tra regola ed eccezione⁶⁷.

63 Secondo il modello della "*mandated-choice*" suggerito dalla *Behavioural Law and Economics*, che vuol porsi in posizione mediana tra la tecnica legislativa della regola imperativa e quella della regola derogabile dai privati, imponendo una "libera, ma necessaria" scelta al consumatore tra alternative già prefissate dal legislatore: così KARAMPATZOS, A.: *Private Law, Nudging*, cit., p. 98 ss., il quale descrive il prezzo del recesso come una sorta di premio assicurativo contro il rischio di dover o voler restituire il prodotto; già EIDENMÜLLER, H.G.M.: "*Why Withdrawal*", cit., pp. 134-139.

64 In letteratura, si veda TERRY, E. - VAN GOOL, E.: "*The Role of European Consumer*", cit., p. 99.

65 Dal punto di vista dell'analisi economica del diritto, nella cornice della quale è evidentemente sinora assente ogni considerazione sul piano della sostenibilità ambientale delle condotte e delle scelte degli agenti di mercato, Cfr. BEN-SHAHAR, O - POSNER, E.A.: "*The Right to Withdraw*", cit., p. 115, per i quali "if the depreciation of a good following consumer's use is substantial, no right of withdrawal should be permitted".

66 Il riferimento va alla Direttiva (UE) 2019/904 sulla riduzione dell'incidenza di determinati prodotti di plastica sull'ambiente.

67 Estremamente significativa è l'interpretazione teleologica che la CGUE (sentenza del 27 marzo 2019, c-681/17, cit.) rende dell'articolo 16, lettera e), della direttiva 2011/83 rispetto alla nozione di "beni sigillati che non si prestano ad essere restituiti per motivi igienici o connessi alla protezione della salute e sono stati aperti dopo la consegna", per i quali il consumatore non può vantare il diritto di recesso dal contratto di acquisto. Ad avviso del giudice europeo, si deve ritenere che tale eccezione al diritto di recesso si applica soltanto se, una volta aperto il suo imballaggio, il bene da esso contenuto non sia definitivamente più in condizione di essere commercializzato, per motivi igienici o connessi alla protezione della salute, poiché è impossibile o eccessivamente difficile, a causa della natura stessa di tale bene, che il professionista adotti misure che consentano di rimetterlo in vendita senza per questo nuocere all'una o all'altra di tali esigenze. Pertanto, secondo la Corte, tale previsione deve essere interpretata nel senso che non rientra ai sensi di tale disposizione, un bene come un materasso, la cui protezione sia stata rimossa dal consumatore dopo la consegna dello stesso. La Corte soggiunge che "sotto il profilo del diritto di recesso, un materasso può essere equiparato a un indumento": è pacifico che numerosi indumenti, qualora siano provati conformemente alla loro destinazione, possono entrare direttamente in contatto con il corpo umano, cosa che non può essere esclusa nel caso dei materassi, senza tuttavia essere soggetti nella prassi a requisiti di

Punto di partenza di una diversa proposta risiede in ciò, che il diritto di recesso del consumatore nei contratti a distanza non possa *d'emblée* scomparire dalla legislazione europea e, di riflesso, essere rimesso alla libera contrattazione tra professionisti e consumatori, per l'evidente rischio di veder demolita, o fortemente compromessa, l'intera impalcatura su cui si regge il diritto europeo dei consumatori. Ciò nella consapevolezza più generale che il fine della sostenibilità ecologica del modello di produzione e consumo non possa esser perseguito passando da una radicale regressione del grado di protezione dei consumatori, quanto piuttosto per il tramite di modalità di attuazione delle tutele consumeristiche che "mettano a bilancio" anche le ricadute ambientali che ne scaturiscono.

Un primo tassello del processo di revisione della regolamentazione del recesso nei contratti conclusi *online* potrebbe essere rappresentato dalla piena inderogabilità della disciplina positiva, volta a escludere anche pattuizioni contrattuali di maggior favore per il consumatore: ciò per ridurre i margini di *consumer overprotection* attualmente consentiti e disincentivare condotte opportunistiche ecologicamente insostenibili. Sul piano delle politiche concorrenziali, i mercati digitali sono ormai talmente maturi da poter sopportare il venir meno di questo incentivo alla contrattazione a distanza, la quale anzi tende a fagocitare il commercio locale. Sul versante della protezione del consumatore, la contrazione del livello di tutela sarebbe complessivamente contenuta alla rigidità dei termini di recesso e delle consequenziali restituzioni e alla circostanza che questi sarebbe sempre chiamato a sostenere le spese di spedizione: tali lievi modificazioni potrebbero rappresentare un primo correttivo ad una eccessiva propensione al "reso".

Accanto allo strumento più classico ed "impersonale" della disposizione di legge di natura inderogabile, limitativa dell'autonomia contrattuale di ambedue i paciscenti, deve riflettersi altresì sull'opportunità di introdurre regole che, in chiave promozionale⁶⁸, orientino e incentivino il consumatore *uti singulus* a compiere decisioni di consumo *green* anche al momento della scelta delle modalità di restituzione dei beni a seguito dell'esercizio del recesso. In chiave di personalizzazione della regola⁶⁹, pare auspicabile l'introduzione di un obbligo per

protezione speciale per evitare tale contatto al momento della prova [...] anche in caso di contatto diretto di tali beni con il corpo umano, si può presumere che il professionista sia in grado, dopo la loro restituzione dal parte del consumatore, mediante un trattamento come pulitura o disinfezione, di rendere detti beni idonei a un nuovo utilizzo da parte di un terzo e, pertanto, a una nuova commercializzazione, senza compromettere le esigenze di protezione della salute o igieniche. Tuttavia, conformemente all'articolo 14, paragrafo 2, della direttiva 2011/83, letto alla luce del suo considerando 47, il consumatore è responsabile della diminuzione del valore di un bene risultante da manipolazioni dei beni diverse da quelle necessarie per stabilire la natura, le caratteristiche e il funzionamento dello stesso, senza tuttavia decadere dal proprio diritto di recesso (v., per analogia, sentenza del 3 settembre 2009, Messner, C-489/07, EU:C:2009:502, punto 29)".

68 Sulla funzione promozionale del diritto è d'obbligo la citazione di BOBBIO, N.: "Sulla funzione promozionale del diritto", *Riv. trim. dir. proc. Civ.*, 1969, pp. 1312-1329, ora in *Dalla struttura alla funzione. Nuovi studi di teoria del diritto*, Roma-Bari, 2007, p. 3 ss.

69 È sempre più consistente e variegato il panorama scientifico, specialmente dalla prospettiva dell'AEL, che mette in dubbio l'approccio impersonale *one size fits all* tipico della disposizione di legge generale e

il professionista di differenziazione dei costi delle diverse opzioni di restituzione rispetto alle quali il consumatore avrebbe facoltà (e onere) di scelta: meno onerose (ma non *zero price*) qualora siano verdi (ad esempio, in un punto di ritiro vicino casa ovvero secondo lo schema del *buy online-return in store*); per converso, con funzione deterrente, significativamente più costose se meno sostenibili. In tal modo, non si perseguirebbe la cruda logica della negoziabilità e monetizzazione dei diritti del consumatore, quanto piuttosto quella responsabilizzazione sulle ricadute ambientali delle scelte di consumo, resa più consapevole ed “appariscante” dalla sua traduzione in termini economici. In sede di esercizio del diritto di recesso, sarà necessario, altresì, prevedere l'obbligo del professionista di fornire informazioni mirate e personalizzate volte ad accrescere la trasparenza e la conoscenza del consumatore in merito all'impatto ambientale delle diverse forme di consegna⁷⁰.

Lungo questo processo, si potrebbe, altresì, valutare la concreta fattibilità dell'introduzione di un'eccezione all'applicazione del diritto di recesso del consumatore per i contratti di acquisto *online* che abbiano ad oggetto capi d'abbigliamento al di sotto di un certo valore, al fine di scoraggiare punte estreme ecologicamente intollerabili del fenomeno della *fast fashion*.

Se queste possano rappresentare tappe intermedie che conducano al più drastico esito finale della limitazione o radicale eliminazione del diritto di recesso dalla disciplina europea dei contratti a distanza, è ancora epilogo incerto e, al momento, alquanto improbabile. Certo è, invece, che la dimensione ecologica del consumo rappresenti, tuttora, un *punto cieco* della legislazione consumeristica europea: di talché, di fronte alle incalzanti sfide della crisi ecologica e climatica rispetto alle quali l'Unione Europea si candida al ruolo di *leader* nell'assetto geopolitico globale, deve considerarsi concluso il primo capitolo della storia del diritto europeo dei consumatori e ancora tutte da scrivere le nuove pagine. In esse sembra prender forma un diritto privato dei consumatori sempre più eccentrico rispetto alle logiche del diritto comune perché sempre più “contaminato” dal perseguimento di interessi generali e pubblicitari quale la sostenibilità ambientale dei modelli di produzione e consumo.

astratta, propendendo per differenti modelli di normazione più “personalistici” affidati ora alla tecnica della *personalized default rule* ora dell'*active choice* ora della *mandated choice* dello specifico destinatario della regola: per un primo riferimento cfr. SUNSTEIN, C.: “Impersonal default rules vs. active choices vs. personalized default rules: a triptych”, 2013, disponibile sul sito: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2171343; HACKER, P.: “Personalizing EU private law: from disclosures to nudges and mandates”, *Eur. Rev. Priv. Law*, 2017, pp. 651–679; BUSCH, C.: “Implementing personalized law: personalized disclosures in consumer law and data privacy law”, *Univ. Chicago Law Rev.*, pp. 309–331; BEN-SHAHAR, O. – PORAT, A.: “Personalizing mandatory”, cit., pp. 255-282; VERSTEIN, A.: “Privatizing personalized law”, ivi, pp. 551–580; CASEY, A. – NIBLETT, A.: “The death of rules and standards”, *Indiana Law J.*, 2019, pp. 1401–1447. Con specifico riguardo alla disciplina del recesso v. KARAMPATZOS, A. - ILIĆ, N.: “Law and Economics of the Withdrawal Right in EU Consumer Law”, *Review of Law & Economics*, 2023, pp. 435-452.

70 Il dovere di *disclosure* del professionista concernente le ripercussioni ambientali delle scelte del consumatore deve indubbiamente far parte della complessiva strategia normativa attraverso la quale perseguire la sostenibilità dei consumi, ma non può costituir l'unico strumento per il noto rischio di *information overloading* cui va incontro il consumatore: sul punto cfr., *ex plurimis*, BEN-SHAHAR, O. - SCHNEIDER, C.E.: *More Than You Wanted to Know. The Failure of Mandated Disclosure*, Princeton, 2014.

BIBLIOGRAFÍA

AA.VV.: *Consumer Protection in a Circular Economy*, a cura di KEIRSBILCK, B. - TERRYIN, E., Cambridge – Antwerp – Chicago, 2019.

AA.VV.: *Oltre il soggetto razionale. Fallimenti cognitivi e razionalità limitata nel diritto privato*, a cura di ROJAS ELGUETA, G. - VARDI, N., Roma, 2014.

AA.VV.: *I fondamenti cognitivi del diritto*, a cura di CATERINA, E., Milano, 2008;

ALESSI, R.: “Consensus ad idem e responsabilità contrattuale, in Il contratto e le tutele: prospettive di diritto europeo”, a cura di MAZZAMUTO, S., Torino, 2002.

AQUINO, P.: “Anomalie cognitive e scelte dei consumatori”, *Cons., dir. e merc.*, 2008.

ATELLI, M.: “Il problema della sindacabilità della decisione di esercizio dello ius poenitendi attribuito “ex lege” al consumatore”, *Riv. crit. dir. priv.*, 2001.

ATTANASIO, C.: *Profili ricostruttivi del diritto privato regolatorio*, Napoli, 2022.

AUGENHOFER, S.: *European Commission’s Public Consultation on Sustainable Consumption of Goods – Promoting Repair and Reuse*, 2022, reperibile sul sito <https://www.europeanlawinstitute.eu>.

AUGENHOFER, S. ET AL.: *Feedback of the European Law Institute on the European Commission’s Proposal for a Directive on Common Rules Promoting the Repair of Goods (COM(2023) 155 final)*, 2023, reperibile sul sito <https://www.europeanlawinstitute.eu>.

BACCIARDI, E.: “Il nuovo statuto del diritto di ripensamento tra efficienza del mercato e razionalità (limitata) dei consumatori”, *Nuova giur. civ. comm.*, III, 2017.

BACCIARDI, E.: *Il recesso del consumatore nell’orizzonte delle scienze comportamentali*, Torino, 2019

BACCIARDI, E.: “Usi e abusi del diritto di ripensamento”, *Pactum*, 2022.

BARCELLONA, M.: “L’interventismo europeo e la sovranità del mercato: le discipline del contratto e i diritti fondamentali”, *Eur. e dir. priv.*, 2011.

BATTELLI, E.: “L’attuazione della direttiva sui consumatori tra rimordenizzazione di vecchie categorie e “nuovi” diritti”, *Eur. e dir. priv.*, 2014.

BAUMAN, Z.: *Consuming Life*, trad. it., *Consumo, dunque sono*, Roma, 2007.

BECHER, S. - BAR GILL, O.: "Consumer Protection", *Harvard Public Law Working Paper*, n. 18-42, 2012, disponibile su <https://ssrn.com/abstract=3194411>.

BELLANTUONO, C.: "Razionalità limitata e regole contrattuali: promesse e problemi della nuova analisi economica del diritto", in *Liuc Papers*, n. 94.

BEN-SHAHAR, O. – POSNER, E.A.: "The Right to Withdraw in Contract Law", *The Journal of Legal Studies*, 2011.

BEN-SHAHAR, O. - SCHNEIDER, C.E.: *More Than You Wanted to Know. The Failure of Mandated Disclosure*, Princeton, 2014.

BEN-SHAHAR, O. – PORAT, A.: "Personalizing Mandatory Rules in Contract Law", *The University of Chicago Law Review*, 2019.

BENEDETTI, A.M.: "La difesa del consumatore dal contratto: la natura "ambigua" dei recessi di pentimento", in *Annali del contratto*, Torino, Giappichelli, 2011.

BENEDETTI, A.M.: "Recesso del consumatore", in *Enc. dir. Annali*, IV, Milano, 2011.

BENEDETTI, G.: "Tutela del consumatore e autonomia contrattuale", *Riv. trim. dir. proc. civ.*, 1998.

BOBBIO, N.: "Sulla funzione promozionale del diritto", *Riv. trim. dir. proc. Civ.*, 1969, ora in *Dalla struttura alla funzione. Nuovi studi di teoria del diritto*, Roma-Bari, 2007.

BUSCH, C.: "Implementing personalized law: personalized disclosures in consumer law and data privacy law", *Univ. Chicago Law Rev.*

CASEY, A. – NIBLETT, A.: "The death of rules and standards", *Indiana Law J.*, 2019.

CATERINA, R.: "Architettura delle scelte e tutela del consumatore", *Consum., dir. e merc.*, 2012.

CATERINA, R.: Psicologia della decisione e tutela del consumatore, in *Analisi giur. dell'econ.*, 2012.

CATERINI, E.: *Sostenibilità e ordinamento civile. Per una riproposizione della questione sociale*, Napoli, 2018.

CHANG, H.H. –YANG, T.S.: “Consumer Rights or Unethical Behaviors: Exploring the Impacts of Retailer Return Policies”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2022.

CHERUBINI, M.C.: *Tutela del “contraente debole” nella formazione del consenso*, Torino, 2005.

COLLINS, J.: *Regulating Contracts*, Oxford, 1999.

COMPARATO, G.: “Public policy through private Law: Introduction to a debate on European Regulatory Private Law”, *Eur. L.J.*, 2016.

COMPARATO, G.: “What is European Regulatory Private Law? Stakes and perspectives”, *Revue internationale de droit économique*, 2018.

CONFORTINI, C.: “A proposito del ius poenitendi del consumatore e della sua discussa natura”, *Eur. dir. priv.*, 2017.

CUFFARO, V.: “Nuovi diritti per i consumatori: note a margine del d.lgs. 21 febbraio 2014, n. 21”, *Corr. giur.*, 2014.

D'ACUNTO, L.: *Recesso e autotutela nei rapporti di consumo*, Napoli, 2018.

D'AMICO, G.: “Recesso ad nutum, buona fede ed abuso del diritto”, in *I contratti*, 2010.

DALIA, C.: “Il recesso consumeristico da libera valutazione dell'affare”, *Riv. dir. priv.*, 2015.

DALMARTELLO, A.: “Il recesso del consumatore tra tutela del mercato e del soggetto debole”, in *Liber Amicorum per Aldo A. Dolmetta*, a cura di GINEVRA, E. ET AL., Pisa, 2021.

DALMARTELLO, A.: “Il recesso del consumatore come rimedio nel canone della Corte di giustizia UE tra regolazione del mercato e “opportunismo” della parte protetta”, in *Dialoghi di Diritto dell'Economia*, 2023.

DE CRISTOFARO, G.: “La disciplina unitaria del “diritto di recesso”: ambito di applicazione, struttura e contenuti essenziali”, in *I principi del diritto comunitario dei contratti. Acquis communautaire e diritto privato europeo*, a cura di DE CRISTOFARO, G., Torino, 2009.

DE CRISTOFARO, G.: “Il regime dei contratti a distanza e fuori dai locali commerciali”, in *Trattato dei contratti*, diretto da ROPPO, V. - BENEDETTI, A.M., Vol. 5, Mercati regolati, Milano, 2014.

DE NOVA, G.: *Il contratto ha forza di legge*, Milano, 1993.

DE NOVA, G.: "voce Recesso", in *Dig. disc. priv., sez. civ.*, XVI, Torino 1997.

DEAN, M.: "Foucault and the Neoliberalism Controversy", in *The SAGE Handbook of Neoliberalism*, a cura di CAHILL, D. – COOPER, M. – KONINGS, M. E PRIMROSE, D., Londra, 2018.

DELFINI, F.: "La novella del codice del consumo in tema di contratti a distanza dei consumatori", *Giustiziacivile.com*, 2014.

DENOZZA, F.: "Il mercato, e la sua tutela, tra diritto privato "relazionale" e diritto privato "regolatorio", *Accademia*, 2024.

DUQUING, C. - REICH, R. H.: "Data governance: Digital product passports as a case study", *Competition and Regulation in Network Industries*, 2023.

DWORKIN, R.: "The model of rules", *U. Chi. L. rev.*, 1967.

DWORKIN, R.: *Law's Empire*, Cambridge, 1986.

EIDENMÜLLER, H.G.M.: "Why Withdrawal Rights?", *ERCL*, 2011.

ESPOSITO, F.: "Conceptual Foundations for a European Consumer Law and Behavioural Sciences Scholarship", in *Research Methods in Consumer Law: A Handbook*, a cura di MICKLITZ, H.W. – SIBONY, A.L. - ESPOSITO, F., Cheltenham, 2018.

FARNETI, M.: "Il nuovo recesso del consumatore dai contratti negoziati fuori dai locali commerciali e a distanza", *Nuove leggi civ. comm.*, 2014.

GABRIELLI, G.: *Vincolo contrattuale e recesso unilaterale*, Milano, 1985,

GABRIELLI, G. - PADOVINI, F.: "Recesso (diritto privato)", in *Enc. dir.*, XXXIX, Milano, 1988.

GRANDI, M.: "Lo jus poenitendi nella direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori", *Contr. impr./Eur.*, I, 2013.

GRANELLI, C.: "Diritti dei consumatori" e tutele nella recente novella del Codice del consumo", *Contratti*, 2015.

GUERINONI, E.: *I contratti del consumatore: principi e regole*, Milano, 2011.

HACKER, P.: "Personalizing EU private law: from disclosures to nudges and mandates", *Eur. Rev. Priv. Law*, 2017.

HESSELINK, M.W.: "Contract theory and EU contract law", in *Research Handbook on EU Consumer and Contract Law*, Cheltenham, 2016.

HJORT, K. – LANTZ, B.: "(R)e-Tail Borrowing of Party Dresses: An Experimental Study", *40 Int. J. Ret. Distr. Man.*, 2002.

IMBRUGLIA, D.: "Mercato unico sostenibile e diritto dei consumatori", *Persona e mercato*, 2021.

KARAMPATZOS, A.: *Private Law, Nudging and Behavioural Economic Analysis. The Mandated-Choice Model*, Londra, 2020.

KARAMPATZOS, A. - ILIĆ, N.: "Law and Economics of the Withdrawal Right in EU Consumer Law", *Review of Law & Economics*, 2023.

KENNEDY, D.: "Three Globalizations of Law and Legal Thought", in *The New Law and Economic Development: A Critical Appraisal*, a cura di TRUBEK, D.M. – SANTOS, A., Cambridge, 2006.

LIPARI, N.: "Premesse per un diritto civile dell'ambiente", *Riv. dir. civ.*, 2024.

LOOS, M.B.M.: "Rights of Withdrawal", in *Modernising and Harmonising Consumer Contract Law*, a cura di HOWELLS, G. – SCHULZE, R., Berlino, 2009.

LUZAK, J.A.: "To Withdraw or Not to Withdraw or Not to Withdraw? Evaluation of the Mandatory Right of Withdrawal in Consumer Distance Selling Contracts Taking into Account Its Behavioural Effects on Consumers", in *Centre for the Study of European Contract Law Working Paper*, Amsterdam Law School Legal Studies Research Paper, 2013.

MAK, V. - TERRY, E.: "Circular Economy and Consumer Protection: The Consumer as a Citizen and the Limits of Empowerment through Consumer Law", *Journal of Consumer Policy*, 2020, p. 227 ss.

MICHEL, A.: "The design and production stage: ecodesign requirements", in *Consumer Protection in a Circular Economy*, a cura di KEIRSBILCK, B. - TERRY, E., Cambridge – Antwerp – Chicago, 2019.

MICKLITZ, H.: "The Visible Hand of European Regulatory Private Law. The Transformation of European Private Law from Autonomy to Functionalism", in *EUI Law*, 2008

MICKLITZ, H.W.: "Squaring the Circle? Reconciling Consumer Law and the Circular Economy", *EuCML*, 2019.

MICKLITZ, H.W. ET AL.: "E-Commerce and the Trade-Off between Consumer Protection and Sustainability", in Publication of the Advisory Council for Consumer Affairs, 2020, reperibile su www.svrverbraucherfragen.de/en/

MONTI, G.: "The European Climate Law: Making the Social Market Economy Fit For?", *Common Market Law Review*, 2021.

MOROTTI, E.: "I frequenti recessi del consumatore e il rifiuto di contrarre del professionista nel commercio elettronico", *ivi*, 2020.

NICOLUSSI, A.: "I consumatori negli anni Settanta del diritto privato. Una retrospettiva problematica", *Eur. e dir. priv.*, 2007.

NIVARRA, L.: *Diritto privato e capitalismo. Regole giuridiche e paradigmi di mercato*, Napoli, 2010.

PAGLIANTINI, S.: "La forma informativa degli scambi senza accordo: l'indennità d'uso del bene tra recesso ed abuso del consumatore", *Riv. dir. civ.*, II, 2010.

PAGLIANTINI, S.: "La riforma del codice del consumo ai sensi del d.lgs. 21/2014: una rivisitazione (con effetto paralizzante per i consumatori e per le imprese?)", *Contratti*, 2014.

PAGLIANTINI, S.: "L'ibridazione del nuovo recesso di pentimento", *Riv. dir. civ.*, 2015.

PAGLIANTINI, S.: "La boutade del recesso di pentimento plurimo ed in memoriam, pro-consumatore, del "soddisfatti o rimborsati", in *Foro it.*, I, 2024.

PAGLIANTINI, S.: "Non tutte le civette sono la nottola di Minerva che inizia il suo volo sul far del crepuscolo: chiose, sul recesso di pentimento, a margine di 'BMW Bank'", in *Foro italiano*, I, 2024.

PÄLSSON, H. – PETTERSSON, F. - WINSLOTT HISELIUS, L.: "Energy Consumption in E-Commerce versus Conventional Trade Channels-Insights into Packaging, the Last Mile, Unsold Products and Product Returns", *Journal of Cleaner Production*, 2017.

PATTI, F.P.: "Il recesso del consumatore: l'evoluzione della normativa", *Eur. e dir. priv.*, 2012.

PEI, Z. – PASWAN, A.: "Consumers Legitimate and Opportunistic Product Return Behaviors in Online Shopping", *Journal of Electronic Commerce Research*, 2018.

PENNASILICO, M.: “La “sostenibilità ambientale” nella dimensione civilcostituzionale: verso un diritto dello “sviluppo umano ed ecologico”, *Riv. quadr. dir. amb.*, 2020.

PENNASILICO, M.: “Economia circolare e diritto: ripensare la “sostenibilità”, *Persona e mercato*, 2021.

PIGNALOSA, M.P.: *Contratti a distanza e recesso del consumatore*, Milano, 2016.

PILIA, C., *Accordo debole e diritto di recesso*, Milano, 2008; ID.: *Contratti a distanza e tutela del consumatore*, Padova, 2012.

RENDE, F.: “Il ruolo dell’informazione sul recesso dopo la sentenza Walbusch Walter Busch”, in *NGCC*, 2019.

RIVA, I.: ““La direttiva di armonizzazione massima sui diritti dei consumatori, o almeno ciò che ne resta”, *Contr. e impr. Eur.*, 2011.

SALANITRO, U.: “La nuova disciplina della responsabilità per danno all’ambiente”, *Danno e resp.*, 2006.

SALANITRO, U.: “Responsabilità ambientale: questioni di confine, questioni di sistema”, *Jus civile*, 2019.

SALANITRO, U.: “La responsabilità ambientale dopo la riforma costituzionale e la lotta al cambiamento climatico”, *Riv. dir. civ.*, 2024.

SÁNCHEZ ABRIL, P. - OLIVA BLÁZQUEZ F. - MARTÍNEZ EVORA, J.: “The Right of Withdrawal in Consumer Contracts: A Comparative Analysis of American and European Law”, *Dret*, 2018.

SANTARPIA, D.: “Recesso di pentimento e abuso del diritto: il c.d. decalogo della grande sezione”, in *Foro italiano*, I, 2024.

SANTOS SILVA, M. – GARCÍA-MICÓ, T.G.: “Cooling-off hot deals. a plea for green sludge in distance sales contracts. A Plea for Green Sludge in Distance Sales Contracts”, in *Routledge Handbook of Private Law and Sustainability*, Londra, 2024.

SIBONY, A.L.: “Can EU Consumer Law Benefit from Behavioural Insights? An Analysis of the Unfair Practices Directive”, *EJPL*, 2014.

SIRENA, P.: “L’europeizzazione degli ordinamenti giuridici e la nuova struttura del diritto privato”, *Oss. Dir. civ. comm.*, 2014.

SIRENA, P.: "Effetti e vincolo", in Tratt. del contratto, diretto da ROPPO, V., III, Effetti, a cura di COSTANZA, M., 2° ed., 2022.

SMITS, J.M.: "The Right to Change Your Mind? Rethinking the Usefulness of Mandatory Rights of Withdrawal in Consumer Contract Law", in Maastricht European Private Law Institute Working Paper, 2011.

SUNSTEIN, C.: "Impersonal default rules vs. active choices vs. personalized default rules: a triptych", 2013, disponibile sul sito: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2171343.

SUWELACK, T. – HOGREVE, J. – HOYER, W. D.: "Understanding Money-Back Guarantees: Cognitive, Affective, and Behavioral Outcomes", *Journal of Retailing*, 2011.

TERRY, E.: "The New Consumer Agenda: A Further Step Toward Sustainable Consumption?", *EuCML*, 2021.

TERRY, E. - VAN GOOL, E.: "The Role of European Consumer Regulation in Shaping the Environmental Impact of E-Commerce", *EuCML*, 2021.

TRENTMANN, F.: *The Empire of Things. How we Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-First*, Londra, 2016.

TWIGG-FLESNER, C. – SCHULZE, R.: "Protecting National Choice Information and the Right of Withdrawal", in Handbook of Research on International Consumer Law, a cura di HOWELLS, G. - RAMSAY I. - WILHELMSSON, T., Cheltenham, 2010.

VERSTEIN, A.: "Privatizing personalized law", *Univ. Chicago Law Rev.*

WATSON, J.: "Withdrawal Rights", in Research Handbook on EU Consumer and Contract Law, a cura di TWIGG-FLESNER, C., Cheltenham, 2016.

YILMA, K.: "Scope of Rights of Withdrawal vis-à-vis Auctions under the Consumer Rights Directive", *EuCML*, IV, 2013.

ZOPPINI, A.: *Il diritto privato e i suoi confini*, Bologna, 2020.

ZOPPINI, A.: "Contratto ed economia comportamentale", in *Enc. Dir.*, I Tematici, Contratto, diretto da D'AMICO, G., Roma, 2021.

ZOPPINI, A.: "Diritto privato generale, diritto speciale, diritto regolatorio", *Ars interpretandi*, 2021.