

**Università degli Studi di Salerno**

**Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione**



Tesi di Dottorato di Ricerca in

**Scienze della Comunicazione**

**DISTORSIONI INFORMATIVE NEL  
*DECISION-MAKING PROCESS* DEL CONSUMATORE**

**ABSTRACT**

**Tutor**

Ch.mo Prof.  
Virgilio D'Antonio

**Candidato**

Dott.ssa  
Ada Mancuso

**Coordinatore:**

Ch.mo Prof.  
Alessandro Laudanna

**XIII Ciclo- Nuova Serie 2012-2014**

Anno Accademico 2014-2015

## ABSTRACT

L'obiettivo principale di questo lavoro è quello di contribuire al dibattito internazionale esistente in materia di tutela del consumatore, una disciplina di particolare rilevanza per la vita quotidiana di tutti i cittadini.

Lo studio trova il proprio *incipit*, nel capitolo 1, in una presentazione "interdisciplinare" del profilo del consumatore. In particolare, dopo una ricostruzione storica della tutela del consumatore e del *consumerismo* vengono proposti diversi approcci sociologici, psicologici ed economici del *consumer decision process*.

Nel capitolo 2 vengono presentate una serie di indagini conoscitive e ricognizioni sullo stato dell'arte volte a ricostruire i più recenti interventi normativi che hanno interessato la materia, fino ad arrivare alla nuova tutela dei consumatori recepita nell'ultimo decreto legislativo 21/2014 che adotta un approccio di "*full harmonization*" finora inedito.

L'attenzione si sposta poi, nel capitolo 3, sul ruolo dell'informazione fornita ai consumatori in materia di pratiche commerciali scorrette, nell'ambito della disciplina del Codice del consumo. Il "diritto all'informazione" del consumatore costituisce, infatti, la linea direttrice che accompagna tutto lo svolgimento del rapporto di consumo. Nello specifico lo studio si sofferma sul confine estremamente labile tra effetto informativo ed effetto decettivo e sulle diverse tipologie di distorsioni informative che caratterizzano il rapporto consumatore-professionista.

L'ultima fase della ricerca è dedicata, nel capitolo 4, all'analisi di alcuni *leading cases* rappresentativi delle diverse fattispecie distorsive proposte.

The main objective of this work is to make a contribution to the existing international debate with regard to the consumer protection, a very important discipline for all citizens' daily life.

The opening words of this study may be found in chapter 1, in which an interdisciplinary consumer's profile is defined. In particular, after a historical reconstruction of consumer protection and consumerism, different economical, psychological and sociological approaches of consumer decision process are proposed.

In chapter 2 a series of surveys and recognitions are introduced in regard to the state of the art in order to rebuild the latest set of rules which are related to this matter (discipline) until is coming of the new consumer protection of the latest legislative decree 21/2014 that adopts an approach of "full harmonization" unpublished up to now.

In chapter 3 the focus of attention is on the information role for the consumers as concerns the unfair trade practices within the Consume Code (Discipline).

The consumer's right to information is, infact, the guideline of the whole development of consumption relationship.