

pensi al caso meno noto ma non meno significativo dell'imam di Gizzeria, detenuto per lunghi mesi solo perché considerato potenzialmente minaccioso.

Il riferimento costante che Melania Salazar opera tra i libri di Dick e quelli di Kafka, tra il sistema di *Minority Report* e i campi di concentramento non è solo il gioco teorico di una giurista colta e sensibile, ma piuttosto un monito a ricordare che se, come sostengono in molti, senza sicurezza non c'è democrazia è altrettanto vero che senza democrazia non c'è sicurezza, ma sempre e solo oppressione.

ALESSANDRO BARCA, *Il diritto di recesso nei contratti del consumatore*, Giuffrè, Milano, 2011, p. 167, recensione a cura di PAOLO SANNA

Il libro scritto da Alessandro Barca, dottore di ricerca in diritto privato e collaboratore della facoltà di Economia dell'Università di Genova (oltre che collega consigliere di quell'Ordine) dedica sette capitoli ad un tema di stretta attualità.

In quello di apertura, dopo una sintetica ricognizione delle origini del consumerism, l'Autore esalta la guadagnata centralità (ed utile innovatività) del d. lgs. n. 206 del 2005, denominato "Codice del Consumo" - dovendosi però sottolineare come la prima caratteristica appaia già messa in crisi dallo "svuotamento" del "Codice del Consumo" ad opera dei decreti legislativi n. 141 del 2010 in materia di contratti di credito ai consumatori e n. 79 del 2011 in materia di c.d. vendita dei pacchetti turistici - e della figura del consumatore. Al primo, Barca ascrive vari meriti: pratici, per aver raccolto "in unico corpus normativo di facile consultazione norme in precedenza sparse in varie leggi speciali"; economici, postulata la funzione deterrente riguardo ai potenziali comportamenti scorretti degli operatori commerciali e professionali a danno del consumatore (il quale, infatti, potrà giovare di uno strumento normativo di tutela diretta che tocca l'intero sviluppo del rapporto di consumo, altrimenti segnato dallo squilibrio a svantaggio del soggetto debole) e che si riverbera sul miglior funzionamento del mercato nel suo complesso. Del secondo, soggetto «debole da tutelare quando controparte dell'impresa», l'Autore esplora le linee evolutive sotto il profilo nozionistico muovendo dalle diverse definizioni in precedenza contenute nei vari testi normativi - fonte di un animato dibattito giurisprudenziale in ordine alla loro portata applicativa - sino a giungere a quella generale racchiusa nel "Codice del Consumo", in realtà anch'essa contornata da altre definizioni ampliate in funzione di più intense esigenze di tutela.

E' però con la lettura del secondo capitolo che inizia il disvelamento del tema centrale dell'opera, ossia l'analisi del recesso così come disciplinato nel "Codice del consumo", al quale, l'Autore fa precedere una sintetica ricognizione della regolazione dell'istituto racchiusa nel codice Grandi, mettendone in evidenza, oltretutto il carattere derogatorio rispetto al principio d'irrevocabilità del vincolo contrattuale ex art. 1372, co. 1°, c.c., la differente

fonte, convenzionale o legale, nonché la pluralità di funzioni: determinativa (ordinaria) ed impugnatoria o di pentimento (straordinarie). Da un lato, Barca pone subito l'accento sulla circostanza che, a fronte di particolari tipologie di contratti che, per le modalità e le circostanze con cui vengono stipulati, realizzano uno squilibrio negoziale a vantaggio della controparte professionale, proprio il recesso di pentimento rappresenta il principale strumento di tutela del consumatore, ma, dall'altro lato, non manca di enuclearne le specificità rispetto alle regole generali scolpite nella codificazione del 1942. Diversamente da quanto previsto dal codice civile, nel primo caso, il recesso di pentimento si presenta, infatti, come un diritto potestativo soggettivamente limitato al solo consumatore ed oggettivamente circoscritto ad alcune tipologie di contratti (non soltanto a quelli già conclusi, ma anche alle semplici proposte contrattuali, dove, però, si sottolinea, sarebbe più corretto parlare di revoca), con i caratteri dell'efficacia retroattiva, dell'irrinunciabilità, del collegamento ad un obbligo legale di informazione del professionista, della non subordinazione al pagamento di alcuna penalità o corrispettivo.

Nel terzo capitolo, proprio allo scopo di meglio distinguerle dal recesso contenuto nel codice civile, l'Autore si sofferma sulle singole ipotesi previste dal "Codice del Consumo", dandone una prima descrizione con una pratica tabella riassuntiva, per poi analizzarne in modo più attento *rationes*, ambito applicativo, aspetti più squisitamente operazionali (modalità di esercizio ed effetti); evoluzioni normative nel tempo. Oggetto di studio sono quindi, in primo luogo, il recesso nei contratti a distanza e nei contratti conclusi fuori dai locali commerciali, regolato da una disciplina generale per i contratti all'interno del Titolo III, Sezione IV, del "Codice del Consumo" e, a seguire, la disciplina particolare prevista in materia nei contratti a distanza aventi ad oggetto servizi finanziari; televendite e contratti conclusi via internet, contratti relativi all'acquisizione di un diritto di godimento ripartito di beni immobili, servizi turistici.

Il quarto capitolo è dedicato ai rapporti tra clausole vessatorie e diritto di recesso, con l'avvertimento che, in generale, le prime lo riguardano solo indirettamente. In particolare, l'Autore si sofferma proprio sulle ipotesi contemplate dall'art. 33, lettere e), g), h) ed o) del "Codice del Consumo", che più da vicino toccano il recesso, evidenziando i caratteri del giudizio di vessatorietà ed i suoi effetti.

Il quinto capitolo è incentrato sulle diverse conseguenze derivanti dal mancato riconoscimento del diritto di recesso da parte del professionista a danno del consumatore: il quadro rimediale è delineato in relazione alle singole tipologie negoziali per cui il "Codice del Consumo" prevede il recesso.

Nel sesto, vengono sintetizzati i caratteri fondanti del recesso consumeristico, così individuandoli: *ex lege*; *ad nutum*; con effetto *ex tunc*; irrinunciabile; gratuito; discrezionale ed assoggettato ad un termine decadenziale per il suo esercizio.

Infine, l'Autore si domanda se, in definitiva, il recesso consumeristico dia vita ad un vero e proprio recesso e non, invece, ad un diritto di ripensamento o *jus poenitendi*. Da qui anche il dubbio che, nel caso dei consumatori, il recesso non operi, in realtà, su di un contratto già concluso, ma valga ad impe-

dirne il perfezionamento sino allo spirare dei termini per il relativo esercizio. A fronte di simili interrogativi, si esprime il convincimento che, sebbene divenuto di portata molto estesa, quello del recesso resti pur sempre un istituto non espressivo di una regola capace di sovvertire il principio cristallizzato nell'art. 1372, co. 1°, c.c., così che «il contratto, una volta stipulato, trascorsi i termini di recesso, diventa, anche per il consumatore, legge da rispettare». L'ultimo capitolo guarda all'esperienza maturata in materia in altri paesi europei, con specifica attenzione alle realtà francese e belga.

In conclusione, a Barca va l'indubbio merito di avere saputo illustrare, in modo chiaro e completo, la disciplina del recesso consumeristico e di averla messa a "reazione" con il più consueto istituto regolato dal codice civile nazionale.

Lungi dal potersi dire conclusa, si tratta però di una riflessione destinata a trovare nuovi spunti nella dimensione Europea dal momento che, de jure condendo, di recesso si occupano sia il *Draft of Common Frame of Reference (Book II, Chapter 5)*, che la Direttiva sui diritti dei consumatori (dir. 2011/83/Ce) che quella, recentissima, relativa ad una disciplina uniforme delle vendite nell'Unione Europea.