

**IL DIRITTO
DELL'UNIONE EUROPEA**

dUE

2/2017

In copertina:

SEBASTIAN MÜNSTER, *Cosmographie Universelle*, 1544.

IL DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA

dUE

Direttore ANTONIO TIZZANO

2/2017



G. Giappichelli Editore – Torino

© Copyright 2017 - Il Diritto dell'Unione Europea
Registrazione presso il Tribunale di Firenze al n. 3773 del 28.11.1988
R.O.C. n. 25223 (già RNS n. 23 vol. 1 foglio 177 del 2/7/1982)

Direttore responsabile: Antonio Tizzano

Direzione e Redazione
Viale Mazzini, 88 - 00195 Roma
email: sufor@tin.it
www.dirittounioneeuropea.eu

© Copyright 2017 - G. GIAPPICHELLI EDITORE - TORINO
VIA PO, 21 - TEL. 011-81.53.111 - FAX 011-81.25.100
<http://www.giappichelli.it>

ISSN 1125-8551

Stampa: Stampatre s.r.l. - Torino

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume/fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941, n. 633.

Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali, Corso di Porta Romana 108, 20122 Milano, e-mail autorizzazioni@clearedi.org e sito web www.clearedi.org.

Fondata da:

Alberto Predieri e Antonio Tizzano

Direttore:

Antonio Tizzano

Comitato Scientifico

Ricardo Alonso García, Sergio Maria Carbone, Giorgio Gaja, Francis Jacobs, Jean-Paul Jacqué, Koen Lenaerts, Riccardo Luzzatto, Paolo Mengozzi, Miguel Poyares Maduro, Joël Rideau, Vassilios Skouris, Giuseppe Tesaro, Christiaan Timmermans, Thomas Von Danwitz

Redazione

Roberto Adam, Roberto Baratta, Enzo Cannizzaro, Massimo Condinanzi, Luigi Daniele, Filippo Donati, Roberto Mastroianni, Giuseppe Morbidelli, Francesco Munari, Bruno Nascimbene, Luca Radicati di Brozolo, Lucia Serena Rossi

Coordinamento della Redazione

Susanna Fortunato

La Rivista pubblica articoli attinenti direttamente o indirettamente ai profili giuridico-istituzionali del processo d'integrazione europea.

Gli articoli, redatti in italiano, francese, inglese o spagnolo, devono essere originali e inediti. La loro pubblicazione è subordinata ad una rigorosa selezione qualitativa. A tal fine, i contributi vengono valutati, senza indicazione del nome dell'autore o altri riferimenti che ne consentano l'identificazione, da qualificati studiosi della materia, anche esterni alla redazione della *Rivista*. I revisori potranno indicare le modifiche ed integrazioni che giudicano necessarie; in questo caso, la pubblicazione dell'articolo sarà subordinata al rispetto di tali indicazioni da parte dell'autore. L'accettazione del contributo impegna l'autore a non pubblicarlo altrove nella sua interezza o in singole parti, se non previo consenso scritto della direzione della Rivista e alle condizioni da essa stabilite.

Gli articoli devono essere inviati tramite posta elettronica all'indirizzo mail della redazione (sufor@tin.it) in formato word (est. doc), con carattere Times New Roman, corpo 12, interlinea singola, completi di un sommario e dell'apparato di note a piè pagina. Essi devono rispettare le norme redazionali della Rivista (consultabili presso il sito Internet della stessa: www.dirittounioneeuropea.eu) ed essere corredati dalla traduzione del titolo in inglese, da un breve (non più di 10 righe) abstract, in italiano e in inglese, nonché da un elenco delle parole chiave ugualmente in italiano e in inglese.

T. VON DANWITZ, La procédure d’avis selon l’article 218, paragraphe 11, TFUE	199
(The opinion procedure under Article 218 (11) TFEU)	

Saggi e Commenti

C. DI STASIO, La crisi del “Sistema Europeo Comune di Asilo” (SECA) fra inefficienze del sistema Dublino e vacuità del principio di solidarietà	209
(The crisis of the «Common European Asylum System» (CEAS) between the failures of the Dublin system and the emptiness of the solidarity principle)	

D. GALLO, Controlimiti, identità nazionale e i rapporti di forza tra primato ed effetto diretto nella saga <i>Taricco</i>	249
(Counter-limits, national identity and the tense relationship between primacy and direct effect in the <i>Taricco</i> saga)	

E. PAGANO, La rilevanza della cittadinanza e dell’unità della famiglia nella recente prassi della Corte di giustizia in tema di ricongiungimento familiare	279
(The importance of citizenship and unity of the family in the recent case-law of the Court of Justice concerning family reunification)	

C. PESCE, Diversità, limiti e prospettive dei procedimenti pregiudiziali accelerati e d’urgenza dinanzi alla Corte di giustizia UE	309
(Diversity, limits and future perspectives of accelerated and urgent preliminary ruling procedures before the Court of Justice)	

V. RUBINO, L’evoluzione della nozione di consumatore nel processo di integrazione europea	343
(The evolution of the notion of “consumer” in the process of European integration)	

Giurisprudenza

V. CAPUANO, Responsabilità extracontrattuale dell’Unione europea per eccessivo ritardo di una sentenza del Tribunale: la sentenza <i>Gascogne</i>	367
(EU non-contractual liability for excessive length of procedure before the General Court: the <i>Gascogne</i> case)	

Interventi e note

L. DANIELE, Brevi note sull'accordo di recesso dall'Unione europea ai sensi dell'art. 50 TUE 391

(Short reflections on the withdrawal agreement from the European Union under Article 50 TEU)

Osservatorio europeo

(contributi pubblicati sul sito della Rivista www.dirittounione europea.eu)

R. ADAM, Una nuova Comunicazione della Commissione in materia di rispetto del diritto dell'Unione: "risultati migliori attraverso una migliore applicazione", ma con minor controllo?

(A new Communication from the Commission on compliance with EU law: "better results through better application", but with less control?)

V. CAPUANO, Attività notarile e libera circolazione dei servizi giuridici. Brevi note a margine della sentenza *Piringer*

(Notary's activity and free movement of legal services. A short comment to *Piringer* case)

G. D'AGNONE, Alcune osservazioni in merito agli interventi dell'Italia in procedimenti in corso davanti alla Corte di giustizia dell'Unione europea

(Some observations on Italian interventions in proceedings before the Court of Justice of the European Union)

F. FERRARO, Il Tribunale dell'Unione si pronuncia nuovamente sull'iniziativa dei cittadini europei: solo luci o anche qualche ombra?

(The General Court rules once more on the European Citizens' Initiative: all is clear or do some shadows remain?)

S. MONTALDO, La scadenza del termine di recepimento della direttiva 2014/41/UE sull'ordine europeo di indagine penale e la sostituzione delle "disposizioni corrispondenti" della convenzione di assistenza giudiziaria fra gli Stati membri del 2000: spunti per la ricostruzione di un quadro normativo complesso

(The deadline for the transposition of Directive 2014/41/EU on the European Investigation Order and the replacement of the "corresponding provisions" of the Convention on judicial assistance between Member States of 2000: a view on a complex legal framework)

P. MORI, La Corte di giustizia annulla la sentenza T-512/12, *Fronte Polisario c. Consiglio*: l'accordo tra l'Unione e il Regno del Marocco relativo a misure di liberalizzazione in materia di agricoltura e di pesca non si applica al territorio del Sahara occidentale

(The Court of Justice sets aside judgement T-512/12, *Front Polisario v Council*: The agreement between the European Union and the Kingdom of Morocco concerning reciprocal liberalisation measures on agricultural products, fish and fishery products, does not apply to the territory of Western Sahara)

C. SCHEPISI, Consiglio di Stato, “giudicato interno” e rinvio pregiudiziale: ancora sui rapporti tra sezioni e adunanza plenaria

(“Res iudicata” and referral to the Court of Justice for a preliminary ruling: once again on the relationship between the sections and the plenary chamber of the Italian Consiglio di Stato)

Notizie sugli autori

407

L'evoluzione della nozione di consumatore nel processo di integrazione europea

Vito Rubino

SOMMARIO

I. Il consumatore come parte di un rapporto economico e come “persona” nel contesto dell’integrazione europea. – II. L’evoluzione della nozione di “consumatore”. – III. (*Segue*): le caratteristiche del “consumatore medio” elaborate dalla giurisprudenza della Corte in relazione all’informazione-etichettatura. – IV. (*Segue*): il consumatore “vulnerabile” tipizzato dalla direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali. – V. (*Segue*): La nozione di consumatore e i diritti ad esso riconosciuti nella disciplina dei contratti al consumo. – VI. Nuovi bisogni, nuove preoccupazioni e nuove “declinazioni” del concetto di consumatore nel settore alimentare. – VII. Quale modello di consumatore per il futuro del mercato interno dell’Unione europea?

I. La definizione del concetto di “consumatore” come parte di un rapporto giuridico ed economico, pur se apparentemente semplice, costituisce in realtà un passaggio fondamentale per la corretta impostazione di numerose politiche dell’Unione e la costruzione del mercato interno.

Non può stupire, dunque, il fatto che il problema della sua qualificazione giuridica sia stato oggetto di ripetuti interventi giurisprudenziali e normativi lungo l’arco dell’ormai pluridecennale processo di integrazione europea, e che tutt’oggi costituisca argomento controverso di estrema attualità¹.

L’assenza di una disciplina armonizzata della materia, dovuta all’introduzione solo in un secondo momento di una competenza comunitaria al riguardo²

¹ In questa sede non è possibile dar conto in modo esaustivo della abbondante letteratura scientifica in merito. Sia consentito a titolo meramente esemplificativo rinviare, fra i più recenti, a D. LECZYKIEWICZ, S. WEATHERHILL (eds), *The Images of the Consumer in the EU Law*, Oxford, 2016; H.W. MICKLITZ, N. REICH, P. ROTT, K. TONNER (eds), *European Consumer Law*, 2014, Cambridge; S. WEATHERILL, *EU Consumer Law and Policy*, Cheltenham, 2013; I. IRIS BENÖHR, *EU Consumer Law and Human Rights*, Oxford, 2013.

² Sia consentito ricordare sinteticamente in merito che il Trattato CEE non conteneva nella sua versione iniziale disposizioni *ad hoc*, citando il consumatore esclusivamente con rife-

(peraltro di natura concorrente), ha imposto il superamento delle diverse sensibilità nazionali attraverso una complessa opera di scomposizione e ricomposizione delle posizioni soggettive connotate da intrinseca ed asimmetrica debolezza, in particolare in quattro aree del diritto dell'Unione europea in cui il parametro "soggettivo" del consumatore incide particolarmente: l'informazione (attraverso la pubblicità o l'etichettatura), i requisiti di qualità o sicurezza dei prodotti; la proprietà intellettuale (in particolare con riferimento alla possibile decettività dei marchi o alla loro confondibilità) e la contrattualistica.

In tutti questi ambiti, come si evidenzierà in prosieguo, l'approccio iniziale è stato strettamente funzionale alla unificazione del mercato interno: la figura del consumatore è stata costruita normativamente ed attraverso la giurisprudenza come parametro in relazione al quale misurare la proporzionalità delle discipline nazionali non armonizzate o compiere limitati interventi di armonizzazione³.

Successivamente, con l'emergere di una più spiccata sensibilità per la tutela dei diritti fondamentali dell'individuo nel momento dell'acquisto dei beni di consumo o dei servizi (e nel correlato momento della lite giudiziaria

rimento ad altre politiche. La normativa derivata ha quindi proceduto in modo anorganico ad effettuare interventi sotesi essenzialmente alla armonizzazione, inizialmente minima, di alcuni aspetti rilevanti per il mercato unico. Solo in tempi più recenti, dapprima con l'Atto Unico europeo, quindi con i Trattati di Maastricht e di Amsterdam, infine con la Carta di Nizza ed il Trattato di Lisbona, la figura del consumatore è emersa in modo autonomo ed ha assunto connotazioni soggettive, come "persona" da tutelare. In ogni caso merita evidenza il fatto che l'articolo 169 TFUE tutt'oggi prevede che le misure di armonizzazione in materia «non impediscono ai singoli Stati membri di mantenere o di introdurre misure di protezione più rigorose (...)», aspetto sui cui si tornerà in prosieguo.

³ Cfr. le direttive del Consiglio 85/577/CEE, del 20 dicembre 1985, per la tutela dei consumatori in caso di contratti negoziati fuori dei locali commerciali, in *GUCE* L 372/1985, p. 31 ss.; 87/102/CEE, del 22 dicembre 1987, in materia di credito al consumo, in *GUCE* L 42/1987, p. 48 ss.; 93/13/CEE, del 5 aprile 1993, concernente le clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori, in *GUCE* L 95/1993, p. 29 ss., nonché alle direttive del Parlamento europeo e del Consiglio 97/7/CEE, del 20 maggio 1997, riguardante la protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza, in *GUCE* L 144/1997, p. 19 ss.; 98/6/CEE, del 16 febbraio 1998, in materia di indicazione dei prezzi dei prodotti offerti ai consumatori, in *GUCE* L 80/1998, p. 27 ss.; 1999/44/CE, del 25 maggio 1999, su taluni aspetti della vendita e delle garanzie dei beni di consumo, in *GUCE* L 171/1999, p. 12 ss.; 2000/31/CE, del 8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in *GUCE* L 178/2000, p. 1 ss.; 2002/65/CE, del 23 settembre 2002, concernente la commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori, in *GUUE* L 271/2002, p. 16 ss.; 2005/29/CE del 11 maggio 2005, concernente le pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato, in *GUUE* L 149/2005, p. 22 ss., e, da ultimo, la direttiva 2011/83/UE, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori, in *GUUE* L 304/2011, p. 64 ss.

conseguente alla patologia dei rapporti commerciali) i consumatori sono stati individuati di volta in volta nelle persone fisiche che agiscono al di fuori di un ambito professionale, nei soggetti mediamente informati e ragionevolmente accorti, nonché in individui vulnerabili, ingenui od ansiosi. Di pari passo è stato imposto agli operatori professionali un crescendo di standard di diligenza che ricalca in parte la traiettoria del processo di integrazione europea nel passaggio da Comunità economica a “Comunità di diritto”⁴, essendo chiaramente improntato a dare risposte ad istanze sempre più solidaristiche.

La materia, tuttavia, non appare tutt'oggi uniforme, soffrendo ancora in larga misura della disorganicità degli interventi e della diversa sensibilità per le istanze di tutela legate alle crescenti aspettative dei destinatari delle relative politiche.

In particolare, come si avrà modo di evidenziare meglio in prosieguo, nell'ambito della comunicazione dei requisiti di qualità e sicurezza dei prodotti l'evoluzione impressa alla nozione di consumatore ha introitato le caratteristiche di fragilità, mancanza di competenze ed ansietà, che connotano l'individuo moderno, determinando una notevole accelerazione dell'innalzamento delle soglie di diligenza e trasparenza imposte agli operatori tanto sul piano normativo che in ambito giurisprudenziale.

Nel settore contrattuale l'esigenza di protezione si è concentrata maggiormente sui singoli “frangenti” in cui si svolgono le dinamiche commerciali, poggiando su di una nozione di consumatore meno articolata (essenzialmente coincidente con la persona fisica che non opera per scopi professionali).

In un caso come nell'altro, ad ogni modo, la complessità del quadro giuridico di riferimento e la progressiva influenza che i diritti fondamentali della persona esercitano sulla materia determinano un rinnovato interesse per il tema oggetto di riflessione, ed in particolare ripropongono in questa sede alcuni interrogativi di fondo strettamente correlati all'evoluzione dell'integrazione europea: esiste una finalità comune per la continua rielaborazione della nozione di “consumatore” nei diversi contesti descritti? E, di conseguenza: quali ripercussioni può avere questa dinamica giuridica sui rapporti commerciali ed i modelli comportamentali nel mercato interno?

II. Per dare risposta agli interrogativi formulati appare necessario effettuare una analisi evolutiva della nozione di “consumatore” nell'ordinamento

⁴ Cfr. sul punto G. TESAURO, *L'Unione europea come Comunità di diritto*, in *Lo Stato*, 2015, p. 123 ss.

dell'Unione che, accanto al criterio puramente storico-cronologico (dovuto allo sviluppo “per tappe” della materia in relazione al progresso dell'integrazione europea), tenga in adeguata considerazione le specificità delle materie menzionate in precedenza, posto che le caratteristiche del soggetto destinatario di beni e servizi nel rapporto di consumo non svolgono sempre la stessa funzione giuridica, e, di conseguenza, non si sono sviluppate in modo generale ed uniforme⁵.

Ad ogni modo ed a ben guardare gli approcci metodologici menzionati sono senz'altro complementari: l'assenza iniziale di una competenza comunitaria sulla tutela del consumatore ha frazionato gli interventi in relazione ad ogni specifico ambito regolato ed alle politiche di volta in volta perseguite, circostanza che rende necessario analizzare il quadro evolutivo complessivo della materia, seppur per grandi linee.

Nell'ambito delle singole fattispecie, poi, il condizionamento reciproco fra i destinatari delle norme e gli obiettivi generali perseguiti ha generato un sistema complesso⁶, in cui gli individui vengono indirizzati nelle loro scelte dalle strategie regolatorie e dalla giurisprudenza, che, attraverso incentivi e disincentivi, contribuiscono a formare orientamenti, propensioni, bisogni e preferenze⁷.

Le istituzioni, peraltro, subiscono a loro volta le pressioni della c.d. “opinione pubblica” che chiede risposte in relazione a problematiche percepite collettivamente come urgenti o prioritarie a prescindere dalla loro oggettiva consistenza.

Sicché, nel mosaico descritto, giurisprudenza della Corte di giustizia ha mantenuto un ruolo determinante. L'analisi contestualizzata delle sue più significative pronunce costituisce dunque un passaggio essenziale per la corretta ricostruzione del concetto giuridico di “consumatore”.

III. (Segue). Nella prima fase di integrazione dei mercati la Corte di giustizia, com'è noto, si è trovata frequentemente a valutare la legittimità delle normative nazionali che ponevano vincoli di mercato a motivo della necessità di reagire allo squilibrio fra le parti contraenti nei rapporti commerciali di massa.

⁵ Cfr. L. GONZALEZ VAQUE, *La notion de «consommateur moyen» selon la jurisprudence de la Cour de justice des Communautés européennes*, in *Rev. droit Union eur.*, 2004, p. 71.

⁶ Cfr. M. DANI, *Assembling the fractured European Consumer*, *LEQS Paper* n. 29/2011, disponibile on line all'indirizzo www.lse.ac.uk/europeanInstitute/LEQS%20Discussion%20Paper%20Series/LEQSPaper29.pdf.

⁷ Cfr. N. ROSE, *Inventing our selves. Psychology, Power and Personhood*, Cambridge, 1996, pp. 122 e 152.

In questi contesti la nozione di consumatore ha svolto essenzialmente la funzione di “parametro di proporzionalità” onde valutare la ragionevolezza degli interventi regolatori nazionali.

La mancanza di elementi uniformi di accertamento delle propensioni e delle attitudini del destinatario dei prodotti e dei messaggi poneva anzitutto il problema di definirne le modalità di accertamento giudiziale, vista l'eterogeneità dei possibili criteri al riguardo⁸.

La Corte ha quindi affrontato il tema compiendo un primo sforzo unificatore nel senso di ritenere sufficiente l'accertamento delle attitudini del destinatario finale dei beni o servizi in base ad una valutazione presuntiva (ossia senza imporre caso per caso perizie demoscopiche, sondaggi, ecc.), consentendo peraltro al giudice nazionale di ricorrere, ove indispensabile, ad un accertamento istruttorio “in concreto”⁹.

Così, a titolo esemplificativo, nella sentenza *Sekt*¹⁰ relativa alla possibile ingannevolezza di un marchio evocativo di una indicazione vitivinicola protetta dalla normativa tedesca, la Corte ha chiaramente affermato che «spetta al giudice nazionale verificare, sulla base dei fatti, se, in considerazione dei consumatori cui è diretto, un marchio ed i suoi elementi siano tali da creare confusione, totale o parziale, con la denominazione di taluni vini. A tal proposito (...) il giudice nazionale deve prendere come punto di riferimento l'aspettativa presunta di un consumatore medio (...). Solo qualora incontri particolari difficoltà nel valutare il carattere ingannevole del marchio e in mancanza di qualsiasi disposizione comunitaria in materia, il giudice nazionale può fare ricorso, alle condizioni previste dal proprio diritto, a provvedimenti istruttori quali un sondaggio di opinioni o una perizia (...)»¹¹.

⁸ In particolare La giurisprudenza nazionale risultava divisa in merito alle modalità istruttorie in sede processuale, con una certa tendenza dei giudici dei paesi nord-europei (in particolare tedeschi) ad imporre sondaggi, perizie, ecc. volti a “fotografare” il comportamento “medio” dei consumatori in relazione alla fattispecie controversa. La stessa divergenza giurisprudenziale in merito poteva peraltro tradursi in un ulteriore ostacolo alla libera circolazione delle merci, vista la difficoltà per un operatore di dimensioni europee di impostare le proprie strategie comunicative e di tutela del marchio e del prodotto tenendo in considerazione tutte le variabili espresse dalla giurisprudenza nei diversi ordinamenti nazionali. Sul punto razioni sia consentito rinviare a N. ZORZI GALGANO, *Il consumatore medio ed il consumatore vulnerabile nel diritto comunitario*, in *Contr. imp. Eur.*, 2010, p. 550 e spec. nota 3.

⁹ Cfr. Corte giust. 16 luglio 1998, C-210/96, *Gut Springenheide GmbH, Rudolf Tusky*, punto 35, ed ult. giurispr. *ivi cit.*

¹⁰ Cfr. Corte giust. 28 gennaio 1999, C-303/97, *Verbraucherschutzverein eV e SektKellerer G.C. Kessler GmbH und Co.*

¹¹ Cfr. i punti 36-37 della sentenza, nonché, nei medesimi termini, la sentenza *Gut Springen-*

Il giudizio si è venuto così a configurare come valutazione giuridico-qualitativa non statistica in ragione della possibilità di superare, per il tramite di un certo grado di astrazione, le difficoltà altrimenti sottese ai meccanismi processuali di accertamento della situazione che i singoli ordinamenti nazionali comportavano¹², basandosi sulla identificazione del consumatore come un soggetto “medio”, ossia normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto, capace di discernere autonomamente le caratteristiche dei prodotti e comprendere i messaggi a lui rivolti secondo canoni di obiettività da accertare volta per volta.

La Corte ha peraltro precisato che il criterio interpretativo deve essere funzionale al bilanciamento delle istanze solidaristiche (tendenzialmente proiettate verso una dilatazione degli effetti protettivi delle norme) con le libertà economiche e le esigenze del mercato unico (che, al contrario, presuppongono un certo margine di flessibilità nel giudizio sulla comunicazione¹³, sulla scelta della composizione dei prodotti¹⁴, sul contenuto dei marchi¹⁵ e,

heide GmbH, Rudolf Tusky, cit. Il ragionamento peraltro, si ispira all’orientamento precedente della Corte, ove i giudici del Lussemburgo nell’assumere decisioni in merito al carattere eventualmente ingannevole di una denominazione, di un marchio o di una dicitura pubblicitaria con riferimento alle disposizioni del Trattato o del diritto derivato si sono sempre basati su di una aspettativa presunta del consumatore medio, senza disporre di perizie o sondaggi. Allo stesso modo secondo la Corte i giudizi nazionali dovrebbero essere in grado di valutare, nelle medesime condizioni, le diverse fattispecie su cui la nozione di consumatore possa incidere. Sul punto sia consentito ulteriormente rinviare, per mera esemplificazione, alle sentenze della Corte di giust. 7 marzo 1990, C-362/88, *GN-INNO-BM*; 13 dicembre 1990, C-238/89, *Pall*; 16 gennaio 1992, C-373/90, *X*; 18 maggio 1993, C-126/91, *Yves Rocher*; 2 febbraio 1994, C-315/92, *Verband Sozialer Wettbewerb*; 29 giugno 1995, C-456/93, *Langguth*; 6 luglio 1995, C-470/93, *Mars*.

¹² Il compito di definire l’attitudine dei consumatori viene di regola assolto direttamente dalla Corte laddove gli elementi sottoposti alla sua valutazione lo consentano; diversamente viene demandato al giudice nazionale. Cfr. sul punto le sentenze 17 marzo 1983, 94/82, *De Kilkorsh*; 26 novembre 1996, C-313/94, *f.lli Graffione*; 16 luglio 1998, *Gut Springenheide*, cit.; 28 gennaio 1999, *Sektellerei*, cit.; 8 aprile 2003, C-44/01, *Pipping*.

¹³ Ciò vale tanto con riferimento ai contenuti dei messaggi (e.g., *ex plurimis*, la sentenza *Mars*, cit., in cui veniva contestata la corrispondenza della grandezza della dicitura “+30%” rispetto all’effettivo volume del prodotto elargito in omaggio), quanto alle modalità organizzative della stessa (cfr. Corte giust. 15 dicembre 1982, 286/81, *Oosthoek’s Uitgeversmaatschappij*, punto 15; 16 maggio 1989, 382/87, *Buet*, punto 7; 25 luglio 1991, C-1/90 e 176/90, *Aragonesa de Publicidad Exterior*, punto 10).

¹⁴ Cfr. Corte giust. 10 novembre 1982, 261/81, *Rau*, punto 17; 26 ottobre 1995, C-51/94, *Commissione c. Repubblica federale tedesca*, punto 34; 6 novembre 2003, C-358/01, *Commissione c. Regno di Spagna*, punti 51 e 52.

¹⁵ Cfr. Corte giust. 29 giugno 1995, *Langguth*, cit., punto 28, nonché Trib. 17 ottobre 2006, T-483/04, *Armour Pharmaceutical*, punto 80.

più in generale, nelle relazioni contrattuali con i consumatori¹⁶).

È stata, così, individuata una strada “intermedia” anche con riferimento alla contestualizzazione delle fattispecie in relazione alle tradizioni ed alle propensioni dei luoghi ove si svolgono le singole vicende: la percezione di informazioni, diciture in etichetta o marchi viene infatti generalmente analizzata tenendo in considerazione la possibile incidenza di fattori propri dei singoli mercati nazionali, posto che «le differenze linguistiche, culturali e sociali tra gli Stati membri possono far sì che un marchio, che non è idoneo ad indurre in inganno il consumatore in uno Stato membro, può esserlo in un altro»¹⁷.

Al di fuori dell'ambito strettamente comunicativo la rilevanza delle aspettative dell'acquirente nello Stato di commercializzazione viene, tuttavia, tendenzialmente esclusa in considerazione del fatto che l'esaltazione di abitudini nazionali può costituire in sé un ostacolo anche solo potenziale alla circolazione delle merci¹⁸.

Sicché, se per un verso l'approccio complessivo alla problematica adottato dalla Corte in questa prima fase ha il pregio di consentire l'agevole superamento delle barriere tecniche determinate dalle numerose norme nazionali che contengono valutazioni *ex ante* di accettabilità delle caratteristiche dei prodotti, indubbiamente il risultato tende ad esaltare dinamiche concorrenziali in cui la responsabilità della scelta ricade (o è scaricata) in larga misura sulle spalle del singolo consumatore, dal quale si pretende un certo grado (medio, ossia comunque differente dalle fasce più deboli) di competenza e capacità di elaborazione critica delle informazioni ricevute¹⁹.

IV. (Segue). A differenza del “consumatore medio”, la cui elaborazione è sostanzialmente giurisprudenziale, il “consumatore vulnerabile” deve la sua tipizzazione ad un intervento normativo, motivato dall'accresciuta sensibili-

¹⁶ Cfr. Corte giust. 26 giugno 2000, da C-240/98 a C-244/98, *Océano Grupo Editorial S.A.*; 5 marzo 2002, C-386/00, *Axa Royale Belge SA c. Georges Ochoa*; 26 ottobre 2006, C-168/05, *Mostaza Claro*.

¹⁷ Cfr. sentenza *f.lli Graffione*, cit., punto 22. Si vedano altresì, a titolo esemplificativo, Corte giust. 13 gennaio 2000, C-220/98, *Estée Lauder Cosmetics GmbH*, e Trib. 14 dicembre 2006, T-81/03, *Mast-Jägermeister AG*, punti 95-97, nonché, negli stessi termini, 19 ottobre 2006, T-350/04-352/04, *Bitburger*, punto 64.

¹⁸ Cfr. a titolo esemplificativo a proposito della normativa tedesca sulla birra Corte giust., 12 marzo 1987, C-178/84, *Commissione c. Repubblica federale di Germania*, punto 32, nonché la altrettanto nota 27 febbraio 1980, causa 170/78, *Commissione c. Regno Unito*, sul rapporto di concorrenzialità fra birra e vino.

¹⁹ Cfr. in questo senso le preoccupazioni espresse da C. PONCIBÒ, *Il consumatore medio*, in *Contr. imp. Eur.*, 2007, pp. 756-757.

tà per le problematiche dell'individuo nelle sue condizioni di debolezza soggettiva.

Il considerando 18 della direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali²⁰ afferma, infatti, che accanto al parametro del consumatore desu- mibile dalla giurisprudenza della Corte è necessario introdurre disposi- zioni volte ad evitare lo sfruttamento dei consumatori che per le loro ca- ratteristiche risultino particolarmente vulnerabili, con ciò facendo riferi- mento alla individuazione di specifiche categorie “target” per le quali la tutela ordinaria non risulti adeguata.

Coerentemente l'articolo 5 par. 3 della direttiva stabilisce che «le pratiche commerciali che possono falsare in misura rilevante il comportamento eco- nomico solo di un gruppo di consumatori chiaramente individuabile, partico- larmente vulnerabili alla pratica o al prodotto cui essa si riferisce a motivo della loro infermità mentale o fisica, della loro età o ingenuità, in modo che il professionista può ragionevolmente prevedere, sono valutate nell'ottica del membro medio di tale gruppo (...)».

La disposizione aggiunge nella sostanza una precisazione rispetto al giu- dizio di proporzionalità tradizionale²¹ che, basandosi sulla esigibilità di una condotta accorta ed informata del consumatore, giustificava una restrizione solo in presenza di un rischio “grave” di inganno: l'esistenza di specifiche fragilità individuali dovute a condizioni particolari quali il disagio fisico (malattia), psichico (paura della morte, solitudine, ecc.) o socioeconomico (povertà, ignoranza, ecc.) individuabili dal professionista con la ordinaria diligenza²² consente di rideterminare il parametro di riferimento, di modo da rendere possibile una valutazione pur sempre qualitativa, ma riferita alle aspettative presunte di un consumatore tipico di quella specifica categoria più “a rischio”²³.

In altre parole, abbassandosi la soglia di esigibilità di una condotta coe- rente e consapevole del consumatore in quei determinati frangenti di vita o in quelle condizioni soggettive, si determinerà, in chiave solidaristica, una

²⁰ Cfr. direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio concernente le prati- che commerciali sleali, cit.

²¹ Cfr. le sentenze 13 dicembre 1990, *Pall*, cit., punto 19; 6 luglio 1995, *Mars*, cit., punto 19; 26 ottobre 1995, *Commissione c. Repubblica federale tedesca*, cit., punto 34; 4 aprile 2000, C-465/98, *Darbo*, punto 28, nonché le conclusioni degli Avvocati generali Tesauro del 24 ottobre 1991, C- 373/90, X; Misho del 16 novembre 2000, C-169/99, *Schwarzkopf*; Geelhoed del 4 luglio 2002, C-421/00, C- 426/00, 16/01, *Sterbenz e Haug*.

²² Cfr. in questo senso il 19° considerando introduttivo della direttiva.

²³ Cfr. in questo senso N. ZORZO GALGANO, *op. cit.*, p. 608.

più ampia responsabilità del professionista nel contesto di un disegno complessivo certamente orientato a porre al centro l'individuo, la tutela della sua sfera soggettiva e delle sue debolezze.

V. (*Segue*). Una riflessione specifica deve essere dedicata alla disciplina dei contratti con i consumatori, cui peraltro si deve la prima apertura di carattere normativo alle esigenze individuali di tutela di soggetti ritenuti per definizione "deboli" nel rapporto asimmetrico con i professionisti²⁴.

Pur non potendosi in questa sede procedere ad una ricognizione puntuale delle disposizioni adottate per riequilibrare queste relazioni commerciali nonché dei relativi orientamenti della Corte in materia, pare comunque opportuno ricordare come da tempo l'ordinamento dell'Unione si sia dotato di alcune disposizioni relative a specifici aspetti dei contratti con i consumatori (cfr. a titolo esemplificativo le direttive 85/577/CEE sui contratti negoziati fuori dai locali commerciali; 93/13/CE sulle clausole abusive; 97/7/CE sui contratti conclusi a distanza; 99/44/CE sulla garanzia nella vendita di beni di consumo, ecc., oggi coordinate ed in parte assorbite dalla direttiva 2011/83/CE sui diritti dei consumatori²⁵) onde superare le asimmetrie inevitabilmente determinate dalla massificazione dei rapporti commerciali.

Com'è stato più volte sottolineato dalla giurisprudenza della Corte, l'intera disciplina si fonda sull'assunto che i nuovi modelli di mercato (sempre più personalizzati ed a crescente livello di complessità) pongano il consumatore-acquirente in una condizione di inferiorità per l'assenza di un reale potere negoziale nelle trattative e per il modesto livello di informazioni disponibili, sì da costringerlo *de facto* ad aderire alle condizioni poste dal professionista in modo acritico e comunque senza poter incidere sulle stesse²⁶.

Il legislatore UE è quindi intervenuto su di un doppio binario: da un lato

²⁴ Cfr. C. WADLOW, *The Emergent European Law of Unfair Competition and its Consumer Law Origin*, in *Int. Prop. Quart.*, 2012, p. 1 ss.

²⁵ Cfr. per i riferimenti delle norme citate e per ulteriori indicazioni la nota 3.

²⁶ Cfr. a titolo meramente esemplificativo Corte giust. 27 giugno 2000, *Océano Grupo editorial*, cit., punto 25; 21 novembre 2002, C-473/00, *Cofidis*, punto 34; 26 ottobre 2006, *Maria Mostaza Claro*, cit., punto 25 e 36; 4 giugno 2009, C-243/08, *Pannon GSM*, punto 22; 6 ottobre 2009, C-40/08, *Asturcom Telecomunicaciones*, punto 29; 15 marzo 2012, C-453/10, *Ana Pereničová e Vladislav Perenič*, punto 27; 14 giugno 2012, C-618/10, *Banco Español de Crédito SA*, punto 39; 21 febbraio 2013, C-472/11, *Banif Plus Bank Zrt*, punto 19; 14 marzo 2013, C-415/11, *Aziz*, punto 44; 30 maggio 2013, C-488/11, *Dirk Frederik Asbeek Brusse e Katarina de Man Garabito*, punto 31; 30 aprile 2014, C-26/13, *Kásler e Rábai*, punti 72 e 78; 30 aprile 2014, C-280/13, *Barclays Bank SA*, punto 32; 3 settembre 2015, C-110/14, *Costea*, punto 18.

integrando i contratti al consumo con disposizioni di carattere imperativo volte a rafforzare i diritti dei contraenti deboli in chiave positiva (e.g. prevedendo un termine minimo della garanzia legale per vizi o difetti²⁷, il diritto di recesso per i contratti stipulati fuori dai locali commerciali²⁸, i termini di consegna²⁹, ecc.), ovvero in negativo (ossia rendendo del tutto inefficaci nei confronti del consumatore le c.d. “clausole abusive”³⁰ predisposte unilateralmente dal professionista³¹ in danno del contraente debole); dall’altro introducendo puntuali obblighi informativi precontrattuali a garanzia della perfetta trasparenza del rapporto e della libertà di scelta del consumatore³².

Orbene, per quanto in questa sede interessa, appare rilevante segnalare come tutte le norme menzionate contengano una definizione di consumatore a dir poco “essenziale”: questo viene, infatti, descritto semplicemente come «qualsiasi persona fisica che nei contratti agisca per fini che non rientrano nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale»³³.

La limitazione delle diverse norme richiamate alla sola categoria di soggetti così descritta è infatti spiegabile in considerazione del fatto che la protezione è impostata come eccezione al dogma dell’autonomia negoziale e della libertà contrattuale delle parti.

La nozione di “consumatore” enunciata dalla norma è stata, quindi, in un primo tempo interpretata restrittivamente, come chiaramente indicato nei casi

²⁷ Cfr. art. 5-6 della direttiva 1999/44/CE, cit. nota 3.

²⁸ Cfr. oggi l’art. 9 della direttiva 2011/83/UE, cit., nota 3.

²⁹ Cfr. oggi l’art. 18 della direttiva 2011/83/UE, cit.

³⁰ Per “clausole abusive” la direttiva 93/13/CE intende quelle clausole contrattuali non oggetto di negoziato individuale che, «in contrasto con il requisito della buona fede, determinano a danno del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi delle parti derivanti dal contratto».

³¹ Cfr. l’art. 3 della direttiva 93/13/CE, cit. L’inefficacia si accompagna al potere-dovere del giudice di esaminare d’ufficio il contenuto del contratto dichiarando nulle o non applicando le clausole così qualificate. In merito si vedano a titolo esemplificativo le sentenze 27 giugno 2000, *Océano Grupo editorial*, cit., punto 26; 4 giugno 2009, *Pannon GSM*, cit., punto 23; 14 marzo 2013, *Aziz*, cit., punto 46; 30 aprile 2014, *Barclays Bank SA*, cit., punto 34; 17 luglio 2014, C-169/14, *Juan Carlos Sánchez Morcillo e María del Carmen Abril García*, punto 24.

³² Cfr. oggi i capi II e III della direttiva 2011/83/UE, cit.

³³ Cfr. la definizione oggi contenuta nell’art. 2 della direttiva 2011/83/UE, cit., peraltro non modificata rispetto a quanto precedentemente previsto dalle norme che sono state codificate ed in parte integrate dalla direttiva.

*Di Pinto*³⁴ ed *Idealservice*³⁵ ove la Corte era chiamata a valutarne l'estensibilità a società di piccola o piccolissima dimensione ed ha dovuto prendere atto che i limiti imposti dalla definizione di "persona fisica" non consentivano di attrarre nella sfera di copertura delle norme protettive anche gli operatori economici costituiti sotto forma di società semplici o soggetti professionali.

Successivamente anche in questo ambito si è registrata una certa evoluzione.

Infatti in primo luogo la direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori³⁶, che oggi fa da cornice complessiva alla materia³⁷, sembrerebbe autorizzare una lettura più "flessibile" del novero dei soggetti potenzialmente beneficiari delle disposizioni dell'Unione poste a tutela dei contraenti deboli: il suo considerando 17, riprendendo una valutazione che la Corte aveva limitato al solo ambito processuale nel caso *Gruber*³⁸, afferma che «nel caso di contratti con un duplice scopo, qualora il contratto sia concluso per fini che parzialmente rientrano nel quadro delle attività commerciali della persona e parzialmente ne restano al di fuori e lo scopo commerciale sia talmente limitato da non risultare predominante nel contesto generale del contratto, la persona in questione dovrebbe essere considerata un consumatore»³⁹.

³⁴ Cfr. Corte giust. 14 marzo 1991, C-361/89, *Di Pinto*, a proposito della direttiva 85/577/CEE relativa ai contratti conclusi fuori dai locali commerciali.

³⁵ Cfr. Corte giust. 22 novembre 2001, C-541/99 e C-542/99, *Idealservice*, a proposito dell'estensione della direttiva 93/13/CE ad alcune società di piccole dimensioni in relazione alla genericità della nozione di "consumatore" in essa contenuta.

³⁶ Cfr. nota 3.

³⁷ La ricostruzione del ruolo della direttiva 2011/83/UE in relazione alle precedenti disposizioni verticali relative agli specifici profili contrattuali non può essere qui utilmente effettuata per evidenti ragioni. Sia perciò consentito rinviare a G. DE CRISTOFARO, A. DE FRANCESCHI, *Consumer sales in Europe: after the implementation of the Consumer Rights Directive*, Cambridge, 2016; S. GRUNDMANN, *The EU Consumer Rights Directive: optimizing, creating alternatives, or a dead end?*, in *Unif. Law Rev.*, 2013, p. 98 ss.; E. HALL, G. HOWELLS, J. WATSON, *The consumer rights directive: an assessment of its contribution to the development of European consumer contract law*, in *Eur. Rev. Contr. Law*, 2012, p. 139 ss.; S. WEATHERHILL, *The Consumer Rights Directive: how and why a quest for "coherence" has (largely) failed*, in *Comm. Market Law Rev.*, 2012, p. 1279 ss.; P. ROTT, *More coherence? A higher level of consumer protection? – A review of the new Consumer Rights Directive 2011/83/EU*, in *Eur. Jour. Cons. Law*, 2012, p. 371 ss.; K. TONNER, *The Consumer Rights Directive and its Impact on Internet and Other Distance Consumer Contracts*, in N. REICH, H.-W. MICKLITZ, P. ROTT, K. TONNER (eds), *European Consumer Law*, cit., p. 393 ss., ed ivi per ult. cit.

³⁸ Cfr. Corte giust. 20 gennaio 2005, C-464/01, *Gruber*.

³⁹ Così il 17° considerando introduttivo della direttiva 2011/83/UE, cit. Si vedano sul punto anche i punti 46 e 47 della sentenza *Gruber*, cit.

Il considerando 13, peraltro, aveva già segnalato che, nonostante la tendenziale esaustività della disciplina in commento⁴⁰, gli Stati membri possono estenderne le norme alle persone giuridiche o alle persone fisiche che non sono consumatori ai sensi della direttiva, quali, a titolo esemplificativo, le organizzazioni non governative, le start-up o le piccole e medie imprese.

Sulla stessa linea anche la più recente giurisprudenza della Corte di giustizia sembra voler contribuire ad un progressivo allentamento dei vincoli formali posti dalle definizioni già richiamate.

Nella sentenza *Pereničová*⁴¹, a titolo esemplificativo, la Corte, pur ribadendo l'autonomia della direttiva 93/13/CE rispetto alla direttiva 2005/29/CE (al punto di escludere che una condotta omissiva qualificata come pratica commerciale sleale in forza della seconda possa avere incidenza automatica sulla determinazione della natura "abusiva" delle relative clausole contrattuali in base alla prima) ha comunque affermato che il giudice nazionale, nello svolgimento della sua doverosa funzione di analisi del contenuto del contratto, può trarre elementi di valutazione in merito «prendendo in considerazione il carattere sleale di una pratica contrattuale»⁴².

Il recupero in ambito applicativo del contenuto della direttiva 2005/29/CE (ed inevitabilmente delle tendenze evolutive della sua interpretazione) pare quindi definire un rapporto di complementarità fra questa norma e le disposizioni dedicate ai rapporti contrattuali che dovrebbe consentire una corretta valorizzazione delle condizioni soggettive di debolezza (ossia di "vulnerabilità" individuale) quando possano incidere sulle circostanze della conclusione del contratto o sui suoi contenuti.

In tal modo risulterebbe rafforzato l'orientamento della Corte che in più occasioni, interpretando il concetto di "significativo squilibrio" dei diritti e degli obblighi delle parti, ha ritenuto necessario fare riferimento a tutte le circostanze che accompagnano la conclusione di un contratto, demandandone la valutazione caso per caso al giudice nazionale⁴³.

⁴⁰ Esplicitamente affermata dall'articolo 4 della direttiva, a norma del quale «salvo che la presente direttiva disponga altrimenti, gli Stati membri non mantengono o adottano nel loro diritto nazionale disposizioni divergenti da quelle stabilite dalla presente direttiva, include le disposizioni più o meno severe per garantire al consumatore un livello di tutela diverso».

⁴¹ Cfr. Corte di giust., 15 marzo 2012, C-453/10, *Jana Pereničová, Vladislav Perenič*, cit.

⁴² Cfr. sentenza *Pereničová*, cit., in particolare punti 42-47 delle motivazioni.

⁴³ Cfr. sul punto, a titolo esemplificativo, Corte giust. 4 giugno 2009, C-243/08, *Pannon GSM*, punto 39; 9 novembre 2010, C-137/08, *VB Pénzügyi Lízing Zrt*, punto 42; 21 febbraio 2013, C-472/11, *Banif Plus Bank*, punto 40; 14 marzo 2013, C-415/11, *Aziz*, punto 71; 16 gennaio 2014, C-226/12, *Constructora Principado SA c. Alvarez*, punto 24.

Da ultimo con la sentenza *Costea*⁴⁴ la Corte ha precisato che il concetto di “persona fisica” non esclude affatto un soggetto che possieda approfondite conoscenze anche giuridiche del contratto per via della propria attività lavorativa, rilevando a tal fine solo il fatto che agisca formalmente al di fuori di questa ed in qualità di contraente principale.

Nel caso in questione si trattava infatti di stabilire se un avvocato specializzato nei rapporti di credito al consumo che aveva stipulato un mutuo per esigenze personali, garantendolo in qualità di capo del proprio studio professionale, avesse comunque titolo a contestare la natura abusiva di determinate clausole ai sensi della direttiva 93/13/CE. La Corte, nel dare risposta affermativa, ha precisato che «anche a voler affermare che un avvocato dispone di un elevato livello di competenze tecniche (...) tale circostanza non consentirebbe di presumere che egli non sia una parte debole rispetto ad un professionista. (...) La situazione di inferiorità (...), alla quale il sistema di tutela istituito dalla direttiva 93/13/CE è diretto a porre rimedio, riguarda infatti tanto il livello di informazione del consumatore, quanto il suo potere di trattativa in presenza di condizioni predisposte dal professionista e sul cui contenuto tale consumatore non può agire»⁴⁵.

Sicché attraverso questo percorso è possibile constatare la progressiva introduzione di margini crescenti di flessibilità interpretativa anche nella materia qui in esame che certamente incidono sul contenuto della nozione di “consumatore” (pur nella sua accennata sinteticità in questo contesto) nell’ottica di garantire l’allargamento dei diritti riconosciuti agli individui in linea con la traiettoria evolutiva dello spazio di libertà, sicurezza e giustizia dell’Unione europea già tratteggiato.

VI. L’evoluzione descritta non sembra peraltro aver ancora esaurito la propria spinta propulsiva in favore della persona ed i suoi bisogni.

Al contrario, l’accentuazione dell’attenzione verso il consumatore, formalmente supportata dal richiamo della relativa tutela nella Carta dei diritti fondamentali dell’U.E.⁴⁶, muovendo dalla necessità di fornire risposte ad istanze sociali diffuse quali la salvaguardia dell’ambiente, l’accorciamento

⁴⁴ Cfr. Corte giust. 3 settembre 2015, *Costea*, cit., concernente la contestazione di alcune clausole abusive contenute in un contratto di credito concluso da una persona fisica che esercitava la professione di avvocato specialista nella materia del credito al consumo.

⁴⁵ Cfr. il punto 27 delle motivazioni.

⁴⁶ Cfr. l’articolo 38 della Carta dei diritti fondamentali dell’Unione europea basato sull’elaborazione, anche giurisprudenziale, della disciplina oggi contenuta nell’art. 169 TFUE, e significativamente inserito nel Titolo IV sulla “solidarietà”.

delle filiere, la protezione della salute ed il controllo “etico” dei modelli di sviluppo, tende a dilatare i fattori preventivi rispetto alla libertà individuale dei soggetti del rapporto di consumo tanto “ex ante”, esasperando normativamente il ruolo dell’informazione, quanto “ex post”, accentuando la severità del giudizio di proporzionalità nel bilanciamento degli interessi contrapposti in sede esecutiva o giurisprudenziale.

La casistica è, allo stato, ancora piuttosto eterogenea e, dunque, di difficile catalogazione.

Onde dar conto della dinamica in corso si farà quindi riferimento alla tematica dell’informazione nel contesto dei mercati strettamente connessi ai temi della sicurezza, della qualità e della trasparenza, come accade, a titolo esemplificativo, nel settore alimentare o dei prodotti finanziari⁴⁷, ove gli effetti della trasformazione in corso appaiono certamente più evidenti *ratione materiae* o per la maggiore sensibilità sociale connessa ai prodotti trattati.

In effetti l’emergere nel recente passato di alcuni scandali nei settori menzionati ha accentuato la percezione di incapacità di auto-tutelarsi del consumatore-tipo, producendo come risposta solo in parte lo spostamento dell’attenzione su maggiori forme di controllo pubblico per assicurare più certezza nel mercato⁴⁸ o sulla responsabilità degli operatori, come sarebbe stato lecito attendersi in via prioritaria.

La strategia dell’Unione pare infatti aver puntato maggiormente sull’in-

⁴⁷ La scelta di questi due esempi è funzionale a dar conto del progressivo mutamento di approccio, peraltro riscontrabile anche in numerosi altri ambiti di competenza dell’Unione europea. Sulla relazione fra settore alimentare e mercati finanziari nel rapporto con i consumatori si veda F. ALBISINNI, *Sicurezze e controlli: chi garantisce cosa?*, in *www.rivistadirittoalimentare.it*, 2011, nonché, con riferimento più specifico alla problematica del c.d. “diritto del rischio”, F. DI PORTO, *Regolazione del rischio, informazione e certezza giuridica*, ibidem.

⁴⁸ L’analisi delle risposte “pubbliche” in termini di Autorità di controllo del mercato sarebbe troppo ampia per poter essere svolta esaustivamente in questa sede. Per rimanere al settore alimentare appare comunque significativo che a tutt’oggi l’ordinamento UE disponga solo di una Autorità per la Sicurezza Alimentare (i cui compiti peraltro sono limitati alla sola “consulenza scientifica” in favore delle istituzioni U.E.), e non disponga di una nozione propria di “frode alimentare”. Lo stesso modello dei controlli pubblici, uniformato per sommi capi dal regolamento 882/04/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004 relativo ai controlli ufficiali intesi a verificare la conformità alla normativa in materia di mangimi e di alimenti e alle norme sulla salute e sul benessere degli animali, in *GUUE L 191/2004*, p. 1 ss., varia di fatto nella sua attuazione da Stato a Stato, producendo come reazione il proliferare di sistemi di certificazione privata cui il mercato delega il compito di rassicurare i consumatori nel contesto di una più generale crisi delle “certezze pubbliche” ben descritta da F. ALBISINNI, *Sicurezze e controlli ...*, cit. e, dello stesso A., *Transparency, crisis and innovation in EU Food Law*, in *www.rivistadellaregolazioneideimercati.it*, 2015.

nalzamento degli standard di diligenza ed obblighi di precisione nella comunicazione cui— si presume— dovrebbe corrispondere un grado di consapevolezza, attenzione e razionalità da parte degli acquirenti non supportato dagli studi scientifici sulle dinamiche di consumo⁴⁹.

Basti pensare, a titolo esemplificativo, all'estrema sofisticazione e complessità di certe informazioni da rendere al pubblico per consentire la “corretta valutazione” del prodotto offerto al dettaglio, come avviene nei c.d. “prospetti finanziari” (sull'effettiva comprensione dei quali da parte del risparmiatore privato medio è più che lecito dubitare⁵⁰), o nell'etichettatura di certi prodotti alimentari, ove campeggiano informazioni nutrizionali o salutistiche sempre meno alla portata di un pubblico non dotato di competenze medico-scientifiche avanzate⁵¹.

Talora le pretese di esaustività assumono forme decisamente eccessive e criticabili, come è avvenuto nel caso degli oli di oliva, ove, in funzione dell'apparente esigenza di proteggere il consumatore dal rischio di pratiche comunicative ingannevoli sulla qualità del prodotto, è stato imposto di affiancare alla dicitura “bassa acidità” la menzione dei perossidi, delle cere e dell'indice spettrofotometrico in quanto elementi ritenuti essenziali per una

⁴⁹ Gli studi sulle dinamiche comportamentali dei consumatori (e l'influenza sulle politiche sociali) sono numerosissimi e non possono qui essere esaurientemente riepilogati. Sia consentito rimandare, per mera esemplificazione, a O. D. JONES, T.H. GOLDSMITH, *Law and Behavioral Biology*, in *Col. Law Rev.*, 2005, p. 405 ss.; D. CHALMERS, *Risk, anxiety and the European mediation of the politics of life*, in *Eur. Law Rev.*, 2005, p. 649 ss.; J. JACOBY, *Is It Rational To Assume Consumer Rationality? Some Consumer Psychological Perspectives On Rational Choice Theory*, in *Roger Williams Un. Law Rev.*, 2000, p. 83 ss.; J.D. HANSON, D. A. KYSAR, *Taking Behavioralism seriously: the problem of market manipulation*, in *New York Un. Law Rev.*, 1999, p. 630 ss.; G. RITZER, *Il Mondo alla McDonald's*, Bologna, 1997; F. DOGANA, *Psicopatologia dei consume quotidiani*, Milano, 1993; J. JACOBY, *Perspectives on Information Overload*, in *Jour. Cons. Res.*, 1984, p. 432 ss.; N.K. MALTHORA, *Information Load and Consumer Decision Making*, in *Jour. Cons. Res.*, 1982, p. 419 ss.; A. TVERSKY, D. KAHNEMAN, *Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases*, in *Science*, 1974, p. 1124 ss.

⁵⁰ Sia consentito in questa sede a titolo meramente esemplificativo fare riferimento alla nozione di “Stato membro di origine” del prodotto collocato sul mercato contenuta nella direttiva 2003/71/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 4 novembre 2003, relativa al prospetto da pubblicare per l'offerta pubblica o l'ammissione alla negoziazione di strumenti finanziari, in *GUUE L 345/2003*, p. 64 ss., il cui tecnicismo dimostra come per un consumatore “reale” sia pressoché impossibile capire di cosa si stia parlando.

⁵¹ Nel settore dei prodotti alimentari la materia è disciplinata dal regolamento 1924/2006 CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 dicembre 2006, relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari, in *GUUE L 404/2006*, p. 9 ss.

corretta valutazione del prodotto⁵². Peccato che sia alquanto improbabile che l'acquirente al consumo ne comprenda significato e funzione.

Si tratta di provvedimenti che, in nome dell'asserita protezione di un soggetto debole sempre più "virtuale", producono come effetto paradossale l'aumento della diffidenza media e dell'ansietà al momento dell'acquisto, per la sempre più diffusa percezione di non essere in grado di decifrare la realtà, finendo per tradire la stessa *ratio* della protezione effettiva del consumatore nel mercato "liberato", che diventa effimera e apparentemente soddisfatta da un profluvio di informazioni tanto sovrabbondanti quanto inadeguate a raggiungere le finalità che il legislatore dovrebbe tendere a soddisfare.

L'effetto, peraltro, è auto-innescante, poiché generando timori ed aspettative sempre più diffusi, si ripercuote nuovamente sul legislatore, sollecitato ad inasprire ancor di più gli standard di trasparenza, in nome di un obbligo di diligenza professionale che ha progressivamente perso il contatto con la realtà.

L'approccio sempre più "consumeristico" ha ormai investito anche alcuni capisaldi del mercato unico, producendo modificazioni un tempo difficilmente immaginabili: l'indicazione obbligatoria dell'origine dei prodotti costituisce in questo senso un esempio piuttosto evidente ove si consideri il passaggio da un orientamento particolarmente restrittivo (portato dalla risalente giurisprudenza della Corte⁵³) alle "maglie larghe" del regolamento 1169/2011/UE⁵⁴, che prevede a monte un novero già piuttosto ampio di eccezioni alla regola generale della irrilevanza dell'origine, consentendo "a valle" agli Stati membri ulteriori dilatazioni previa "notifica" di provvedimenti nazionali di cui si inizia ad avere una certa casistica⁵⁵.

⁵² Cfr. il Regolamento di esecuzione (UE) n. 29/2012 della Commissione, del 13 gennaio 2012, relativo alle norme di commercializzazione dell'olio d'oliva, in *GUUE* L 12/2012, p. 14 ss., art. 5 comma 1, lett. d). Sia consentito dubitare che il "consumatore medio" sappia che cosa siano i perossidi o il tenore dell'assorbimento dell'ultravioletto, e quale ruolo svolgano nella definizione della qualità di un olio di oliva.

⁵³ Cfr. le più note sentenze in materia: Corte giust. 17 giugno 1981, 113/80, *Commissione c. Irlanda*; 24 novembre 1982, 249/81, *Commissione c. Irlanda*; 25 aprile 1985, 207/83, *Commissione c. Regno Unito*.

⁵⁴ Cfr. il regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, in *GUUE* L 304/2011, p. 18 ss. Per un commento in senso critico, E. GRASSO, *Prove tecniche di paternalismo liberale: la trasparenza dell'etichettatura dei prodotti alimentari dopo il regolamento UE n. 1169/2011*, in *Contr. imp. Eur.*, 2013, p. 79 ss.

⁵⁵ A titolo esemplificativo nel settore lattiero-caseario l'obbligo di indicazione di origine del latte è stato imposto da Francia, Italia, Portogallo e Lituania (cfr. il database "TRIS" del-

Il mutamento dello scenario, d'altra parte, non sembrerebbe riguardare solo il profilo regolatorio.

Per rimanere nell'ambito descritto, se in tempi risalenti la Corte di giustizia dava per scontato che «i consumatori che decidono l'acquisto in base alla composizione dei prodotti leggono prima l'elenco degli ingredienti (...)» sicché «anche se (...) in taluni casi possono essere indotti in errore tale rischio rimane minimo e non può quindi giustificare l'ostacolo creato per la libera circolazione delle merci dai requisiti controversi (...)»⁵⁶, oggi la Corte afferma che «la circostanza che l'elenco degli ingredienti sia riportato sulla confezione del prodotto di cui trattasi (...) non consente da sola di escludere che l'etichettatura di tale prodotto e le relative modalità di realizzazione possano essere tali da indurre in errore l'acquirente (...)»⁵⁷.

A fronte dell'ambiguità di alcuni elementi del packaging, dunque, la Corte ritiene oggi che la presenza di un elenco ingredienti ed una denominazione legale di vendita corretta non siano più elementi sufficienti a consentire al consumatore una cernita consapevole⁵⁸, pretendendo dall'operatore economico un rigore ed una precisione espositiva che paiono riferibili più ad un acquirente "sprovveduto" che ad un soggetto mediamente attento ed informato.

Preoccupazioni paternalistiche possono essere ravvisate anche nel meccanismo di bilanciamento fra tutela della salute e libertà d'impresa laddove non sia il prodotto in sé a produrre potenziali effetti negativi, ma l'eventuale uso "smodato" che il singolo consumatore potrebbe essere incentivato a farne, come affermato dalla Corte nei casi *Deutsches Weintor*⁵⁹ (a proposito

la Commissione europea *on line*). Si noti che la Commissione europea non più tardi del 2013 aveva inibito all'Italia di adottare provvedimenti che imponessero l'indicazione dell'origine per il prodotto in questione (cfr. la decisione di esecuzione della Commissione 2013/444/UE, del 28 agosto 2013, relativa al progetto di decreto dell'Italia recante modalità di indicazione dell'origine del latte a lunga conservazione, del latte UHT, del latte pastorizzato microfiltrato e del latte pastorizzato ad elevata temperatura, in *GUUE* L 232/2013, p. 35 ss.).

⁵⁶ Cfr. Corte giust. 26 ottobre 1995, *Commissione c. Rep. Federale di Germania*, cit., punto 34, a proposito dell'obbligo di precisare nella denominazione di vendita di un prodotto la presenza di un ingrediente alternativo a quello previsto da una ricetta tradizionalmente conosciuta a livello nazionale.

⁵⁷ Cfr. Corte giust. 4 giugno 2015, C-195/14, *Teekanne*, punto 38, a proposito di un infuso che, recando in etichetta il riferimento al lampone ed alla vaniglia, riportava nell'elenco ingredienti solo la presenza di aromi della frutta. La Corte ha ritenuto corretta la valutazione in ingannevolezza sul packaging, che avrebbe potuto indurre un "consumatore medio" a ritenere presente la frutta tal quale anziché in forma di aroma.

⁵⁸ Cfr. punto 40 della sentenza *Teekanne*, cit.

⁵⁹ Cfr. Corte giust. 6 settembre 2012, C-544/10, *Deutsches Weintor e G*, a proposito del claim "facilmente digeribile" per una bevanda alcolica.

del *claim* in etichetta “facilmente digeribile” riferito ad un vino) e *Dextro Energy GmbH*⁶⁰ (con riferimento al rapporto fra il glucosio e l’energia), in cui si temeva un aumento del consumo di alimenti giudicati inopportuni nella dieta da parte di un consumatore evidentemente ritenuto immaturo o comunque incapace di moderare le proprie condotte autonomamente.

L’estrema cautela nell’interpretazione della normativa in materia pare, peraltro, confermata anche dalla recentissima sentenza *Innova Vital GmbH*⁶¹ in cui la Corte ha esteso l’ambito di applicazione del regolamento sulle informazioni salutistiche nell’etichettatura degli alimenti anche alle comunicazioni fra produttore e medici di base, in quanto potenzialmente riportabili in modo “acritico” ai consumatori finali.

Non solo, dunque, il consumatore non sarebbe in grado di auto-regolarsi, ma nemmeno l’intermediazione di un professionista quale il medico potrebbe bastare ad assicurare un vaglio “critico” rispetto ai messaggi del produttore, sì da dover estendere gli standard di diligenza, tipici dei c.d. “rapporti B2C”, anche alle relazioni commerciali fra professionisti quando il prodotto sia potenzialmente destinabile ai consumatori.

Infine la tendenza a far prevalere modelli astratti di prevalutazione giuridica ha trovato approdo nel contesto della tutela delle denominazioni geografiche nell’assumere come parametro di riferimento non più un consumatore contestualizzato, bensì un soggetto medio “europeo” cui guardare per garantire applicazione omogenea su tutto il territorio dell’Unione delle norme poste a protezione di interessi diffusi pubblici o privati.

La Corte ed il Tribunale UE, infatti, hanno recentemente ritenuto⁶² che

⁶⁰ Cfr. Trib. 16 marzo 2016, T-100/15, *Dextro Energy GmbH*, in cui è stato ritenuto legittimo che la Commissione non approvasse alcune diciture salutistiche, pur validate sul piano scientifico da EFSA, che ponevano in relazione il glucosio con l’energia corporea, in base a considerazioni generali di opportunità circa il rischio di incentivare un consumo eccessivo dello zucchero.

⁶¹ Cfr. Corte giust. 14 luglio 2016, C-19/15, *Innova Vital GmbH*. Nella vicenda era in discussione la possibilità di applicare il regolamento 1924/06/CE sulle informazioni salutistiche in materia di alimenti anche alle comunicazioni indirizzate ai medici di base. Sorprendentemente la Corte ha ritenuto questi ultimi non adeguatamente preparati per valutare la fondatezza scientifica di quanto trasmesso dalle case produttrici di integratori alimentari, sì da porre a rischio il consumatore finale per la possibile trasmissione “acritica” indiretta di informazioni non validate da EFSA.

⁶² Cfr. Corte giust. 21 gennaio 2016, C-75/15, *Viiniverla Oy*, punto 27, nonché Trib. 18 novembre 2015, T-659/14, *Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto c. UAMI*, punti 57-59. L’indicazione, per quanto limitata all’ambito specifico di riferimento, sembrerebbe contraddittoria con la giurisprudenza risalente circa la possibile rilevanza della specificità linguistica

nel giudizio di evocatività di una DOP/IGP non assume rilevanza la percezione del consumatore medio del Paese ove il conflitto si è concretizzato, ma l'intero mercato UE all'interno del quale soggetti di diverse nazionalità possono venire in contatto con la fattispecie controversa. Di conseguenza le variabili da tenere in considerazione non saranno più esclusivamente quelle linguistico-culturali "locali", ma quelle di un "soggetto medio dell'Unione", sulla cui omogeneità è lecito interrogarsi.

Allo stesso tempo il rischio di confusione fra prodotti deve essere apprezzato mettendo in conto un certo grado di superficialità nella cernita derivante dalla sovrabbondante offerta di prodotti fra loro simili e dalla scarsa attenzione dedicata agli acquisiti di prodotti non di lusso, elementi che possono condurre a clamorosi fraintendimenti nell'individuazione della provenienza imprenditoriale e nelle correlate qualità della merce offerta in vendita⁶³.

L'accentuazione della sensibilità verso l'individuo pare quindi oggi poggiare su di una figura di consumatore in parte frettoloso, in parte ingenuo, la cui identità era peraltro contenuta *in nuce* dalla direttiva 2005/29/CE con riferimento al solo concetto di "consumatore vulnerabile" e che oggi sembrerebbe estensibile a qualunque soggetto che operi un acquisto in condizioni di ordinaria distrazione o inconsapevolezza.

La prosecuzione nella direzione indicata potrebbe determinare il mutamento della fisionomia delle politiche dell'Unione ove il consumatore (ansioso, distratto ed "europeo") potrebbe diventare il protagonista di un nuovo modello economico (e forse anche sociale) che ne esalti attitudini presunte e propensioni nel contesto di una nuova "soggettivazione"⁶⁴ le cui conseguenze devono ancora essere pienamente valutate.

VII. L'esame della materia nei diversi ambiti considerati nei paragrafi precedenti consente di offrire alcune risposte – necessariamente provvisorie, vista la dinamica in atto – alle domande poste in apertura.

o culturale dei singoli mercati nazionali, e, d'altra parte, appare irrealistica in relazione all'oggettiva eterogeneità culturale e sociale dei popoli d'Europa.

⁶³ Cfr. sul punto Corte giust. 22 giugno 1999, C-342/97, *Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co.*; 12 gennaio 2006, C-361-04P, *Picasso*; Trib. 14 maggio 2013, T-249-11, *Sanco SA*; 30 giugno 2004, T-186/02, *BMI Bertollo*; 23 ottobre 2002, T-104/01, *Oberhauser*, richiamate dalla recentissima sentenza Cassa civ., 27 maggio 2016, n. 11031 sul marchio *Fernet Ferrini*, giudicato potenzialmente deceptivo in relazione al noto "Fernet Branca" proprio in quanto nel contesto di un acquisto di impulso in punti vendita di grandi dimensioni, tenuto conto della superficialità della valutazione dei prodotti da parte del consumatore medio, il rischio di associazione fra i due prodotti risulterebbe elevato.

⁶⁴ Cfr. N. ROSE, *op. cit.*, p. 171.

L'attuale concezione del c.d. "soggetto debole" riflette il tentativo di far convergere (e coesistere) due distinte esigenze.

Da un lato l'Unione europea si mostra più sensibile alle istanze sociali ed all'esigenza di protezione delle debolezze individuali, cercando di superare la lettura meramente "mercantilistica" dei rapporti di consumo attraverso l'introduzione sul piano normativo e giurisprudenziale di correttivi e cautele sempre crescenti, improntati al progressivo aumento delle informazioni sui prodotti, delle avvertenze d'uso, della trasparenza di filiera, nonché con il correlato inasprimento degli standard di valutazione della diligenza adottata dal professionista.

La soggettività individuale degli acquirenti, con le loro fragilità e limiti cognitivi, è, quindi, oggi esaltata, in linea, peraltro, con la complessiva evoluzione dell'ordinamento UE sempre più attento alla "persona", alle sue libertà ed ai suoi diritti.

Ciò inevitabilmente comporta un deciso aumento dei costi per via della possibile frammentazione del mercato di riferimento (individualizzato, ancorato a parametri in parte sfuggenti perché sempre più "virtuali" ed elaborati) nonché dell'innescò di esagerazioni di stampo burocratico poste a presidio di questo progressivo orientamento del legislatore europeo, come evidenziano alcune delle vicende menzionate in precedenza.

Anche in relazione a ciò, per altro verso, le strategie per lo sviluppo del mercato unico negli ultimi anni hanno cercato di "incorporare" questo approccio ("di filiera", "trasparente", "informato", "controllato") come "valore aggiunto" del prodotto.

Si è, cioè, cercato di descrivere il ruolo del consumatore-attore⁶⁵ come un fattore di spinta competitiva verso l'innovazione e lo sviluppo di prodotti differenti da ciò che la globalizzazione produce in modo spesso poco trasparente ed a basso costo.

Ciò è chiaramente visibile in alcuni passaggi delle più recenti comunicazioni della Commissione in materia, ove il consumatore è stato descritto al centro delle tre fondamentali sfide della crescita, dell'occupazione e della fiducia dei cittadini nel mercato⁶⁶, evidenziando che «consumatori fiduciosi, informati ed in grado di agire attivamente sono il fulcro del cambiamento

⁶⁵ O, come è stato definito in una curiosa crasi, "consumattore".

⁶⁶ Cfr. la Comunicazione della Commissione UE al Consiglio, al Parlamento europeo ed al Comitato economico e sociale *Strategia per la politica dei consumatori dell'UE 2007-2013. Maggiori poteri per la politica dei consumatori, più benessere e tutela più efficace*, COM (2007) 99 def., del 13 marzo 2007.

economico, perché le loro scelte incentivano l'innovazione e l'efficienza»⁶⁷.

Al contempo la domanda di maggiore equità sul mercato, caratteristica della c.d. “nuova economia collaborativa”⁶⁸, viene individuata come incentivo per la elaborazione di normative che consentano una maggiore autonomia consapevole di chi compie le scelte d'acquisto, puntando su un riposizionamento delle scelte – politiche e giuridiche – in chiave di sussidiarietà e prossimità⁶⁹.

Senonché proprio questi due profili (aumento dell'attenzione per la “persona” ed i suoi diritti in chiave solidaristica e sostenibilità economica attraverso la trasformazione di questo standard in valore aggiunto “obbligatorio” per il mercato UE) richiederebbero una declinazione pratica differente da quella che allo stato attuale normativa e giurisprudenza dell'Unione sembrerebbero mostrare.

La stessa Commissione europea, infatti, ha incidentalmente osservato che l'evoluzione auspicata, che pone al centro il consumatore e le sue libertà, dovrebbe comunque assicurare «che non vengano frapposti inutili ostacoli normativi agli operatori del mercato, né nuovi né esistenti, a prescindere dal modello di business da essi utilizzato»⁷⁰.

Ciò appare possibile solo ricorrendo, ancora una volta, a quei criteri di proporzionalità e bilanciamento degli interessi contrapposti che, pur dovendo oggi anteporre al mero incremento dei volumi degli scambi una doverosa analisi delle esigenze di protezione dei diritti e delle legittime aspirazioni del

⁶⁷ Cfr. la Comunicazione *Strategia ...*, cit., par. 1, p. 2.

⁶⁸ L'economia collaborativa è una tendenza evolutiva del mercato emergente, ancora difficile da inquadrare sul piano classificatorio. In linea generale le sue caratteristiche correntemente riconosciute sono la capacità dei consumatori di incidere sulla filiera produttiva attraverso la c.d. “condivisione degli asset”, l'utilizzo del produttore come “piattaforma” per la realizzazione dei propri bisogni, il controllo etico della produzione attraverso la eliminazione degli sprechi e la condivisione delle risorse. Per una analisi più approfondita del tema sia consentito rimandare a E. COMO, F. BATTISTONI, G. SATERIALE, B. PROVVEDI, S. CHOJNICKI, A. RAPISARDI, *Dalla sharing economy all'economia collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*, in *I Quaderni di Unipolis*, Ottobre 2015, www.fondazioneunipolis.org/notizie/ricerca-economicacollaborativa-cooperative.

⁶⁹ Si veda in questo senso il programma pluriennale per la tutela dei consumatori nel periodo 2014-2020 tracciato con il regolamento 254/2014/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 26 febbraio 2014, relativo a un programma pluriennale per la tutela dei consumatori per il periodo 2014-2020, in *GUUE* L 84/2014, p. 42 ss., nonché dalla successiva Comunicazione della Commissione UE al Parlamento europeo, al Consiglio ed al Comitato economico e sociale del 28 ottobre 2015 COM (2015) 550 final, *Migliorare il mercato unico: maggiori opportunità per i cittadini e per le imprese*.

⁷⁰ Cfr. la Comunicazione *Migliorare ...*, cit., p. 4.

c.d. “contraente debole”, facciano comunque i conti con una visione realistica delle dinamiche percettive e di scelta sul mercato.

Andrebbero, di conseguenza, evitati tutti gli eccessi di astrazione ed omologazione, che rendono di fatto indefiniti ed imprevedibili i parametri cui conformare la diligenza dell’operatore economico europeo⁷¹.

Eventuali preoccupazioni di indebolimento di beni giuridici fondamentali quali la salute e la sicurezza potrebbero, in quest’ottica, essere superati facendo ricorso ad un più stretto rafforzamento e coordinamento delle attività di controllo, anziché puntare sull’esagerato aumento di informazioni e parametri che, inevitabilmente, finiscono per comunicare all’individuo più timori che fiducia.

Ciò, d’altra parte, scongiurerebbe il rischio di cadere, *mutatis mutandis*, in forme di paternalismo giuridico combattute lungo tutto l’arco dei sessant’anni di integrazione economica laddove riscontrate negli ordinamenti nazionali, restituendo maggiore realismo ai meccanismi di contemperamento dei diritti e rigettando l’eccessivo aumento di regole e rigidità di mercato.

Si tratta, tuttavia, di una vera e propria correzione di rotta non solo giuridica, ma anche economica e culturale, che dovrebbe essere guidata dal recupero (e dall’accettazione) di meccanismi di sussidiarietà (anche valutativa) per lo più delegati al dialogo (ed alla reciproca influenza) fra Corti nazionali e Corte di giustizia UE, nonché da un approccio regolatorio meno “emotivo” e più aderente alla sostanza dell’integrazione europea che ha caratterizzato i passaggi più significativi della costruzione e dello sviluppo del mercato unico.

ABSTRACT

L’articolo esamina l’evoluzione della nozione di “consumatore” nel diritto dell’Unione europea attraverso l’analisi della giurisprudenza della Corte di giustizia e del diritto UE derivato, evidenziando gli sviluppi più recenti ed il loro possibile impatto sul mercato interno.

L’Autore sottolinea, in particolare, come la tendenza ad accentuare l’astrazione della nozione di “consumatore” come parametro valutativo possa causare distorsioni che non aumentano effettivamente il livello di protezione del consumatore e dei suoi diritti ma, al contempo, può creare incertezza giuridica per gli operatori economici.

Come conclusione viene auspicato che l’approccio giuridico/regolatorio al tema possa mantenersi più aderente alle dinamiche consumeristiche reali seppur nel quadro di una accentuata sensibilità per la tutela della “persona” e delle sue “vulnerabilità”.

⁷¹ Sulle conseguenze della progressiva perdita della “certezza del diritto” sia consentito rimandare a N. IRTI, *Un diritto incalcolabile*, Torino, 2016.

PAROLE CHIAVE

Nozione di consumatore – integrazione europea – principio di proporzionalità – evoluzione del mercato unico – diritti fondamentali – approccio solidaristico

ABSTRACT

This article examines the evolution of the notion of “consumer” in the European Union law through an analysis of the EUCJ case law and secondary EU legislation, highlighting the most recent developments and the possible impact on the EU single market. The Author underlines, in particular, how the tendency to accentuate the abstraction of the notion of “consumer” can cause distortions which do not really help in the protection of consumer rights and create juridical uncertainty for business operators. Therefore it would be desirable to find a regulatory and judicial approach that corresponds better to the reality of consumer dynamics in the framework of an increased sensitivity to individuals and their vulnerabilities.

KEYWORDS

Notion of Consumer – European integration process – Proportionality principle – Single Market evolution – Fundamental Rights – Solidarity-based Approach

