IL VALORE DEL CODICE DEL CONSUMO
TRA GENESI E SFIDE FUTURE

Non possiamo prescindere, nell'apprezzare il valore del CdC nel tempo presente e nello spirito di un *file rouge* che lega i tre panel della giornata, da una riflessione e da una valutazione sul passato e sul futuro del consumerismo nel nostro paese che tanto deve, nei suoi limiti e nel suo sviluppo, a questo straordinario strumento di protezione giuridica oltre che di indirizzo programmatico di cui celebriamo il 20mo anniversario.

Il consumerismo in Italia, per lo meno quello organizzato, si identifica oggi in 21 associazioni iscritte all'elenco di cui all'art. 137 del CdC oltre a un centinaio di associazioni territoriali, con alcune di queste che ambiscono a diventare "nazionali". Chi sottolinea che la frantumazione sia un male dice una verità e tuttavia non fa notizia in un paese dove la frammentazione della rappresentanza riguarda tutte le istanze economiche e sociali. Come si suol dire: "chi è senza peccato scagli la prima pietra" e poi, guardando il bicchiere mezzo pieno, è lecito sostenere che il pluralismo è il lievito della democrazia anche in campo consumerista.

Esistono ben altri malanni che vanno scongiurati, e miglioramenti da apportare a un quadro legislativo pro-consumer che se fossero realizzati consentirebbero una migliore promozione e una migliore difesa delle istanze dei cittadini italiani nella loro veste di consumatori e utenti.

Partiamo da qui, dal cittadino nella sua veste di consumatore e utente che è poi la questione di fondo del CdC che ci interessa valorizzare. Un cittadino italiano che sia lavoratore o imprenditore è costituzionalmente protetto (se è consumatore no) da una serie di articoli ricompresi nel Titolo III della nostra Legge fondamentale segnatamente e rispettivamente: dall'art. 41 gli imprenditori e dall'art. 36 i lavoratori inoltre, questi ultimi, individuati dai padri costituenti come i soggetti economici più deboli nel mercato, a differenza degli imprenditori, dispongono di una protezione costituzionale esclusiva delle proprie organizzazioni di rappresentanza art. 39 e delle proprie forme di lotta art. 40.

Di **protezione costituzionale dei consumatori,** visto il contesto storico nel quale nacque la nostra Costituzione, non si fece menzione anche se, in verità, si ha notizia che nei lavori dei costituenti Vittorio Foa, esponente di primo piano dell'allora CGL unitaria, si adoperò, invano, perché questo "strano" soggetto economico-sociale avesse adeguata protezione. Dovettero passare 75 anni per vedere presentare la prima PDL per la protezione Costituzionale dei consumatori e degli utenti e nel celebrare questi 20 anni del CdC, il nostro pensiero non può che andare a quei pionieri di allora e di oggi che hanno reso

possibile, nel 2023, il compimento di un ciclo con l'auspicio che non passino altri 20 anni per veder riconosciuti i loro proponimenti.

Tuttavia esiste anche una **Costituzione materiale** oltre che formale e su questa si può intervenire subito senza aspettare la norma costituzionale riconoscendo un fatto ormai evidente e stridente. In una economia sempre più basata sui consumi e sull'incombenza delle moderne tecnologie digitali AI *in primis,* il soggetto debole del mercato è il consumatore e utente che, più degli imprenditori e dei lavoratori, vive, per definizione, **l'asimmetria informativa e tecnologica** tra la propria e l'altrui conoscenza e padronanza dei dati. Nel contempo quando un imprenditore e un lavoratore escono dall'opificio produttivo e dal proprio posto di lavoro diventano immediatamente consumatori.

Tuttavia da imprenditori e lavoratori, pure oppressi dalla burocrazia, dalle tasse, dalla brutalità del mercato, non meno severa di quella che colpisce il consumatore, dispongono di mezzi adeguati a loro tutela, di leggi, norme e disposizioni che consentono la possibilità di organizzarsi e auto-rappresentarsi in forti organizzazioni riconosciute e ascoltate dal governo e dalle istituzioni.

Nell'indossare, nell'arena economica, i panni dei consumatori e non quelli dei produttori, ci si trova proiettati nel **girone dei diritti minori** con le proprie organizzazioni di rappresentanza in affanno sia per gli scarsi strumenti messi a disposizione che per essere relegate al ruolo di interlocutrici secondarie (se va bene) delle imprese e delle istituzioni che antepongono ad esse altri stakeholders più blasonati.

Già se ne accorsero gli estensori del CdC che predittivamente insistettero con l'art. 2 a riconoscere il diritto alla libera organizzazione delle istanze consumeriste e tuttavia resta ancora un sogno da realizzare quanto esso recita:

Sono riconosciuti e garantiti i diritti e gli interessi individuali e collettivi dei consumatori e degli utenti, ne e' promossa la tutela in sede nazionale e locale, anche in forma collettiva e associativa, sono favorite le iniziative rivolte a perseguire tali finalità, anche attraverso la disciplina dei rapporti tra le associazioni dei consumatori e degli utenti e le pubbliche amministrazioni. Ai consumatori ed agli utenti sono riconosciuti come fondamentali i diritti: - omissis – lettera f) alla promozione e allo sviluppo dell'associazionismo libero, volontario e democratico tra i consumatori e gli utenti.

Le associazioni dei consumatori sono ben lontane dal vedersi riconosciuti questi diritti, da poter disporre di mezzi adeguati, ad esempio per la fidelizzazione dei propri associati. Diversamente dagli imprenditori (che si iscrivono tramite l'Inps alle loro associazioni datoriali) e dai lavoratori che tramite la delega in busta paga si associano ai propri sindacati i consumatori assomigliano ai braccianti e agli edili degli anni 50 che pagavano la tessera all'attivista sindacale che li andava a trovare nei campi o nel cantiere. A mia

conoscenza solo alcune utility si sono rese disponibili a **inserire la delega consumerista nella bolletta** e questa è senza dubbio una strada giusta e da generalizzare e da normare (nonostante il lento passo con il quale le associazioni dei consumatori la vogliono percorrere) magari prevedendo, a 20 anni dal CdC, uno **Statuto dei Diritti dei Consumatori** che disciplini l'esercizio di quelli democratici della libertà di associazione e che specularmente a quelli dei lavoratori possono prevedere bacheche aziendali dove esporre le proprie idee e luoghi di riunione ove discutere dei propri interessi perché si è tutti clienti di quella banca, di quella compagnia do assicurazione, azienda di trasporto, ecc.

Una particolare attenzione meritano i dispositivi del CdC formulati per assicurare una elevata protezione giuridica. Qui non possiamo che registrare note dolenti: la stessa legittimazione ad agire di cui all'art. 139 fa fatica a essere acquisita da **molti giudici in molti troppi tribunali che disconoscono** la costituzione in giudizio delle associazioni dei consumatori per mancanza (sic!) di legittimazione e questo rimane un problema a cui occorre dare adeguata soluzione. Nelle stesse aule del potere giudiziario si stanno infrangendo tutte o la gran parte delle azioni previste dal 140 bis del CdC.

Diversamente nei rapporti con il **potere legislativo e esecutivo**, consapevoli che ciò dipende più dalle persone del momento, da una manifesta volontà politica che da una radicata consuetudine, si appalesa attenzione al dialogo e al confronto con le associazioni dei consumatori e interesse alle loro istanze. E' passato quasi un decennio (non che prima fosse meglio tranne rari sprazzi) trascorso nell'oblio di ministri e sottosegretari delegati tuttavia oggi, ed è sicuramente un merito di questo Governo, vi è rinnovato interesse, capacità di ascolto, volontà di dialogo con le associazioni dei consumatori: promuovendo tavoli, momenti di riflessione strategica, **rivitalizzando il ruolo del CNCU**, dando maggior senso all'art. 136 del CdC, innanzitutto con la diretta partecipazione dei rappresentanti di Governo all'organismo oltre che con lo sviluppo di alcune proposte concrete avanzate dalle aa cc sugli osservatori dei prezzi, sul sovraindebitamento, sulla necessità di promuovere una cultura dei consumatori nelle comunità energetiche rinnovabili, sull'endorsement alla PDL di protezione costituzionale dei diritti dei consumatori per citare le più importanti.

Sarebbe un delitto non cogliere questo momento di attenzione e dialogo per uscire dal ghetto, per sollecitare questa necessaria e indispensabile *par condicio* tra cittadino imprenditore, cittadino lavoratore, cittadino consumatore utente nel mercato e nei rapporti economici ove quest'ultimo deve potersi organizzare almeno con le stesse opportunità offerte ai primi due.

Vi è infine un aspetto molto caro al movimento consumerista che, nella matura visione di uno sviluppo sostenibile, vorrebbe veder riconosciuto appieno il proprio ruolo nel **monitoraggio dei servizi pubblici** (art. 2 comma 461 legge

244/07), nella partecipazione alla determinazione delle tariffe dei medesimi o almeno essere ascoltati al riguardo e, in particolare, in una visione, più strategica che contingente, riconsiderare e ragionare attorno all'opzione rivoluzionaria prevista dall'art. 43 della Costituzione che troppi non ricordano e che dispone: *l**o stato, mediante espropriazione e salvo indennizzo, al fine di utilità generale può riservare o trasferire a ...utenti** determinate imprese o categorie di imprese di preminente interesse generale che si riferiscono a servizi pubblici essenziali o fonti di energia o a situazioni di monopolio.*

Come non vedere lo scarto tra questo articolo della Costituzione e le misure di questi ultimi anni in tema di caro bollette, extraprofitti e regolazione di un mercato energetico sempre più affidato a imprese puramente profit dove il social è affidato alla caritatevole propensione degli azionisti, dove ci si dimentica degli **utenti vulnerabili** e dove, dall'altro lato, si spinge la produzione di energia sempre più distribuita tra i **prosumer del fotovoltaico** che ben lungi da essere considerati i nuovi protagonisti dell'energia pulita e a bassi costi sono trattati come vacche da mungere?

Quando si parla di comunità energetiche, va assolutamente valorizzato il passaggio di emancipazione del consumatore che si realizza nella trasformazione da buyer a seller di ciò che produce. È proprio in questa evoluzione che si compie una vera rivoluzione culturale, di ruolo ed economica con il consumatore che da semplice utente passivo diventa parte attiva e responsabile nella produzione, nella vendita e nella gestione dell'energia. Questo cambiamento non è solo tecnologico, ma anche sociale, perché chi partecipa a una comunità energetica assume un ruolo strategico nella transizione ecologica e nella democratizzazione dell'accesso all'energia. È fondamentale che il CdC, e le politiche a esso collegate, promuovano un adeguata protezione legislativa con strumenti che facilitino questa transizione, rendendo il consumatore consapevole, protagonista e tutelato.

Allo stesso modo, quando si affronta il tema dell'intelligenza artificiale, emerge la necessità di un ruolo attivo delle associazioni dei consumatori. L'AI sta ridisegnando le modalità con cui i cittadini interagiscono con le piattaforme digitali e accedono ai servizi. È essenziale, come sottolineato nell'incontro tra CNU e CNCU del 12 febbraio scorso che i consumatori siano accompagnati nella scelta della migliore piattaforma di consultazione e orientati verso un corretto processo di machine learning delle intelligenze artificiali. In questo percorso, le associazioni devono contribuire ad assicurare trasparenza e correttezza nella configurazione di un'AI etica e rispettosa dell'umano, anche grazie all'utilizzo dell'algoritmo etico, che consenta di tutelare i diritti e le libertà fondamentali dei cittadini, garantendo scelte consapevoli e responsabili.

Questo approccio non solo eleva il ruolo delle associazioni dei consumatori, ma le trasforma in veri e propri soggetti abilitatori della cittadinanza digitale e energetica, capaci di promuovere la sostenibilità, l'inclusione e la giustizia sociale nelle nuove sfide che l'innovazione tecnologica impone.

Va dunque conquistato un nuovo spazio per lo sviluppo dei diritti dei consumatori, serve inserire un titolo secondo nella parte I del CdC che prescriva e disciplini le modalità di **partecipazione dei consumatori nella definizione di scelte macroeconomiche,** nella partecipazione ai processi decisionali delle imprese che gestiscono servizi essenziali in linea con una visione autenticamente europeista di dialogo e condivisione degli obiettivi tra imprese e consumatori che per altro in Italia esprime eccellenze uniche di esempio per tutta la Comunità Europea.

Questo sottoponiamo oggi all'attenzione del Governo in questo storico giro di boa che non è solo celebrazione dei 20 anni del CdC, consapevoli che **il movimento consumerista o si riorganizza e cresce nelle competenze e nei saperi** per svolgere un ruolo proprio nella definizione delle macro-politiche economiche e sociali, nella acquisizione di una autorevole capacità di indirizzo dei consumatori nelle scelte di un **consumo sostenibile vocato a una crescita felice** e lontano dalle esasperazioni consumistico-produttivistiche o rischia di ridursi ad esercitare tutele marginali nei pronti soccorsi dei propri uffici legali per mettere a posto i danni che i singoli consumatori subiscono e subiranno in misura sempre maggiore se non si riusciranno a contrastare le derive di un modello esasperato digitalconsumistico.

In conclusione come ebbe a dire un grande italiano è arrivato il momento di "**RINNOVARSI O PERIRE"**.

Roma, 17 marzo 2025

Furio Truzzi
Consigliere CNCU
Presidente Onorario Assoutenti
Presidente Consumers' Forum