

SOMMARIO

INTRODUZIONE

1.	Le ragioni di una ricerca	13
2.	La lettura funzionalistica del diritto costituzionale	21
3.	Piano dell'opera	23

CAPITOLO PRIMO

L'EMERSIONE E LA CODIFICAZIONE DEI DIRITTI DEI CONSUMATORI

1.	Cenni sul fondamento filosofico del diritto dei consumatori	31
2.	Il percorso verso la codificazione dei diritti dei consumatori	37
2.1.	L'emersione nel diritto internazionale ed europeo	37
2.2.	Verso il codice del consumo italiano ed oltre...	44

CAPITOLO SECONDO

IL FIGURINO DEL CONSUMATORE: UNO, NESSUNO O CENTOMILA?

1.	Insufficienza di una definizione legislativa	49
2.	La definizione dell'art. 3, 1° comma, lett. a), cod. cons.	53
3.	Dualità di interpretazioni rispetto ai due elementi caratterizzanti la figura: la "persona fisica" e lo "scopo estraneo"	55

3.1. Il requisito della "persona fisica"	55
3.1.1. Il dibattito in merito alla esclusione delle persone giuridiche ed enti collettivi	55
3.1.2. Le figure di incerta qualificazione: il datore di lavoro stipulante una polizza assicurativa contro gli infortuni a favore dei propri dipendenti ed i contratti accessori	63
3.2. Il requisito dello "scopo estraneo all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale"	67
3.2.1. Gli acquisti ad uso promiscuo	75
3.2.2. Gli acquisti in vista di una futura attività d'impresa	79
4. Il "professionista" (<i>rectius</i> : professionista, imprenditore, artigiano, commerciante)	81
5. Le altre nozioni di consumatore contenute nel codice del consumo	84
5.1. Il consumatore-informato (art. 5 c. cons.)	88
5.2. Il consumatore medio e il consumatore vulnerabile [artt. 18.1 lett. a) e ss. c. cons.]	89
5.3. Il danneggiato (art. 123 c. cons.)	93
5.4. Alcune riflessioni	94
6. Le nozioni di consumatore esterne al codice del consumo	98
7. L'utente	102
8. Prime parziali conclusioni	106
8.1. Il consumatore e il principio di eguaglianza delle parti del rapporto contrattuale.	106
8.2. Il consumatore come persona fisica <i>tout court</i> o parte debole del rapporto contrattuale?	108
8.3. Le molteplici definizioni normative di consumatore ne demoliscono la figura?	113
8.4. Il consumatore e i punti di vista della sua analisi	116
8.5. Consumatore e persona: una "sineddoche" inconstituzionale	119
8.6. Gli utenti dei servizi pubblici: la versione aggiornata (<i>rectius</i> più tutelata) dei cittadini 2.0	121
8.7. Il consumatore e il cittadino nell'ottica di un'evoluzione della forma di stato	131

CAPITOLO TERZO

I DIRITTI DEI CONSUMATORI SUL PIATTO
DELLA BILANCIA DELLA GIUSTIZIA

1.	I diritti dei consumatori <i>vs.</i> ... a) i diritti degli imprenditori	133
2.	I diritti dei consumatori <i>vs.</i> ... b) i diritti dei lavoratori	147
2.1.	Premessa	147
2.2.	Il consumatore/utente e il lavoratore subordinato/prestatore di servizi privati	148
2.3.	L'utente dei servizi pubblici e il lavoratore subordinato	153
2.4.	L'istituto della "comandata" come paradigma di una doverosa limitazione del diritto di sciopero	162
2.5.	Ulteriori limitazioni al diritto di sciopero: il caso dei lavoratori autonomi	165
2.6.	Le associazioni dei consumatori come parti istituzionali	167
2.7.	Considerazioni parziali	168
3.	I diritti dei consumatori <i>vs.</i> ... c) i diritti derivanti dal rispetto della concorrenza (im)perfetta. Le distorsioni dell'attuale ordine giuridico del mercato	170
4.	L'incidenza della figura del consumatore nell'interpretazione delle Corti	179

CAPITOLO QUARTO

RICOSTRUZIONI (E CRITICHE) SUL FONDAMENTO
COSTITUZIONALE DEI DIRITTI DEI CONSUMATORI

1.	Introduzione al rapporto di consumo	189
2.	La tesi tradizionale dei "diritti essenziali"	191
3.	La critica di Modugno e la tesi della "pluralità di fondamenti"	200
4.	La ricostruzione di Pace di "limiti e fondamento del potere privato"	208
5.	La tesi dei "diritti della persona"	212
6.	La tesi dei "diritti civili nel mercato"	219
7.	La tesi del "modello sociale dell'U.E."	225

3.1.	Il requisito della "persona fisica"	55
3.1.1.	Il dibattito in merito alla esclusione delle persone giuridiche ed enti collettivi	55
3.1.2.	Le figure di incerta qualificazione: il datore di lavoro stipulante una polizza assicurativa contro gli infortuni a favore dei propri dipendenti ed i contratti accessori	63
3.2.	Il requisito dello "scopo estraneo all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale"	67
3.2.1.	Gli acquisti ad uso promiscuo	75
3.2.2.	Gli acquisti in vista di una futura attività d'impresa	79
4.	Il "professionista" (<i>rectius</i> : professionista, imprenditore, artigiano, commerciante)	81
5.	Le altre nozioni di consumatore contenute nel codice del consumo	84
5.1.	Il consumatore-informato (art. 5 c. cons.)	88
5.2.	Il consumatore medio e il consumatore vulnerabile, [artt. 18.1 lett. a) e ss. c. cons.]	89
5.3.	Il danneggiato (art. 123 c. cons.)	93
5.4.	Alcune riflessioni	94
6.	Le nozioni di consumatore esterne al codice del consumo	98
7.	L'utente	102
8.	Prime parziali conclusioni	106
8.1.	Il consumatore e il principio di eguaglianza delle parti del rapporto contrattuale.	106
8.2.	Il consumatore come persona fisica <i>tout court</i> o parte debole del rapporto contrattuale?	108
8.3.	Le molteplici definizioni normative di consumatore ne demoliscono la figura?	113
8.4.	Il consumatore e i punti di vista della sua analisi	116
8.5.	Consumatore e persona: una "sineddoche" incostituzionale	119
8.6.	Gli utenti dei servizi pubblici: la versione aggiornata (<i>rectius</i> più tutelata) dei cittadini 2.0	121
8.7.	Il consumatore e il cittadino nell'ottica di un'evoluzione della forma di stato	131

CAPITOLO TERZO

I DIRITTI DEI CONSUMATORI SUL PIATTO
DELLA BILANCIA DELLA GIUSTIZIA

1.	I diritti dei consumatori <i>vs.</i> ... a) i diritti degli imprenditori	133
2.	I diritti dei consumatori <i>vs.</i> ... b) i diritti dei lavoratori	147
2.1.	Premessa	147
2.2.	Il consumatore/utente e il lavoratore subordinato/prestatore di servizi privati	148
2.3.	L'utente dei servizi pubblici e il lavoratore subordinato	153
2.4.	L'istituto della "comandata" come paradigma di una doverosa limitazione del diritto di sciopero	162
2.5.	Ulteriori limitazioni al diritto di sciopero: il caso dei lavoratori autonomi	165
2.6.	Le associazioni dei consumatori come parti istituzionali	167
2.7.	Considerazioni parziali	168
3.	I diritti dei consumatori <i>vs.</i> ... c) i diritti derivanti dal rispetto della concorrenza (im)perfetta. Le distorsioni dell'attuale ordine giuridico del mercato	170
4.	L'incidenza della figura del consumatore nell'interpretazione delle Corti	179

CAPITOLO QUARTO

RICOSTRUZIONI (E CRITICHE) SUL FONDAMENTO
COSTITUZIONALE DEI DIRITTI DEI CONSUMATORI

1.	Introduzione al rapporto di consumo	189
2.	La tesi tradizionale dei "diritti essenziali"	191
3.	La critica di Modugno e la tesi della "pluralità di fondamenti"	200
4.	La ricostruzione di Pace di "limiti e fondamento del potere privato"	208
5.	La tesi dei "diritti della persona"	212
6.	La tesi dei "diritti civili nel mercato"	219
7.	La tesi del "modello sociale dell'U.E."	225

CAPITOLO QUINTO
 LA NATURA COSTITUZIONALE DEI DIRITTI
 DEI CONSUMATORI E DEGLI UTENTI

1.	Diritti dei consumatori come diritti impliciti, strumentali, trasversali, riconoscibili solo in virtù dell'interpretazione evolutiva	229
1.1.	Il binomio libertà-autorealizzazione	231
1.2.	Diritto alla tutela della salute	234
1.3.	Diritto alla sicurezza e alla qualità dei prodotti e dei servizi; diritto all'esercizio delle pratiche commerciali secondo principi di buona fede, correttezza e lealtà; diritto alla correttezza, alla trasparenza ed all'equità nei rapporti contrattuali	236
1.4.	Diritto ad una adeguata informazione e ad una corretta pubblicità	252
1.5.	Diritto all'educazione al consumo	254
1.6.	Diritto alla promozione e allo sviluppo dell'associazionismo libero, volontario e democratico tra i consumatori e gli utenti	257
1.7.	Diritto all'erogazione di servizi pubblici secondo <i>standard</i> di qualità e di efficienza	258
2.	I diritti dei consumatori visti nella loro interezza: una panoplia di fondamenti costituzionali	261
2.1.	Il fondamento derivante dalla fonte	261
2.2.	Il fondamento derivante dal contenuto: "la forma dell'acqua"	266
2.2.1.	Seguendo la scia delle elaborazioni curiali, tra luci e ombre ...: i diritti dei consumatori come diritti della persona e del cittadino	266
2.2.2.	I limiti all'iniziativa economica privata	276
2.2.3.	Il principio di "libera concorrenza"	284
3.	L'inviolabilità dei diritti costituzionali dei consumatori e degli utenti	294

CAPITOLO SESTO

LA TUTELA DEI DIRITTI DEI CONSUMATORI

1.	Le tutele esperibili dinanzi alle Autorità amministrative indipendenti. Quale ruolo?	295
2.	Le procedure partecipative e la Carta dei servizi	302
3.	Le procedure giurisdizionali	312
3.1.	L'azione collettiva di cui all'art. 140 c. cons.	312
3.1.1.	Il contenuto del provvedimento	313
3.1.2.	I diritti e gli interessi fatti valere in giudizio	317
3.2.	L'azione collettiva di cui all'art. 37 c. cons.	319
3.3.	La <i>class action</i> : il travagliato percorso in Italia	320
3.3.1.	Gli ambiti di applicazione della <i>class action</i>	322
3.3.2.	La trasposizione della <i>class action</i> in Italia tramite il filtro della Costituzione	322
3.3.3.	La situazione giuridica soggettiva fatta valere in giudizio	334
3.3.4.	Gli interessi legittimi di diritto privato	344
3.4.	La <i>class action</i> contro la P.A.	349
3.4.1.	Caratteri generali	349
3.4.2.	Legittimazione ad agire ed interessi tutelati	350
3.4.3.	La <i>class action</i> contro la P.A. e l'azione popolare	352
3.4.4.	Una "rilettura" dell'azione popolare	352
3.4.5.	La configurabilità dell'azione popolare per la tutela di interessi diffusi e collettivi in Italia	356
3.4.6.	Un ritorno al passato	361
3.4.7.	Profili di debolezza: mancanza di effettività	363
3.4.8.	Un confronto fra mezzi di tutela	365
4.	Conclusioni	366
4.1.	Verso una tutela <i>multitasking</i> o un dedalo di tutele?	366
4.2.	<i>Class actions</i> e Costituzione	373