



IL «MERCATO DELLE REGOLE» A TUTELA DEI CONSUMATORI TRA POLITICA E AUTORITÀ GARANTI

Giulio Napolitano
Ordinario nell'Università di Roma Tre
(gnapolitano@uniroma3.it)

Convegno Agcm, 29 gennaio 2010

LA LOGICA DELL'AZIONE COLLETTIVA A TUTELA DEI CONSUMATORI

- Il tardivo riconoscimento degli interessi dei consumatori negli ordinamenti contemporanei
- L'influenza dei gruppi di pressione nel 'mercato delle regole'
- La rendita di posizione degli interessi corporativi nell'ordinamento italiano
- L'inversione di tendenza a partire dagli anni Ottanta del XX secolo
- Il vincolo esterno della politica comunitaria a tutela dei consumatori
- L'instaurazione di un 'rapporto simbiotico' tra organi di indirizzo politico e associazione dei consumatori



LE 'FONTI ORDINARIE' DI PRODUZIONE NORMATIVA A TUTELA DEI CONSUMATORI

1. Le fonti comunitarie

- nell'ambito della politica a tutela dei consumatori
- nell'ambito delle misure di armonizzazione dei diversi mercati

2. La legge annuale a tutela della concorrenza

- le segnalazioni dell'Agcm e delle altre autorità

3. Le leggi derivanti da proposte e segnalazioni del Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti

- la rilevazione di problemi e disfunzioni sul campo da parte delle associazioni dei consumatori



LE STRATEGIE LEGISLATIVE DI *ENFORCEMENT*

- Legge generale e astratta/legge provvedimento
- *Enforcement* pubblico (d'ufficio)/*enforcement* privato (a iniziativa di parte)
- Tutela amministrativa/tutela (meramente) giurisdizionale
- Tutela amministrativa *bundled* (con bilanciamento di interessi) e *unbundled* (il solo interesse dei consumatori)
- Valutazioni di efficienza/benessere collettivo
- Valutazioni strategiche volte alla riduzione dei costi di agenzia dei *principali* politici



PRO-DELEGATION: L'AFFIDATAMENTO DELLA TUTELA AD AUTORITÀ INDIPENDENTI

- Efficiente divisione del lavoro/Limitatezza delle risorse/La necessità di un'*expertise* tecnica/Obiettivi di credibilità e di impegno
- La tutela regolatoria (servizi di pubblica utilità/mercati finanziari)/Il bilanciamento degli interessi
- La tutela (meramente) aggiudicatoria (dalla pubblicità ingannevole alle pratiche commerciali scorrette)
- Una sinergia tra promozione/tutela della concorrenza e protezione dei consumatori?
- Perché il legislatore può non avere interesse a risolvere i conflitti di competenza tra AI: *keeping both eyes wide open*
- Il problema della *double compliance* privata



UN LEGISLATORE (S)REGOLATORE?

- La moltiplicazione degli interventi occasionali di protezione diretta dei consumatori da parte del legislatore
- Esempi in materia di obblighi di informazione, equilibrio contrattuale, prezzi e tariffe, forme di tutela
- Gli interventi nei settori regolati e vigilati (tlc, en., credito, assicurazione): le AI come meri esecutori
- Cause e conseguenze di una inconsapevole (?) *non delegation (mal)practice*
- Su alcuni limiti ricavabili dalla giurisprudenza comunitaria (Corte di giustizia, 3 dicembre 2009, causa C-424/07)

