

# Editoriale

Dopo quattro anni di silenzio *Consumatori, Diritti e Mercato* torna al pubblico con il sostegno di Altroconsumo, che ne è ora proprietario. Sia la ripresa della pubblicazione che la collaborazione con un'associazione di consumatori vogliono essere un contributo al radicamento della cultura della cittadinanza e del consumo in Italia.

Manca nel nostro paese una pubblicazione che ospiti un dibattito costruttivo, qualificato e approfondito sulle tendenze in atto nel mercato, nelle istituzioni e nelle politiche pubbliche, oltre che sulle prospettive di più lungo periodo, che interessano i cittadini-consumatori, e che fornisca loro informazioni critiche. Negli anni in cui è stata pubblicata, questa rivista ha cercato di colmare questo vuoto. Ora riprende con le stesse motivazioni e impegno.

Altroconsumo è un'importante associazione dei cittadini-consumatori che, insieme ad altre, svolge una seria attività d'informazione e di pressione politica presso le imprese e gli organi di governo. La collaborazione tra Altroconsumo e *Consumatori, Diritti e Mercato* consente alla rivista di rapportarsi in modo più diretto con gli attori del movimento consumeristico: essa non è quindi un organo d'informazione di un'associazione, ma uno strumento di discussione e approfondimento a tutti disponibile.

Dalla data della prima uscita di *Consumatori, Diritti e Mercato* (1998) molte cose sono mutate a favore dei cittadini-consumatori nella legislazione e nei comportamenti. Ci riferiamo alla Legge 281/1998, che ha disciplinato i diritti dei consumatori e degli utenti e permesso la crescita delle associazioni e della loro attività; al D.Lgs. 58/1998 in materia di intermediazione finanziaria; al D.Lgs. 185/1999 relativo alla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza; all'attuazione della direttiva 2001/95/CE sulla sicurezza generale dei prodotti; alla nuova normativa sulla pubblicità ingannevole e comparata in attuazione della direttiva 97/55/CEE; al D.Lgs. 24/2002 sulla garanzia dei beni di consumo; al D.Lgs. 70/2003 sul commercio elettronico; al D.Lgs. 196/2003 in materia di protezione dei dati personali; al D.Lgs. 172/2004 sulle comunicazioni elettroniche. Le

norme ci sono anche se non sempre hanno consentito una tutela all'altezza delle aspettative. Ora che sono state ricondotte al Codice del Consumo D.Lgs. 6/9/05, n. 206 è necessario operare affinché le barriere alla conoscenza dei diritti e alla loro completa attuazione vengano presto superate.

Ci riferiamo anche agli esiti sinora insoddisfacenti dei processi di liberalizzazione in alcuni servizi di pubblica utilità (energia e telecomunicazioni), nella distribuzione commerciale, nel settore bancario e assicurativo. Molto resta ancora da fare in questi ambiti. Vi sono inoltre vasti settori dei servizi in cui l'avvio di un benefico processo concorrenziale è di là da venire: trasporti, professioni, *utilities* locali ecc. Ancora più spinoso è il problema della qualità dei servizi offerti dalla pubblica amministrazione: sanità, istruzione, previdenza. Questa arretratezza nell'area dei servizi sarà costante oggetto di attenzione per *Consumatori, Diritti e Mercato*.

I comportamenti dei cittadini-consumatori sono oggi più maturi. Superati i decenni della "fame" consumistica, essi sembrano prudenti nelle scelte, capaci di "punire" il venditore che non li soddisfa, attenti ai contenuti etici o ambientalisti dei prodotti. Questa maturazione è più incerta rispetto all'utenza di servizi. È paradossale come nella nostra società dell'informazione e di fronte a un'offerta sconfinata di messaggi, il grado d'informazione dei cittadini sia ancora inappropriato. Non tutto è perfetto nel mercato dei media, e di questo aspetto la rivista dovrà occuparsi.

Anche l'azione delle associazioni dei consumatori è diventata più visibile ed efficace, sul piano dell'informazione, della tutela giudiziaria dei consumatori.

Le associazioni e le Camere di Commercio possono proficuamente contribuire a migliorare i rapporti tra cittadini-consumatori, istituzioni e imprese.

I comportamenti delle imprese evidenziano una crescente attenzione ai consumatori. È l'effetto della loro maggiore maturità, dell'azione delle associazioni, delle norme che sempre meglio li proteggono, ma soprattutto è l'esito di un mondo più aperto oltre che della maggiore consapevolezza che un'economia di mercato vive di domanda e di offerta, e non solo di quest'ultima.

Il quadro che abbiamo descritto è dunque più positivo rispetto a otto anni or sono, anche se migliorabile. Il futuro ci si presenta però piuttosto problematico, per effetto della profonda evoluzione in corso nel quadro culturale, economico, politico e sociale a livello nazionale e mondiale: si pensi all'invecchiamento della popolazione, alle rivoluzioni tecnologiche che ci aspettano, all'imponente emersione economica dei paesi dell'Oriente, ai mutamenti ambientali in corso, ecc. Non è affatto chiaro dove andrà la società in cui viviamo: il futuro dei cittadini, anche nella loro dimensione di consumatori, potrà essere migliore o peggiore, e comunque è assai incerto. Certamente questa rivista non sarà in grado di ridurre lo spesso velo dell'ignoranza, ma potrebbe contribuire a far tenere un po' più aperti gli occhi.