Art. 54-bis: Il Pulsante di Recesso che il Tuo E-commerce Deve Avere (dal 19 Giugno 2026)

Di Fabio Angelici • Pubblicato il 06 luglio 2026 • 7 min di lettura

Struttura Sito | Normative e-commerce | Normativa Web



RISPOSTA RAPIDA

Dal 19 giugno 2026, gli e-commerce B2C dovranno permettere ai clienti di esercitare il diritto di recesso tramite una funzione online dedicata, come previsto dall'art. 54-bis del Codice del Consumo. Servono un pulsante ben visibile, un modulo dedicato, una doppia conferma e una ricevuta automatica via email. Chi non si adegua rischia sanzioni e l'estensione del termine di recesso fino a 12 mesi e 14 giorni.

Se hai un e-commerce B2C, probabilmente ti è arrivata almeno una email da qualche studio legale

o associazione di categoria con scritto "54-bis" e "pulsante di recesso obbligatorio".

Vediamo di capire, in italiano semplice, **cosa cambia davvero e cosa devi implementare sul tuo sito.**

Prima di iniziare: questo articolo spiega la parte tecnica e pratica, quella che riguarda il mio lavoro di sviluppatore. Per la conformità legale specifica del tuo caso, parlane sempre con un avvocato o il tuo consulente: io non lo sono, e su questi temi meglio non improvvisare.

Cosa Sta Succedendo (in Breve)

Il 22 novembre 2023 l'Unione Europea ha approvato la **Direttiva (UE) 2023/2673**,

che modifica le regole sui contratti a distanza conclusi online.

L'Italia l'ha recepita con il **Decreto Legislativo 209/2025** (pubblicato in Gazzetta Ufficiale l'8 gennaio 2026),

che ha inserito nel Codice del Consumo un nuovo articolo: il **54-bis**.

Il decreto è in vigore dal 23 gennaio 2026, ma le nuove regole sul recesso si applicano concretamente **dai contratti conclusi a partire dal 19 giugno 2026**.

Quindi hai (o avevi) un periodo cuscinetto per adeguarti.

Cosa Prevede Davvero l'Articolo 54-bis

Attenzione a un equivoco comune: **il 54-bis non crea un nuovo diritto di recesso.**

Il diritto dei 14 giorni per i consumatori esiste già da anni (art. 52 del Codice del Consumo).

Quello che cambia è **come** il cliente deve poter esercitarlo:

se prima bastava (in teoria) una email o un modulo cartaceo, ora chi vende online deve offrire anche **una modalità digitale diretta**, integrata nel sito.

Nello specifico, la procedura deve prevedere questi elementi:

1. Un link/pulsante ben visibile
Con una dicitura chiara e univoca: "recedere dal contratto qui" o formula equivalente. Non deve essere nascosto in fondo al footer tra 40 altri link.

2. Un form con dati minimi
Nome del cliente, riferimento al contratto/ordine (es. numero d'ordine), e il canale su cui vuole ricevere la conferma (tipicamente l'email).

3. Un passaggio di conferma esplicito
Dopo aver compilato il form, il cliente deve confermare con un secondo comando chiaro, tipo "conferma recesso".

Solo a quel punto la richiesta si considera inviata.

4. Una ricevuta automatica
Il venditore deve inviare, senza ritardo, un avviso di ricevimento su **supporto durevole** (in pratica: una email)

con il contenuto della richiesta, la data e l'ora esatte.

5. Disponibilità continuativa
La funzione deve essere raggiungibile per tutto il periodo utile al recesso (di norma i 14 giorni), non solo in certi orari o solo per gli utenti loggati.

A Chi Si Applica

La norma riguarda i **contratti B2C conclusi tramite interfaccia online**:

siti e-commerce monomarca, marketplace, app, social commerce, piattaforme di prenotazione o abbonamento.

Non riguarda:

- I rapporti puramente B2B (vendita tra aziende)
- Le vendite concluse offline (telefono, porta a porta)

Se il tuo shop vende sia a privati che ad aziende, l'obbligo vale solo per la parte B2C.

Ci Sono Eccezioni?

Sì. Restano valide le esclusioni già previste dall'art. 59 del Codice del Consumo:

beni sigillati non restituibili per motivi igienici una volta aperti, contenuti digitali già fruiti con consenso espresso del cliente,

prodotti personalizzati, e altre categorie specifiche.

Per questi prodotti, la funzione di recesso può semplicemente non comparire (ma va gestito bene lato codice, non lasciato "a caso").

Cosa Rischia Chi Non si Adegua

Qui vale la pena essere chiari, perché i rischi non sono simbolici:

1. Estensione automatica del termine di recesso
Se l'informativa sulla funzione di recesso è assente o incompleta, il termine per il cliente non resta di 14 giorni:

si estende automaticamente fino a **12 mesi e 14 giorni**.

Significa che un cliente potrebbe restituire un prodotto acquistato quasi un anno prima.

2. Sanzioni AGCM
L'assenza della funzione può essere qualificata come pratica commerciale scorretta,

con sanzioni che vanno da 5.000€ fino a **10 milioni di euro** (o fino al 4% del fatturato per violazioni con effetto transnazionale).

Non è un dettaglio da rimandare a "quando ho tempo".

Cosa Serve Fare, Concretamente

Dal punto di vista tecnico, ecco cosa va implementato sul sito:

- **Un punto di accesso visibile:** tipicamente nella pagina "I miei ordini" o nel dettaglio ordine, più un link nel footer come backup
- **Il form con i campi minimi** (nome, riferimento ordine, canale di conferma)
- **Il flusso a due step** (dichiarazione -> conferma), non un singolo click
- **L'invio automatico della ricevuta** via email, con contenuto, data e ora
- **Un log delle richieste** (chi, quando, cosa), utile sia per gestire i resi che come prova in caso di contestazioni
- **L'esclusione mirata** dei prodotti che rientrano nelle deroghe dell'art. 59
- **L'aggiornamento delle pagine informative** (Termini, Resi, Recesso) indicando dove si trova la funzione

Una cosa importante: **il modulo "resi" che magari hai già su Shopify, WooCommerce o PrestaShop non basta da solo.**

La gestione resi riguarda la logistica (autorizzazione, rientro merce).

Il recesso è un atto giuridico diverso, con requisiti specifici (doppia conferma, ricevuta datata, dicitura esatta).

Spesso vanno integrati entrambi, non sostituito uno con l'altro.

Un'Occasione, Non Solo un Obbligo

Capisco che letta così sembra solo un altro adempimento da gestire.

Ma c'è un lato pratico interessante: **un flusso di recesso chiaro e veloce aumenta la fiducia del cliente**, e quindi le conversioni.

Se comprare da te richiede 3 click e restituire richiede una odissea di email e moduli PDF, il cliente se ne accorge.

Rendere il processo semplice quanto l'acquisto è un segnale di serietà, non solo un vincolo normativo.

Checklist Rapida

- [ ] Il mio e-commerce vende a consumatori privati (B2C)?
- [ ] Ho un link "recedere dal contratto qui" visibile e raggiungibile?
- [ ] Il form raccoglie nome, riferimento ordine e canale di conferma?
- [ ] C'è un secondo step di conferma esplicito ("conferma recesso")?
- [ ] Il sistema invia automaticamente una ricevuta via email con data/ora?
- [ ] Conservo un log delle richieste ricevute?
- [ ] Ho escluso correttamente i prodotti non soggetti a recesso (art. 59)?
- [ ] Le mie pagine Termini/Resi indicano dove si trova la funzione?

Se hai risposto "no" o "non so" a più di 2 punti, è il momento di sistemare.

Ti Serve Aiuto per Adeguare il Tuo E-commerce?

Non sono un avvocato e non ti do consulenza legale. Ma so bene come **implementare tecnicamente** questa funzione sul tuo sito.

Come lavoro su questo tipo di progetti:

1. Analizzo il tuo shop e il flusso attuale di reso/recesso
2. Ti dico cosa manca rispetto ai requisiti tecnici del 54-bis
3. Implemento la funzione (form, conferma, ricevuta automatica, log)
4. Ti aggiorno le pagine informative con dove trovarla

Se hai già consultato un legale e sai cosa serve a livello di testi e informative, ti implemento la parte tecnica.

Se non l'hai ancora fatto, te lo consiglio prima di procedere.

? Richiedi un'analisi gratuita del tuo e-commerce (15 min)

Domande frequenti:

Q: Il mio e-commerce è già a norma se ho un modulo "richiedi reso"?
A: Probabilmente no. Il modulo resi gestisce la logistica, non sostituisce il flusso di recesso con doppia conferma e ricevuta su supporto durevole

richiesto dal 54-bis.

Q: Vendo solo B2B, mi riguarda?
A: In linea di massima no, la norma riguarda i contratti B2C. Se vendi anche a privati anche solo occasionalmente,

verifica con un legale se e come si applica alla tua situazione.

Q: Su Shopify/WooCommerce esistono plugin pronti?
A: Esistono soluzioni e moduli, ma vanno configurati correttamente (testi in italiano con la dicitura esatta, campi giusti, ricevuta funzionante).

"Installare un plugin" non equivale automaticamente a "essere conformi".

Q: Quanto costa implementare questa funzione?
A: Dipende dalla piattaforma e da quanto è già strutturato il tuo flusso attuale.

Con un audit di 15 minuti riesco a darti una stima abbastanza precisa.

Ricorda: questo articolo ha scopo informativo e riguarda l'aspetto tecnico-implementativo. Per la valutazione legale specifica della tua attività, rivolgiti a un avvocato o al tuo consulente di fiducia.

FONTI

1. Testo integrale della Direttiva (UE) 2023/2673 su EUR-Lex
2. Ssintesi ufficiale EUR-Lex della direttiva
3. Testo del D.Lgs. 31 dicembre 2025, n. 209 sul portale ufficiale della Gazzetta Ufficiale
4. Approfondimento legale di Studio Stefanelli & Stefanelli sul nuovo art. 54-bis del Codice del Consumo
5. Analisi di Diritto Bancario sulle modifiche al Codice del Consumo, TUB e Codice delle Assicurazioni introdotte dal decreto

---

Letto originariamente su https://fabioangelici.com/blog/art-54-bis-il-pulsante-di-recesso-che-il-tuo-e-commerce-deve-avere-dal-19-giugno-2026
PDF generato il 22 novembre 2026