



Consumerism 2022
Quindicesimo rapporto annuale

**Il consumatore vulnerabile tra innovazione
e diritti fondamentali**

in collaborazione con

Il consumatore vulnerabile tra innovazione e diritti fondamentali

Roma, venerdì 2 dicembre 2022

presso Sala Danilo Longhi - Unioncamere

Piazza Sallustiana 21

h 9.30/13.00

Diciassettesima edizione dell'appuntamento annuale con le maggiori Authority italiane.

Evento in collaborazione con

24 ORE

Radiocor:

AGENZIA D'INFORMAZIONE

PROGRAMMA

Saluti di benvenuto

Giuseppe Tripoli - Segretario Generale Unioncamere

Introduce e modera

Sergio Veroli - Presidente Consumers' Forum

Relazione a cura di

Fabio Bassan - Professore Ordinario di Diritto dell'Unione Europea Università Roma Tre
Consumerism 2022 **"Il consumatore vulnerabile tra innovazione e diritti fondamentali"**

Intervengono

Stefano Besseghini - Presidente Autorità di Regolazione per Energia, Reti e Ambiente

Roberto Rustichelli - Presidente Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

Giuseppe Busia - Presidente Autorità Nazionale Anticorruzione

Nicola Zaccheo - Presidente Autorità di Regolazione dei Trasporti

Pasquale Stanzone - Presidente Autorità Garante per la Protezione dei Dati Personali

Massimiliano Capitanio - Commissario Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Chiara Mosca - Commissario Commissione Nazionale per le Società e la Borsa

Bruno Giannattasio - Capo del Servizio Vigilanza sui comportamenti degli intermediari Banca d'Italia

Maria Luisa Cavina - Capo del Servizio Tutela del Consumatore Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni

CONSUMERS' FORUM

e

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI ROMA TRE

presentano

CONSUMERISM 2022

Quindicesimo Rapporto annuale

**Il consumatore vulnerabile tra innovazione
e diritti fondamentali**

La versione integrale di "Consumerism 2022" è disponibile sul sito di Consumers' Forum

*Il lavoro riflette esclusivamente le opinioni dei singoli Autori e non rappresenta
le posizioni ufficiali di Consumers' Forum.*

INDICE

INTRODUZIONE

(Fabio Bassan, Maddalena Rabitti)

BANCA D'ITALIA

(Silvia Digregorio, Federico M. Gabbricci)

L'innovazione tecnologica ed il consumatore in ambito bancario

1. PREMessa
2. L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA: VANTAGGI E VULNERABILITÀ PER I CONSUMATORI
 - 2.1. IL *BUY NOW PAY LATER*
 - 2.2. L'*OPEN BANKING*
 - 2.3. IL *CREDIT SCORING*
 - 2.4. I PAGAMENTI DIGITALI
3. REGOLAMENTAZIONE ED ALFABETIZZAZIONE FINANZIARIA
4. DIGITALIZZAZIONE E NUOVI POTERI DI VIGILANZA
5. DIGITALIZZAZIONE ED EDUCAZIONE FINANZIARIA.

COMMISSIONE NAZIONALE PER LE SOCIETÀ E LA BORSA

(Andrea Carrisi, Saverio Bellocchio)

La finanza al confronto con i fattori di sostenibilità: una nuova declinazione delle vulnerabilità

1. NOTAZIONI INTRODUTTIVE. LA PIANIFICAZIONE FINANZIARIA E LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE NEGLI INVESTIMENTI
2. NUOVE DECLINAZIONI DI VECCHIE VULNERABILITÀ
3. L'ADEGUATEZZA DEGLI STRUMENTI FINANZIARI AI PARAMETRI DI SOSTENIBILITÀ DEGLI INVESTITORI.
4. L'IMPATTO DELLA TECNOLOGIA SULLA FINANZA SOSTENIBILE. VERSO UN ECOSISTEMA INFORMATIVO.
5. L'UTILIZZO DELLA *BLOCKCHAIN* NELL'EMISSIONE DI GREEN BOND.

AUTORITÀ DI REGOLAZIONE DEI TRASPORTI

(Paolo Occhiuzzi)

Trasporti e vulnerabilità: i diritti dei consumatori alla prova dell'evoluzione digitale e della transizione sostenibile

1. TRASPORTI, TRANSIZIONE SOSTENIBILE E DIGITALE
2. VECCHIE E NUOVE VULNERABILITÀ
3. VULNERABILITÀ E EVOLUZIONE DIGITALE
4. SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E VULNERABILITÀ
5. DALLE REGOLE AI PRINCIPI E IL RUOLO DELLE ASSOCIAZIONI

AUTORITÀ NAZIONALE ANTICORRUZIONE

(Serafina Piantedosi)

Opere pubbliche e cittadino vulnerabile

1. LA VULNERABILITÀ DEL CONSUMATORE-CITTADINO RISPETTO ALLA REALIZZAZIONE DELLE OPERE PUBBLICHE
2. LA TRASPARENZA COME STRUMENTO DI TUTELA: L'ACCESSO AGLI ATTI NELLA FASE DELL'ESECUZIONE DEL CONTRATTO D'APPALTO
 - 2.1. *(SEGUE)* LE ASSOCIAZIONI RAPPRESENTATIVE DI INTERESSI COLLETTIVI POSSONO ESERCITARE L'ACCESSO CIVICO GENERALIZZATO DURANTE LA FASE ESECUTIVA DELL'APPALTO?

ISTITUTO PER LA VIGILANZA SULLE ASSICURAZIONI

(Alessandra Camedda)

Il settore assicurativo tra vecchie e nuove vulnerabilità

1. LE VULNERABILITÀ NEL SETTORE ASSICURATIVO.
2. VULNERABILITÀ E *INSURTECH*: LA DIGITALIZZAZIONE COME ANTIDOTO ALLE VULNERABILITÀ.
3. VULNERABILITÀ E *INSURTECH*: LA DIGITALIZZAZIONE COME FATTORE DI VULNERABILITÀ.
4. VULNERABILITÀ E *INSURTECH*: LE INIZIATIVE DELL'AUTORITÀ DI VIGILANZA.
5. PER UN'AZIONE CORALE DI EDUCAZIONE ASSICURATIVA E DIGITALE.

AUTORITÀ DI REGOLAZIONE PER ENERGIA RETI E AMBIENTE

(Cristiana Lauri)

Il consumatore di energia elettrica e gas: dalla vulnerabilità integrale alla tutela strutturale

1. LA VULNERABILITÀ INTEGRALE
2. LE SOLUZIONI IMMEDIATE
3. LE SOLUZIONI STRUTTURALI
4. L'ASSOCIAZIONISMO: L'UPCYCLING DEL CIRCOLO REGOLATORIO
5. LE AUTHORITY E LA GARANZIA DELLA STRUTTURA.

AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

(Marco Cappai – Sara Perugini)

L'AGCM di fronte al consumatore vulnerabile

1. PREMESSA
2. IL CONSUMATORE VULNERABILE NEL CODICE DEL CONSUMO
3. LA VULNERABILITÀ DEI CONSUMATORI NELLA PRASSI DELL'AUTORITÀ
4. FOCUS: LA VULNERABILITÀ DEI CONSUMATORI NEL SETTORE ENERGETICO
5. TECNOLOGIA, VULNERABILITÀ ED ENFORCEMENT
6. ANTITRUST E DISUGUAGLIANZE
7. DIRITTO DELLA CONCORRENZA E “VECCHIE” VULNERABILITÀ
8. DIRITTO DELLA CONCORRENZA E “NUOVE” VULNERABILITÀ
9. LE TECNOLOGIE COME STRUMENTO DI RIEQUILIBRIO DELLE VULNERABILITÀ

AUTORITÀ GARANTE PER LA PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

(Aurora Saija)

Vulnerabilità del consumatore e protezione dei dati personali

1. CAUSE E RISCHI DELLA VULNERABILITÀ IN AMBITO PRIVACY
2. LE GARANZIE DEL GDPR
3. IL VALORE ECONOMICO DEL DATO PERSONALE NELLA DISCIPLINA CONSUMERISTICA
4. LA SFIDA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE
5. ENFORCEMENT E PREVENZIONE DELLE VIOLAZIONI
6. LA TECNOLOGIA COME RIMEDIO ALLA VULNERABILITÀ

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

(Francesca Pellicanò, Rosaria Petti)

La vulnerabilità del consumatore nei settori delle comunicazioni elettroniche e dell'audiovisivo

1. IL CONCETTO DI *CONSUMER EMPOWERMENT* APPLICATO AI CONSUMATORI VULNERABILI
2. L'ESCLUSIONE DIGITALE COME NUOVA FORMA DI VULNERABILITÀ
3. IL SETTORE DELL'AUDIOVISIVO E LE PRINCIPALI FATTISPECIE DI VULNERABILITÀ DEL CONSUMATORE
4. LA PROTEZIONE DAI CONTENUTI NOCIVI: TUTELA DEI MINORI E LA LOTTA AL DISCORSO D'ODIO E DISCRIMINAZIONE
5. MEDIA LITERACY, ACCESSIBILITÀ, TUTELA DEL CONSUMATORE VULNERABILE PER RAGIONI DI SALUTE: I PRINCIPALI STRUMENTI DI TUTELA

GLI AUTORI e COLLABORATORI

INTRODUZIONE

(Maddalena Rabitti e Fabio Bassan)

Il Consumatore e le nuove vulnerabilità

L'idea del "consumatore medio" permea gran parte del diritto europeo dei consumatori ed è stata fondamentale nella costruzione di una narrativa di responsabilizzazione dei consumatori, consentendo ai consumatori di proteggersi attraverso scelte attive e ben informate sul mercato.

Questo paradigma è tuttavia oggi in crisi per diversi ordini di ragioni: la prima è che è entrata in crisi l'idea dell'*homo oeconomicus* con la presa d'atto del fatto che "ciascun consumatore è infelice a modo suo"; nel senso che le scelte che compie sono spesso irrazionali e non trovano nella standardizzazione delle tutele necessariamente una risposta adeguata.

Ecco allora che si viene a delineare un percorso ad oggi molto fumoso che si biforca in due direzioni molto diverse.

Da un lato c'è chi resta nel contesto della regolazione delle pratiche commerciali scorrette e sposta l'attenzione dal concetto di consumatore medio a quello di consumatore medio vulnerabile. Qui, si sa, il criterio è quello di distinguere all'interno del genere consumatori la species che con più difficoltà può assumere una decisione consapevole in determinate circostanze: pubblicità dirette a bambini per fare un esempio noto.

La ricerca, Consumerism 2022, svolta dall'Università Roma Tre in collaborazione con Consumers' Forum giunta ormai alla quindicesima edizione, ha preso in considerazione questa prospettiva individuando le categorie di consumatori medi vulnerabili e in che misura queste nuove vulnerabilità si combinino con le vecchie e rendano necessario ripensare regole di tutela e meccanismi di enforcement. In linea con l'evoluzione tecnologica in atto, la prospettiva è stata rivolta in particolare a individuare fattori che possano spostare l'esigenza di tutela su categorie di soggetti che rischiano di non avere accesso a servizi essenziali, di essere esposti a forme di manipolazioni lesive di diritti fondamentali; di essere discriminati. L'architettura normativa necessita di affinare regole e meccanismi di enforcement. E ripensare ad esempio strumenti tradizionali di tutela, come l'informazione che non si presta più ad essere standardizzata. D'altro canto già la migliore dottrina ha da tempo messo in discussione l'unità della figura del consumatore.

Ma vi è un'altra accezione di vulnerabilità che si va affermando nel dibattito internazionale. Marta Fineman ha esplorato questo concetto affermando che l'uso della denominazione vulnerabile al fine di distinguere alcuni gruppi considerati svantaggiati all'interno della società più ampia spesso si traduce anche nella loro stigmatizzazione. L'espressione soggetto vulnerabile ha infatti una connotazione vittimistica. Nella prospettiva sviluppata da Fineman, la vulnerabilità è invece intesa come condizione universale e condivisa dell'essere umano. Tale concezione del soggetto giuridico è in grado di incorporare una panopia di circostanze e posizioni. Tuttavia, secondo questo approccio, la fragilità, che a livello sociale è costante e universale, a livello individuale si caratterizza in quanto particolare e unica. In base a questo nuovo paradigma della vulnerabilità umana, la fragilità è intesa come una condizione positiva al fine di realizzare l'*equality of opportunity and access* che deve impegnare le istituzioni a rimuovere le condizioni che impediscono di affrontare le sfide connesse alle singole fragilità. È possibile poi identificare, entro tale paradigma della vulnerabilità, due principali forme di differenza individuale da cui conseguono specifiche dipendenze: a) le differenze costitutive, che sorgono in quanto siamo esseri incarnati (*embodied beings*), da cui deriva una dipendenza inevitabile; b) le differenze situazionali, che sorgono in quanto siamo soggetti inseriti in istituzioni sociali, da cui deriva una forma di dipendenza. Gli individui sono esseri sociali e dal momento della nascita sino alla morte sviluppano relazioni con altri e con le istituzioni, in quanto si trovano differentemente situati entro reti di relazioni di tipo economico, sociale, culturale e istituzionale che ne determinano i destini e le opportunità, creandole o impedendole. Le differenze incarnate includono fasi biologiche

e dello sviluppo che tutti gli individui inevitabilmente sperimentano. Si pensi altresì alle categorie dei bambini, degli anziani, dei malati o delle persone diversamente abili, spesso oggetto di una discriminazione “paternalistica” basata su un vuoto di capacità. Questo tipo di differenze hanno portato ad una subordinazione gerarchica ed esclusione sociale del soggetto che le possiede, in quanto facente parte di una “categoria debole”.

La teoria della vulnerabilità proposta da Fineman si propone invece di individuare le modalità con cui uno Stato responsabile deve operare per andare incontro ai bisogni derivanti dalla dipendenza inevitabile e derivativa degli individui.

In questa prospettiva il centro non sembra essere il rapporto professionista/consumatore ma la relazione del singolo essere umano, che può essere frazionato a seconda della causa di vulnerabilità che manifesta (ad es. anziano, malato di Alzheimer) con la società e il mercato.

Certamente nella relazione consumatore/mercato la vulnerabilità è più facilmente identificabile e in qualche misura governabile attraverso una regolamentazione attenta alla specificità di ciascuno. Questa affermazione si scontra nella nostra tradizione giuridica con due superstizioni: l’una consiste nella sacralità del concetto di unità della Persona; l’altra è che la norma giuridica deve essere quanto possibile generale ed astratta e uguale per tutti.

A questo riguardo, vale la pena ancora di guardare oltre Manica in cui si discute dell’idea di Personalized Law. Il diritto personalizzato è una versione particolare del diritto contestuale caratterizzata dall’individualizzazione: i comandi legali dipendono non solo dalle circostanze esterne, ma anche dalle differenze interpersonali tra le persone. Per identificare con precisione le differenze rilevanti e utilizzare queste caratteristiche in modo adeguatamente ponderato, la legge personalizzata si può basare su informazioni ordinate automaticamente. Si procede quindi a una tassonomia delle cause di vulnerabilità.

Ad esempio, gli algoritmi verrebbero addestrati a identificare attributi personali correlati alla rischiosità, in modo da personalizzare gli standard di cura. In questa prospettiva, l’ascesa dei big data e della regolamentazione basata su algoritmi potrebbe cambiare radicalmente la progettazione e la struttura del diritto dei consumatori. I doveri di informazione impersonale e le comunicazioni standardizzate potrebbero essere sostituiti da norme legali granulari che forniscono divulgazioni personalizzate in base alle preferenze personali e alle esigenze informative di un individuo.

Il rischio è quello di un’eccessiva discrezionalità del giudicante nel dare rilievo a vulnerabilità del singolo per la difficoltà di ancorare il giudizio a dati oggettivi.

Da queste premesse appare evidente che a diciassette anni dall’ultima revisione, il Codice del Consumo necessita di un aggiornamento. Il modello di unità delle tutele che il Codice proponeva ha visto susseguirsi due decenni di legislazione settoriale, che hanno in qualche misura segmentato le tutele sui settori verticali: bancario, finanziario, assicurativo, energetico, dei trasporti, delle comunicazioni, e così via, con le specificità di ciascun settore che hanno prevalso sull’uniformità delle tutele e degli strumenti.

Dunque, la ‘matrice regolatoria’, formata dai settori verticali e da quelli orizzontali (protezione dei dati personali, concorrenza, tutela dei consumatori appunto) rischia di non essere più adeguata, sia perché i ‘verticali’ non sono più tra loro separati (ad esempio, le banche vendono prodotti finanziari e assicurativi), sia perché le norme orizzontali (concorrenza, dati personali, consumi) hanno mostrato limiti nell’affrontare l’evoluzione tecnologica sia, infine, perché la regolazione per soggetti, poi per attività e infine per prodotti, si è trasformata oggi in regolazione per tecnologia.

E forse proprio la tecnologia può rappresentare il perno da cui muovere per tornare a un’unità di sistema che il Codice proponeva e che in questi anni si è andata in qualche misura perdendo; si ridurrebbe così l’attuale disparità delle tutele, diverse a seconda che il consumatore sia un correntista, un assicurato, un investitore, un utente di comunicazioni o di energia, o altro.

Il diritto dei consumatori segue le regole dell'Unione Europea, che ha sostituito alla legislazione *via direttive* (che consentiva agli Stati membri l'esercizio di un margine di discrezionalità) quella *via regolamenti*. L'applicazione oggi è affidata alle autorità indipendenti, ciascuna delle quali utilizza gli strumenti a disposizione (diversi per ognuna) per attuare i regolamenti UE, talvolta in modo non uniforme.

Può apparire quindi necessario un maggior coordinamento tra le autorità indipendenti, forse anche in forma istituzionale, sulla direttrice dei protocolli di coordinamento, cui magari immaginare di aggiungere procedure applicative vincolanti, insieme alla facoltà, per chi ne abbia bisogno, di avvalersi di ulteriore personale aggiuntivo.

Appare anche necessaria una maggiore reale trasparenza sul mercato, quanto alla qualità dei servizi offerti ai consumatori e agli strumenti di monitoraggio e di misurazione di questa qualità.

Emerge inoltre il bisogno di una efficace campagna di informazione sui diritti di consumatori e utenti, ancora poco conosciuti, e sulla rivendicazione dei diritti sia mediante le modalità più innovative, sia mediante gli strumenti già da tempo a disposizione, che costituiscono un forte punto di riferimento, specie per gli utenti di età più avanzata, a partire da call center e numeri verdi, per i cui servizi è ipotizzabile prevedere standard minimi di qualità e tempi certi di risposta.

L'innovazione tecnologica sembra aver spostato in pochi anni l'asse delle tutele. Le piattaforme digitali, il *cloud* e ora la *blockchain*, con tutta la prudenza del caso, potrebbero rendere non più necessarie alcune di queste tutele; impossibili altre, e, infine, trasformare in necessarie altre tra quelle considerate irrilevanti in precedenza.

Le norme adottate dall'Unione europea e applicate in Italia vanno spesso nella direzione di difesa del consumatore dalla tecnologia. E' legittimo immaginare anche un cambio di prospettiva, guardando all'utilizzo della tecnologia come mezzo per proteggere il cittadino-consumatore: ad esempio per prevenire e impedire le proposte non sollecitate (telefoniche o via *social network*), o la fornitura di servizi non richiesti (che dovrebbero poter essere disdetti con la stessa semplicità con la quale si attivano), o per rendere effettivo l'utilizzo degli strumenti che facilitano le tutele (si pensi, per ipotesi, all'applicazione della tecnologia *blockchain* a strumenti come il nuovo Registro Pubblico delle Opposizioni). Parimenti, la tecnologia potrebbe fornire strumenti e procedure per una misurazione della qualità anche dei servizi realizzati o sviluppati attraverso il finanziamento pubblico (si pensi al potenziale di utilizzo nelle PA o sui progetti PNRR).

Il principio della non discriminazione sul mercato e nei rapporti con il cittadino potrebbe essere così declinato più in concreto, con l'apporto delle Autorità di vigilanza e regolazione sempre più decisivo, rendendo stabili le forme di collaborazione sostanziale tra le Autorità stesse.

E' anche possibile creare una tassonomia delle vulnerabilità in relazione ai settori (finanza, bancario, energia, assicurativo ecc.) e in considerazione dei diritti fondamentali del consumatore.

Fattori economici (frammentazione del mercato) e giuridici (policentrismo normativo) spingono a superare la categoria uniforme del "consumatore medio" e a determinare le caratteristiche specifiche, endogene ed esogene, che creano vulnerabilità. La vulnerabilità può dipendere anche da circostanze esogene, come è stata la pandemia.

Uno specifico fattore di vulnerabilità è legato alla digitalizzazione delle attività. La rivoluzione digitale ha reso evidente il passaggio delle tutele dal consumatore, al consumatore debole o vulnerabile. Lo sfruttamento dei dati, il ricorso all'intelligenza artificiale sono elementi che mutano la debolezza del consumatore verso il professionista (asimmetria informativa) in qualcosa di più personale.

Una volta individuate le diverse fonti e stati di vulnerabilità digitale, dovremmo chiederoci quali siano gli effetti giuridici che discendono dalla valutazione di una situazione di vulnerabilità. In particolare, assume rilievo il criterio dell'inclusività.

Sia la vulnerabilità digitale sia quella finanziaria condividono la maggior parte delle fonti di vulnerabilità; sono state identificate dagli studiosi come genere, età, istruzione, reddito, città, livello di

fiducia che il consumatore ha nella sua controparte. Particolarmente rilevanti nei mercati sono il livello di educazione digitale, il livello di riconoscimento delle caratteristiche specifiche del mercato digitale e il livello di educazione finanziaria e digitale al consumo. Anche i fattori socio-psicologici influenzano il comportamento dei consumatori.

Questione chiave, quando si valuta la vulnerabilità, è l'età. L'esempio dei pagamenti digitali è il più evidente: la vulnerabilità dei consumatori nei servizi di pagamento istantaneo consiste nel fatto che vengono combinati due profili distinti, vale a dire vulnerabilità digitale e vulnerabilità finanziaria. Il primo è un concetto di vulnerabilità che abbraccia i nuovi tipi di minacce affrontate dagli individui nell'economia digitale dei consumatori, alimentate dalla raccolta di massa di dati personali e organizzate attraverso algoritmi. Il secondo è legato in parte alla natura a lungo termine degli impegni, e in parte alla complessità dei prodotti e delle informazioni. Può quindi essere utile individuare un criterio affidabile per definire i parametri all'interno dei quali la vulnerabilità diventa un prerequisito. Questa è una direzione da poter prendere per ragionare su come intervenire sul Codice del consumo, superando la frammentazione della matrice per settori (verticali, orizzontali) e per 'grado di vulnerabilità'.

Anche l'attività di educazione del consumatore all'utilizzo degli strumenti e delle tutele già a disposizione, su cui le Autorità si stanno impegnando con continuità, può divenire un terreno di impegno comune per associazioni, operatori e altri soggetti interessati.

In questo momento particolarmente critico sul piano socio-economico è importante che tutta la "macchina" della tutela dei diritti di consumatori e utenti lavori a pieno regime, utilizzando al massimo gli strumenti di coordinamento già previsti, affinché i cittadini, a partire da quelli più deboli, siano resi sempre più consapevoli di tali diritti e in grado di rivendicarli facilmente.

Imprese e loro associazioni di categoria

Agos



FEDERDISTRIBUZIONE
LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA



INTESA  **SANPAOLO**

netcomm
IL COMMERCIO DIGITALE ITALIANO

Posteitaliane

TIM

UPA



Associazioni di Consumatori



Istituzioni



UNIONCAMERE



Consumers' Forum è un'associazione indipendente e unica in tutta Europa che dal 1999 riunisce importanti associazioni di consumatori, istituzioni, numerose imprese industriali e di servizi e loro rappresentanze. L'Associazione si pone come luogo di confronto sui diritti dei consumatori e favorisce il "dialogo aperto" tra le parti, promuovendo politiche di sostenibilità consumeristica, con l'obiettivo di costruire un mercato più giusto ed equilibrato e migliorare la qualità di vita dei cittadini.

Consumers' Forum

Via degli Scipioni, 8 00192 Roma RM
tel. 06-39725486 fax 06-39887519
segreteria@consumersforum.it
www.consumersforum.it



consumforum



@ConsumForum



consumersforumtv



consumers'-forum