

INDICE SOMMARIO

Introduzione; I. L'emersione e la codificazione dei diritti dei consumatori; II. Il figurino del consumatore: uno, nessuno o centomila?; III. I diritti dei consumatori sul piatto della bilancia della giustizia; IV. Ricostruzioni (e critiche) sul fondamento costituzionale dei diritti dei consumatori; V. La natura costituzionale dei diritti dei consumatori e degli utenti; VI. La tutela dei diritti dei consumatori; VII. Diritti dei consumatori e forma di stato.

Lo studio ha lo scopo di individuare se ed in quali norme costituzionali sia possibile ancorare un fondamento dei diritti dei consumatori e degli utenti.

Il volume presenta inizialmente una ricostruzione dello stato dell'arte composta dalla descrizione della complessa emersione della tematica dei "consumatori" e dei loro diritti con particolare attenzione alle influenze internazionali e comunitarie. Ciò, tuttavia, pone immediatamente l'interprete di fronte a difficoltà aggiuntive rispetto ai nuovi diritti che sono stati fin'ora studiati. Nessuno di questi ultimi, infatti, contiene oggetti di tutela così ampi ed eterogenei, tanto che ogni nuovo diritto ha preso il nome del bene giuridico che va a tutelare: si pensi al diritto alla privacy, al diritto all'identità sessuale, al diritto all'abitazione e così via. Al contrario, i "diritti dei consumatori" contengono nel proprio nomen i soggetti destinatari della tutela e non gli oggetti, come accade per esempio per i "diritti dell'uomo" e i "diritti del cittadino". Questa scelta – sicuramente ragionevole perché accomuna in una sola denominazione molteplici e differenti beni giuridici – pone subito alcuni preliminari interrogativi: chi sono i consumatori e gli utenti?

I consumatori e gli utenti rappresentano una categoria omogenea riconducibile ad unità (uno) oppure sono una «massa di figure negative, raccolte nel nome di 'consumatore'» (nessuno) o ancora, risultano come innumerevoli soggetti di cui è possibile tratteggiare le caratteristiche che li differenziano fra loro (centomila)? Inoltre, i consumatori sono soltanto uomini, cittadini o anche persone giuridiche ed enti collettivi? Le risposte alle summenzionate domande sono rilevanti in quanto il concetto di consumatore finisce per riverberarsi nella natura dei propri diritti. In primo luogo, vi è una disamina normativa delle varie definizioni e successivamente dei brevi cenni alle interpretazioni prodotte dalle Corti e dagli studiosi con ampie citazioni dei principali contributi sull'argomento. Infine, si è tentato di avanzare delle prime parziali conclusioni sulle virtualità di queste "figure", individuando la differenza tra le varie teorie nelle diverse metodologie di analisi tra cui spicca quella "interna" che consente di qualificare il consumatore come qualità trasversale, transeunte. Meritevole di attenzione è la figura dell'utente dei servizi pubblici che rappresenta la nuova risposta in termini di enforcement del cittadino rispetto alle prestazioni erogate dallo Stato.

Nel prosieguo, l'opera si caratterizza per l'adozione sia del metodo casistico sia di quello sistematico; pertanto, partendo da una ricognizione dello stato dell'arte, si procede allo studio dei casi nel III capitolo. L'analisi prende le mosse dall'esame della giurisprudenza per comprendere il fondamento costituzionale dei diritti dei consumatori. La disposizione di cui all'art. 12 del T.F.U.E., richiedente che «nella definizione e nell'attuazione di altre politiche o attività dell'Unione» siano «prese in considerazione le esigenze inerenti alla protezione dei consumatori», ha posto la tutela dei diritti di questi ultimi in posizione paritaria rispetto a tutte le altre attività di competenza dell'Unione stessa, poiché impone una costante valutazione di bilanciamento in capo al legislatore comunitario. Nell'ordinamento italiano, ovviamente, non esiste un simile obbligo; tuttavia, dallo studio della giurisprudenza costituzionale ed ordinaria emergono degli spunti di riflessione che fanno propendere per l'opinione opposta. Nel quotidiano bilanciamento o metabilanciamento operato dalle Corti, infatti, i diritti dei consumatori e degli utenti si trovano inseriti in un contesto «già affollato di diritti», proprio perché «sono diritti di nuova acquisizione; ma non per questo [...] necessariamente "nuovi" diritti». Ciò significa

che, sebbene la sensibilità in merito sia stata solo recentemente espressa e condensata in un precipitato di “diritti fondamentali”, il nostro ordinamento prevedeva già, nelle maglie delle proprie disposizioni, delle norme che, direttamente o indirettamente, tutelavano quelli che oggi sono definiti come “diritti dei consumatori”. Inoltre, considerato che i consumatori “vivono” nel mercato, i conflitti si producono con gli altri suoi tradizionali “abitanti”, ovvero imprenditori e lavoratori. Pertanto, è stato possibile classificare i conflitti tra: a) diritti dei consumatori e utenti vs. diritti degli imprenditori (pubblici o privati); b) diritti dei consumatori e utenti vs. diritti dei lavoratori (pubblici o privati) ove tra, l'altro, è stato possibile individuare l'emersione delle Associazioni dei consumatori quali parti istituzionali nell'ordinamento giuridico. Non di secondaria importanza, è infine l'ordine giuridico del mercato ovvero lo statuto giuridico che l'ordinamento – artificialmente, politicamente e giuridicamente – sceglie di imporre al mercato e che proprio per il cruciale ruolo che ricopre è da considerare come il terzo fattore (c) con cui i diritti dei consumatori e degli utenti si misurano abitualmente.

Il IV capitolo prende in analisi le posizioni della dottrina che affermano vi sia un fondamento costituzionale dei diritti dei consumatori. Poiché il dibattito dottrinario sui diritti dei consumatori affonda le proprie radici in tempi piuttosto recenti, presenta innumerevoli posizioni e sfaccettature. Pertanto, si è tentato di presentare in paragrafi unici, posizioni tendenzialmente omogenee, portando in evidenza i punti di contatto e di differenziazione.

Il V capitolo si occupa di esaminare il fondamento dei diritti dei consumatori in maniera sistematica a partire dal dato legislativo dell'art. 2 c. cons. Lo studio, già effettuato nei capitoli precedenti, ha permesso di proporre due distinti filoni ricostruttivi in ragione del punto di vista da cui si analizza il fenomeno. Il primo analizza parzialmente i singoli diritti fondamentali dei consumatori attribuiti dall'art. 2 del c. cons. al fine di verificare se ciascuno di essi abbia un fondamento nella Costituzione, aderendo alla tesi che subordina il riconoscimento di un “nuovo diritto” a un diritto enumerato in combinato disposto con il principio supremo di libertà-dignità.

L'altro, invece, si occupa di ricostruire i diritti dei consumatori in una prospettiva più completa e soprattutto in correlazione con i diritti degli altri operatori economici, collocandoli all'interno dell'ordine giuridico del mercato, individuando un fondamento costituzionale sia nella fonte (art. 117 Cost.) sia nella “sostanza” di tali diritti (artt. 2, 3, 2° comma, 41 Cost. anche in riferimento al principio di libera concorrenza).

Il VI capitolo si prefigge di analizzare il profilo giurisdizionale dei diritti dei consumatori e degli utenti. La giustiziabilità rappresenta un altro punto di vista privilegiato per comprendere la natura delle situazioni giuridiche soggettive sottese alle proclamazioni dei diritti poiché misura giuridicamente l'effettività della loro tutela. In questo caso specifico, inoltre, la dimensione della tutela giuridica è stata decisiva per la costruzione della “classe” dei consumatori, i quali si sono coagulati intorno ai propri diritti, divenendo ‘soggetto’ ovvero un autonomo centro di imputazione di situazioni giuridiche soggettive, sia individuali sia collettive sia diffuse. Anche questo aspetto ha subito molto l'influenza comunitaria e l'esperienza di altri Stati, specialmente quelli di tradizione common law, recependone l'aspetto più caratterizzante ovvero la precedenza dell'istituzione del mezzo di tutela rispetto all'individuazione legislativa delle caratteristiche dei soggetti titolari. In questo capitolo, per esigenze di sintesi, sono stati affrontati solo sommariamente i vari procedimenti mentre si è posta maggiore attenzione su quelle tutele che presentano profili di interesse costituzionale, in particolare sulla natura dell'interesse fatto valere in giudizio per capire se l'interesse diffuso dei consumatori sia assimilabile all'interesse generale e agli interessi legittimi di diritto privato (anche con riferimento alle tecniche processuali esperibili di fronte alle Authorities); sulla legittimità costituzionale della class action e sulla sua natura che conduce a delle comparazioni suggestive con l'azione popolare e persino a scorgere un ulteriore fondamento di costituzionalità di tali diritti. Infine, si è approdati a delle conclusioni più generali sul ruolo della class action (sia civilistica sia quella contro la P.A.) nonché delle Authorities nell'ordinamento costituzionale.

Infine, il VII capitolo è dedicato al rapporto dei diritti dei consumatori con la forma di stato. Partendo dall'interrogativo se appartengano a una terza o quarta generazione di diritti, la ricerca fotografa le mutazioni che i diritti dei consumatori determinano rispetto al circuito sovranità-rappresentatività-cittadinanza valorizzando il loro ruolo ed analizzando anche i lati negativi di

una investitura politica del consumatore che potrebbe portare alla c.d. “democrazia dei consumatori”: pericolosa deriva del sistema attuale.

\* Assegnista di ricerca in diritto pubblico presso l'Università Politecnica delle Marche di Ancona. Dottoressa di ricerca in “Diritto costituzionale e diritto pubblico generale” presso l'Università Sapienza di Roma – [marta.cerioni@univpm.it](mailto:marta.cerioni@univpm.it)

Forum di Quaderni Costituzionali

FOR

Costituzionali