

# Comunicazione, marketing e sostenibilità ambientale

a cura di  
**Massimo Tavella**



**G. Giappichelli Editore – Torino**

# DIGITALICA

*Collana diretta da* UGO PAGALLO

---

*La collana presenta al lettore italiano una serie di studi interdisciplinari in informatica, diritto e nuove tecnologie, con la traduzione di importanti contributi di matematica, computer science, teoria generale del diritto, filosofia cognitiva, etc., oltre a opere nazionali particolarmente attente alle nuove frontiere tecnologiche degli ordinamenti giuridici, politici ed economici contemporanei. La cifra teoretica è data dagli assunti della cosiddetta digital philosophy che, a partire dalle opere di Kurt Gödel e Alan Turing fino agli odierni dibattiti sull'intelligenza artificiale, i computer quantistici, la realtà "aumentata" e "virtuale", i sistemi esperti, trova nella tradizione pitagorico-platonica e, soprattutto, nel pensiero di Leibniz, le proprie origini storiche.*

# Comunicazione, marketing e sostenibilità ambientale

*a cura di*  
Massimo Tavella



G. Giappichelli Editore – Torino

© Copyright 2022 - G. GIAPPICHELLI EDITORE - TORINO

VIA PO, 21 - TEL. 011-81.53.111 - FAX 011-81.25.100

<http://www.giappichelli.it>

ISBN/EAN 978-88-7524-529-0

ISBN/EAN 978-88-921-7394-1 (ebook - pdf)

*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](mailto:autorizzazioni@clearedi.org) e sito web [www.clearedi.org](http://www.clearedi.org).

## *Prefazione*

Massimo Tavella

C'era una volta, e nemmeno tanto tempo fa, una società dove la comunicazione di impresa era percepita come una attività collaterale delle aziende, un piacevole corollario a cui non si voleva rinunciare, la cui rilevanza per le sorti imprenditoriali era (o meglio appariva) tutto sommato marginale.

Altre erano le attività, i ruoli che sembravano centrali nelle strutture e negli organigrammi delle entità commerciali.

Negli ultimi decenni, con l'ulteriore accelerazione portata dalla rivoluzione digitale, tale prospettiva è completamente mutata: la comunicazione, come veicolo per costruire presso il pubblico l'identità delle aziende e dei relativi prodotti ha acquisito sempre di più una rilevanza strategica e strutturale per il successo (se non per la sopravvivenza) delle aziende stesse. Questa evoluzione ha portato con sé la crescita esponenziale anche delle problematiche legali, con una fioritura di normative sempre più puntuali ed una ricca elaborazione giurisprudenziale delle varie autorità chiamate a decidere in materia.

Questo sviluppo, che ho avuto il privilegio di vivere in prima persona (occupandomi professionalmente da oltre trent'anni della materia) è stato caratterizzato da alcuni temi che – per limitati periodi di tempo – hanno influenzato trasversalmente la comunicazione d'impresa di tutti gli operatori.

Con una progressione iniziata una quindicina d'anni fa, divenuta ancor più forte negli ultimi mesi, il tema della sostenibilità ha acquisito una pervasività quasi totalizzante, diventando un fattore comune alla stragrande maggioranza delle iniziative comunicazionali delle imprese di tutte le dimensioni.

Se non si trattasse di un argomento fondamentale per le sorti stesse del pianeta, la si potrebbe catalogare come una moda, un trend che – con sfumature diverse – moltissime aziende hanno ritenuto – più o meno correttamente – di adottare.

Occorre infatti ricordare che, rispetto agli illeciti tradizionali in materia di comunicazione commerciale (trattati sinteticamente nel libro), quelli che riguardano la sostenibilità non danneggiano soltanto i consumatori (pregiudicati nelle loro scelte di acquisto) e le imprese concorrenti (il cui posizionamento sul mercato potrebbe risentirne), ma anche (e soprattutto) l'ambiente nel quale tutti viviamo. A ben vedere, una aggravante non di poco conto.

Per poter provare ad entrare nel merito della questione, occorre tuttavia

concentrare la nostra attenzione su un aspetto semantico: cosa dobbiamo intendere con il termine “sostenibilità”? Con una definizione datata 1987 (rapporto della Commissione sull’ambiente e sullo sviluppo delle Nazioni Unite), ma sempre attuale, è stata descritta come la condizione di uno sviluppo in grado di “assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri”. Da queste parole si traggono spunti interessanti. Il primo è che la sostenibilità, più che un traguardo da raggiungere, è un percorso, una “utopia” come l’ha definita qualcuno, una strategia da adottare cumulativamente da più soggetti possibili per provare a preservare territorio, persone, culture e benessere.

Il secondo, appena accennato, è che la sostenibilità, come concetto (si pensi all’acronimo ESG – *environment, social e government*) va oltre alle tematiche prettamente ambientali.

Per scelta editoriale, insieme agli amici con i quali è stato condiviso questo progetto, si è tuttavia deciso di concentrare gli sforzi sugli aspetti di comunicazione che ineriscono l’ambiente: ci scusiamo fin da ora se nella esposizione potrà capitare di usare il termine sostenibilità riferito solo a tale argomento.

Vorrei concludere queste poche righe con un’ultima riflessione.

Lo sforzo che tutti quanti (dai legislatori alle aziende, dagli Stati agli enti intermedi, dalle associazioni ai cittadini) siamo chiamati ad affrontare fa letteralmente tremare i polsi.

Con una accelerazione straordinaria, in un contesto oltretutto complicato dalle ricadute geopolitiche ed economiche delle recenti pandemie ed “operazioni militari straordinarie”, siamo tutti chiamati a cambiare il nostro modo di vivere e di consumare.

La progettazione dei prodotti in prospettiva ecologica, la loro riusabilità e riparabilità, il riciclo, i nuovi materiali e le tecnologie innovative (in primis il contributo portato dall’intelligenza artificiale e dai nuovi strumenti digitali) e la corretta comunicazione/informazione dei consumatori, sono tutti temi che ci terranno occupati per i prossimi anni.

E ci porremo presto anche la domanda, straordinariamente impegnativa, se questo afflato di “sostenibilità” sia, si perdoni il gioco di parole, sostenibile per il mondo nel quale viviamo.

È certamente vero che alcuni studi economici hanno misurato in vari miliardi di euro i risparmi che si potranno ottenere attraverso questa rivoluzione.

Ma i costi, certi ed attuali, per intraprendere e proseguire in questo percorso saranno ingenti, tali da far vacillare anche i più strenui sostenitori di questo nuovo approccio. Si dovranno (e lo si dice senza connotare negativamente il termine) effettuare inevitabili compromessi per contemperare le esigenze e le istanze di tutti i soggetti coinvolti. Ma si tratta anche – e da qui l’entusiasmo con il quale è stato affrontato questo impegno editoriale – di una sfida straordinaria, unica e probabilmente irripetibile. Con la consapevolezza, figlia di una deformazione professionale (o più auspicabilmente di una lucida visione), che la comunicazione commerciale possa – se correttamente orientata – fornire un con-

tributo importante per rendere i consumatori i primi e fondamentali alleati per intraprendere nel miglior modo possibile la “strada della sostenibilità”.

Da qui, la volontà di fornire un minimo contributo agli operatori del settore (in primis le imprese) per provare a chiarire il contesto normativo e giurisprudenziale nel quale ci troviamo, e fare in modo che si possa rafforzare la convinzione che una buona conduzione, anche in chiave ambientale, delle imprese e della relativa comunicazione non sia solo un approccio etico, ma anche la migliore via per creare reale valore di impresa.



## 1.

### *La sostenibilità: mito o insidia per la comunicazione d'impresa?*

Federico Unnia

#### *1. Il senso di questo libro oggi*

Quando per la prima volta l'amico Massimo Tavella mi accennò all'idea di un testo sulla comunicazione sostenibile, siamo sul volgere del 2021, accolto l'invito con riconoscenza e un certo timore. Si trattava, sottolineo, allora, di un tema quanto mai attuale, identificato nelle sue priorità e criticità, presente nel dibattito e nell'agire di moltissimi cittadini. Mai come prima, sostenuto dall'effetto del Pnrr che spinge verso una sostenibilità diffusa del fare imprenditoriale e civile.

Oggi, nel momento in cui tutti i contributor sono all'opera, mi chiedo che valore assuma il testo. Non entro nel merito del conflitto in corso, ma gli effetti che questo ha prodotto su scala mondiale, ridimensionano o meno il tema sostenibilità? Oppure ne ridisegnano semplicemente le priorità? Siamo preparati a gestire il tema nella sua complessità? Come conciliare i costi della sostenibilità con gli effetti di una crisi economica mondiale?

È con questo spirito che mi accingo a condividere con il lettore alcune riflessioni dettate più che altro dalla personale esperienza professionale e dall'interesse remoto sull'interazione tra agire d'impresa, responsabilità etica e interessi diffusi.

#### *2. La comunicazione e le sfide della modernità*

Per chi viva professionalmente il mondo della comunicazione, qui intesa in senso ampio e non solo pubblicitario, le sfide che si sono poste nel corso degli ultimi 30 anni sono state numerose e complesse. Tutte, sottolineo, avevano origine da nuove necessità, ovvero dall'esigenza di adeguare format, linguaggi e, conseguentemente, regole a nuovi fenomeni o bisogni. Il loro impatto, salutato con maggiore o minore entusiasmo, critica o indifferenza, è stato significativo.

A titolo di esempio ricorderò l'introduzione della disciplina dell'invio di comunicazioni finanziarie price sensitive, attraverso un circuito di Borsa e Consob, denominato Nis. Una importante innovazione regolamentare, il cui effetto era duplice. Mettere sul medesimo livello gli organi di informazione nel timing di accesso a contenuti e notizie rilevanti; togliere alle imprese e ai comunicatori la disponibilità e la responsabilità di indirizzare la possibile ripresa di dette notizie stabilendo l'orario di rilascio di comunicazioni. Tutto questo avveniva nei primi anni '90, ma costituì una rivoluzione significativa nel modo di intendere e condurre la fondamentale relazione tra impresa, mercato, media e, non da ultimi, investitori.

Altro esempio, il recepimento nel nostro ordinamento della direttiva sulla pubblicità ingannevole prima (Direttiva 84/450/CEE<sup>1</sup>) e comparativa (Direttiva 97/55/CE<sup>2</sup>) poi<sup>3</sup>. Una rivoluzione copernicana, non solo per la portata delle nuove regole e sanzioni connesse, ma per la creazione di un duopolio nei controlli. A fianco dell'Istituto di autodisciplina pubblicitaria (IAP), infatti, entrava in gioco un'autorità amministrativa, le cui finalità, tempi, competenze e poteri si andavano a sovrapporre su molti temi al controllo che svolgeva dal 1966 lo IAP.

Per le imprese si trattò di un problema in più, una compliance da seguire con attenzione, in quanto dal semplice richiamo reputazionale tipico dello Iap (sanzione, questa, cui si affianca la ben più pragmatica inibitoria all'ulteriore diffusione del messaggio dichiarato non conforme alle norme del Codice di Autodisciplina), si passava al più freddo, ma doloroso, schiaffo dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, competente ad applicare la disciplina sopra citata, spesso accompagnato da significative sanzioni pecuniarie.

E ancora, più recentemente, l'esplosione del fenomeno digitale, con il mercato degli influencer e dei commenti interessati, ma non sempre percepibili come tali. Un problema non da poco, se solo si ricorda quali complesse problematiche imprese, comunicatori e media dovettero affrontare con il fenomeno della pubblicità camuffata in contesti informativi, giornalistici prima, e ora social. Con la differenza, non marginale, di un cambio di paradigma, ovvero che tutte le comunicazioni con le piattaforme permettono una relazione one to many, distruggendo il vantaggio temporale tipico dei media tradizionali.

---

<sup>1</sup>Direttiva 84/450/CEE del Consiglio del 10 settembre 1984 relativa al ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative degli Stati Membri in materia di pubblicità ingannevole.

<sup>2</sup>Direttiva 97/55/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 6 ottobre 1997 che modifica la Direttiva 84/450/CEE relativa alla pubblicità ingannevole al fine di includervi la pubblicità comparativa.

<sup>3</sup>Poi entrambe abrogate dalla Direttiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006, concernente la pubblicità ingannevole e comparativa, recepita nel nostro ordinamento, come meglio si vedrà *sub.* cap. 3, par. 2.1, dai d.lgs. n. 145 e 146, entrambi emanati il 2 agosto 2007 ed entrati in vigore il 21 settembre 2007.

Infine, una conseguente evoluzione del concetto di consumatore che sempre più spesso, su temi portanti e diffusi della narrativa comunicazionale, sveste questi panni per indossare quelli di cittadino. Un'entità complessa da definirsi, difficile da classificare, il cui universo valoriale si amplia a dismisura, allontanandosi così dall'atto di acquisto del prodotto o servizio in questione, per abbracciare l'universo valoriale della persona (potenzialmente non consumatore).

Ecco, dunque, che in questo scenario in costante evoluzione, arriva da alcuni anni a questa parte il tema della sostenibilità, con le sue implicazioni. Un fenomeno che rischia, diciamolo subito, di essere strumentalizzato da chi cerchi parassitariamente di acquisire un vantaggio immediato tanto presso il grande quanto presso il selezionato pubblico di stakeholder. La domanda che sorge spontanea, e che troverà adeguate risposte nelle pagine di questo scritto, è se le imprese e i comunicatori, così come i mezzi di informazione, siano davvero pronti ad affrontare con responsabilità questa sfida.

### *3. L'ambiente e la sostenibilità*

Il rapporto tra l'impresa e l'ambiente in cui questa opera non è una novità degli ultimi anni. L'attenzione per gli effetti che l'agire imprenditoriale genera sul territorio che popoliamo ha vissuto alcune stagioni, combattute e complesse, nelle quali la comunicazione ha giocato un ruolo importante. Fu da gravissimi disastri ambientali (Bophal, Seveso, Chernobyl, Fukushima, Taranto, Brescia, Casale Monferrato e Golfo del Messico, per ricordarne alcuni), dai quali prese corpo un diffuso antagonismo industriale in difesa dell'ambiente e di bando delle produzioni a maggiore impatto ambientale.

Soprattutto chimica, petrolio, nucleare finirono sul banco degli imputati, portandosi dietro un diffuso anti-industrialismo di cui abbiamo pagato il conto nei decenni a seguire. La comunicazione, si diceva, cercò in molti modi di gestire la crisi reputazionale che colpì i responsabili, operando al contempo per un rilancio dell'immagine del settore. Il fenomeno di Fabbriche Aperte, promosso da Federchimica e tutt'ora realizzato da molte aziende, ha costituito un primordiale esempio di comunicazione della sostenibilità. Nessun timore ad invitare in casa propria le comunità, gli stakeholder, le autorità per mostrarsi, spiegare, raccontare cosa si produce in questi settori, quali accorgimenti e sistemi di controllo e sicurezza sono progettati e implementati, cosa si continua a fare per contenere e ridurre l'impatto del proprio business.

Accolta con riserve e un certo malcelato ideologico scetticismo, questa ha costituito una prima risposta seria del mondo produttivo. Non fu sufficiente a smorzare il pregiudizio anti-industriale, bensì non sempre ingenerò presso il mondo dei media il dubbio sulla complessità della sfida ambientale e gli investimenti che questo avrebbe richiesto. Ci fu poi la stagione dei primi bilanci ambientali, grazie ai quali prese forma una primordiale forma di rendicontazione dell'impegno profuso dalle imprese per un minore impatto sull'ambiente.

## 2.

### *Brevi annotazioni sulle implicazioni costituzionali della espressione “sviluppo sostenibile”*

Mario Esposito

#### 1. *Rilievi preliminari: lessico e denotati*

Il titolo di questo volume pone in relazione la comunicazione ed il marketing con il concetto di sostenibilità ambientale: connessione la cui capillare diffusione è agevolmente percepibile in tutti i settori dell'economia.

Nella prima, se non anche nella seconda (a voler seguire le note impostazioni teoriche che ricostruiscono anche il settore politico come mercato), va certamente inclusa quella specifica forma di comunicazione alla quale pertengono gli atti normativi, in quanto volti, innanzitutto, a costituire un rapporto comunicativo tra chi adotta l'atto e chi ne è destinatario.

L'ampia ricognizione di fonti offerta dal successivo capitolo della presente opera, eloquentemente dimostra la estensione nel tessuto ordinamentale e nei suoi vari livelli dei riferimenti alla sostenibilità ambientale, che appare aver assunto addirittura carattere di parola chiave, nonostante – conviene notarlo subito – la non immediata riconducibilità ad un oggetto di sicura definizione e la sua comune conversione (del tutto insufficiente dal punto di vista giuridico) in una generica compatibilità delle scelte politiche, economiche e sociali con un non meno generico contesto ambientale, che tuttavia rimanda ad una nozione di “equilibrio” di per sé soltanto evocativa di modelli di riferimento che attenderebbero di essere precisamente definiti, anche per quanto attiene ai presupposti e alle finalità<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Lo “sviluppo sostenibile” è una formula evocativa di una concezione generale del rapporto tra l'uomo e le collettività umane con tutto ciò che li circonda (l'ambiente, dunque) e sottende una pretesa, tutta da dimostrare, che convenga sottomettere le comunità politiche ad un progetto di mutamento, riguardante ogni aspetto della vita individuale e sociale, allo scopo di preservare pari possibilità di sviluppo alle generazioni future (il notissimo *Rapporto Bruntland* reca la seguente testuale definizione: «Lo sviluppo sostenibile, lungi dall'essere una definitiva condizione di armonia, è piuttosto processo di cambiamento tale per cui lo sfruttamento delle risorse, la direzione degli investimenti, l'orientamento dello sviluppo tecnologico e i cambiamenti istituzionali siano resi coerenti con

La “sostenibilità ambientale” è parte di quel complesso di formule che si dicono nuove, “inventate” per descrivere una inedita prospettiva di orientamento del diritto verso il futuro, “cioè parole che fanno scalpore, o potremmo dire che riorientano comportamenti e modelli decisionali – come sostenibilità, sviluppo sostenibile, precauzione, ecological footprint ovvero ecological debt – che contengono questa apertura intertemporale, l’obiettivo di preservare, di non compromettere, di mantenere (anche) per il futuro”<sup>2</sup>.

Nulla di nuovo, in realtà – ove solo si consideri che, come si è accennato, l’orientamento al futuro è l’unico effettivamente praticabile per ogni attività umana: la disseminazione in testi normativi di vario grado e genere di locuzioni come quelle appena citate, manifesta piuttosto una esigenza, particolarmente propria del costituzionalismo, di fissare obiettivi all’indirizzo politico.

---

i bisogni futuri oltre che con gli attuali», con accentuazione di un ruolo quasi provvidenziale che incomberebbe alla comunità dei viventi – ma di quanti e di quali? Di quale età, per esempio? – e per essi alle autorità di governo, al fine di assicurare condizioni ritenute, nella migliore delle ipotesi, in un determinato momento storico e secondo determinati parametri di riferimento, difficilmente di unanime condivisione, tali da consentire la perpetuazione le presenti condizioni di vita; benché poi difficilmente vengano definite con sufficiente puntualità le linee portanti dei relativi modelli).

L’orientamento al futuro – che è condizione naturale dell’uomo e di ogni sua scelta anche normativa e dispositiva – assume in tal guisa carattere evocativo di una forza “mitica” di cui alcuni disporrebbero, tale da consentire e addirittura garantire una certa configurazione del rapporto dell’uomo con ogni altro elemento del pianeta.

Vi si scorgono sia un antropocentrismo di tono faustiano, sia il ritorno di quel mito del regno, in versione secolare, nel quale «persiste l’idea dell’unità della società con la natura, ma, naturalmente, non attuata grazie all’intervento di una forza celeste, se non per il fatto che è stato trovato il giusto livello di adeguazione tra i due termini, in modo che la nuova organizzazione della società permette il dominio totale dell’ordine naturale, il proficuo sfruttamento della sua ricchezza e la piena esplicazione delle proprie possibilità da parte dell’uomo. In ogni caso si annulla l’opposizione e lo squilibrio tra i due termini» (M. García Pelayo, *Miti e simboli politici*, trad. it., Torino, 1970, 14 s.).

Tale mito si presta a fungere da principio di legittimazione delle scelte e degli atti di governo della collettività, alternativo rispetto a quello schiettamente democratico (che comporta la permanente modificabilità e adattabilità delle scelte compiute in rapporto al mutare delle percezioni, delle concezioni e delle esigenze della collettività medesima): le deliberazioni degli organi statuali non devono più essere conformi soltanto agli orientamenti del popolo – al quale, ove qualificato come sovrano, spetta ogni valutazione prospettica – perché in sé espressivi di una funzione sostitutiva e anticipatoria (divinatoria?) del futuro (separandolo, in astratto, dalla collettività “istantaneamente” presente, benché essa in quanto tale sia l’unica e continua manifestazione concreta del futuro, in quanto permanentemente rinnovantesi) e della prevenzione dalle catastrofi, per timore delle quali la comunità accetta di novare, per così dire, la causa del *pactum subiunctionis* e di porsi sotto tutela di un altro sovrano in ragione della sua predicata capacità di scongiurare i rischi di calamità (peraltro) planetarie e acconsentendo alla veicolazione nell’alveo di tale capacità (quasi taumaturgica) di ogni scelta politica.

Gli atti dei pubblici poteri finiscono così per acquisire una immediata efficacia rituale e sacramentale, parallela a quella propriamente produttiva di relazioni o su di esse incidenti, che appare analoga a quella acutamente rilevata da M. Mauss, *Teoria generale della magia*, trad. it., Torino, 1991, 14.

<sup>2</sup>A. D’Aloia, voce *Generazioni future (diritto costituzionale)*, Enc. dir., Annali IX, Milano, 2016, 333.

E tale è evidentemente l’ispirazione della recentissima legge di revisione costituzionale (n. 1/2022), che ha modificato gli artt. 9 e 41 della Carta fondamentale, con la quale, intervenendo per la prima volta addirittura sui principi fondamentali, essenziale trama di orientamento di tutte le attività dei pubblici poteri.

Senza qui potersi soffermare sulla questione della legittimità di tali modifiche ai sensi dell’art. 139 Cost.<sup>3</sup>, nella stessa prospettiva è da rilevare che il “trasferimento” della tutela ambientale dall’art. 117 Cost. vorrebbe segnare un salto qualitativo per il sol fatto che l’introduzione in quel perimetro comporta immediati effetti sulle altre disposizioni dello stesso compendio.

Non a caso si è parlato di un diritto costituzionale ambientale in termini di acquisizione che si riflette sui fondamenti e, più ancora, sulla concezione stessa (si vorrebbe dire, in accezione culturale) della costituzione.

L’obiettivo della tutela dell’ambiente, degli ecosistemi e delle biodiversità “anche nell’interesse delle generazioni future” appartiene ad un ordine di idee che è stato ben tratteggiato in una recente voce dell’Enciclopedia del diritto: *“Un principio, è stato detto, “olistico”, cioè trasversale a tutte le grandi aree tematiche, dall’ambiente allo sviluppo economico, alla coesione sociale, alla pace e alla sicurezza, fino alle grandi questioni della disegualianza tra aree del mondo; ma soprattutto, un “pensiero” piuttosto che semplicemente una nozione, più o meno*

---

<sup>3</sup> Sulla quale, v. le osservazioni di M. Cecchetti, *Virtù e limiti della modifica degli articoli 9 e 41 della Costituzione*, in *Corti supreme e salute*, 2022, 142 ss., che esclude il ricorrere di conflitti con quel nucleo di principi in cui la Corte costituzionale ha individuato i limiti alla funzione di revisione costituzionale, richiamando (giustamente) un dovere di adeguata argomentazione. Qualche obiezione, com’è noto, potrebbe però porsi in ordine ad una decisione del giudice costituzionale che resta nell’empireo di concetti generali ed astratti (intessuti di riferimenti a “valori essenziali”), senza offrire alcuna effettiva esemplificazione sul piano della concreta tipologia, come invece richiede la natura pratica della giurisprudenza. Il problema è in ogni caso rinviato, non bastando addurre – come invece fa l’A. – la preservazione, nello stesso art. 9, dei commi originari: non soltanto perché l’addizione di nuovi elementi alla medesima “unità normativa” comporta *ex se* alterazioni che si riflettono sul significato di quelli precedenti (come vale in generale – notazione ovvia – per ogni sistema, semplice o complesso che sia), ma anche perché, se davvero la revisione dell’art. 9 Cost. si risolvesse in un mero compendio di quanto già si poteva trarre in via interpretativa dal previgente testo costituzionale, si porrebbe la grave questione della rispondenza a criteri di razionalità di una iniziativa ridondante. Ma le stesse novità puntualmente censite e commentate da Cecchetti mi pare smentiscano la natura, per così dire, meramente dichiarativa delle modifiche apportate: quand’anche si voglia concordare sulla emersione del “valore” della tutela ecologica, nondimeno resta da analizzare il profilo più strettamente giuridico di tale rilevanza (tema al quale, se non mi inganno, si riferisce la tagliente, esattissima critica svolta da G. Severini, P. Carpentieri, *Sull’inutile, anzi dannosa modifica dell’art. 9 della Costituzione*, [www.giustiziainsieme.it](http://www.giustiziainsieme.it), 22 settembre 2021). E non è certo di poco momento che per l’innanzi essa si traesse dagli artt. 9 e 32 Cost., costruiti secondo un metro di concreta ragguagliabilità a specifiche esigenze dell’individuo come datità presente. Unità di misura diversa da quella che si avverte sottesa ai “nuovi” artt. 9 e 41 Cost., nei quali un apparente ecocentrismo dissimula un antropocentrismo sapienziale, fideistico e millenaristico: si addita un processo, un “esodo” verso una migliore condizione, che tuttavia si sottrae alla prova del rapporto causa/effetto, perché la soglia del miglioramento è costantemente proiettata verso il futuro.

*indeterminata. Dietro l'idea dello sviluppo sostenibile, dentro questa contaminazione tra saperi e linguaggi diversi, si coglie una rinnovata visione del mondo e dei suoi problemi, un ripensamento dei modi dell'agire della nostra civiltà, sul piano sociale, economico, e ovviamente giuridico; in questo senso, è (o prova ad essere) un concetto "rivoluzionario", proprio perché, come si è anticipato nel precedente paragrafo, si scontra con un limite ontologico delle strutture moderne della democrazia, che sono costruite per guardare all'oggi, ai bisogni di chi vota e promuove i suoi interessi, a misurare "qui" e "ora" gli effetti delle sue decisioni"*<sup>4</sup>.

E del resto il consenso formatosi intorno alla legge cost. n. 1/2022 è stato amplissimo, superando abbondantemente in seconda deliberazione la soglia dei due terzi di cui all'art. 138 Cost., a seguito di un procedimento avviato con la presentazione di un numero notevole di proposte di legge: la riforma è stata accolta come un passaggio storico.

## 2. Obiettivi dichiarati e ricadute effettive

Ma il fine perseguito e, soprattutto, quello obiettivamente raggiunto – e che può desumersi soltanto in via di esegesi – è davvero un incremento della tutela degli interessi individuali e collettivi della salute, della sicurezza e della dignità della persona?

È estremamente dubbio.

Va stigmatizzato in primo luogo il lessico utilizzato: «La normazione iconica, fatta di solenni enunciazioni di valori impropriamente vestiti con i panni della legge, è per i giuristi una delle afflizioni dei nostri tempi. Rispecchia la pratica semplificatoria dei *social media*, di cui replica l'impronta riduttiva e ricerca la formula disintermediata. Le motivazioni non sono dissimili. È in realtà una sovra-legificazione proclamatoria di simboli ben più che produttiva di norme. Corrisponde assai poco a un bisogno di diritto: lo denuncia il fatto che si presenta molto assiologica e per nulla tassonomica; non evidenzia infatti la *norma agendi* per portare a effetti la proclamazione. Corrisponde a una concezione primaria e regressiva della legge, la espunge dalla realtà articolata dell'edificio del diritto per elevarla a prevaricatorio totem comunicazionale. Insomma, è un paludamento autocelebrativo per il legislatore, ma distante da razionalismo e tecnicismo giuridici. Nel generale crollo culturale della classe politica – ormai più usa al *post* di foto e battute sui *social* che al ragionamento e alla dialettica, la normazione iconica esprime come si possa piegare a un uso politico lo strumento più tipico del diritto, deprivandolo del ragionamento giuridico che vi è coesenziale: e al prezzo di intaccare i postulati della sicurezza giuridica sui quali invece si basa lo Stato di diritto»<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> A. D'Aloia, voce *Generazioni future (diritto costituzionale)*, 349.

<sup>5</sup> G. Severini, P. Carpentieri, *Sull'inutile, anzi dannosa modifica dell'art. 9 della Costituzione*, cit., 1.

Il pungente giudizio, del tutto condivisibile, pone in chiara evidenza alcuni sintomi di mutamento non solo dei postulati dello Stato di diritto, ma, prima ancora, di altri presupposti che stanno a monte di quelli e che appartengono alla concezione stessa dell'individuo, della persona e dei suoi vincoli sociali: non da oggi si registra, tra le altre cose, la perdita del connotato della precisione del linguaggio in cui la legislazione si dovrebbe esprimere<sup>6</sup>, il suo tendere a richiami suggestivi e non espliciti (men che meno in termini di compiute fattispecie) a “valori” o a “plessi valoriali”, in funzione meramente evocativa ed in definitiva di attribuzione di ampia potestà a favore del soggetto o dei soggetti alla cui cura tali sfuggenti entità siano affidate<sup>7</sup>.

Ma è un fatto che l'ambiente, con tutta la sua polisemia – che il legislatore costituzionale ha lasciato intatta, assolvendosi dal compito su di lui gravante, di attendere alla traduzione in termini deontici, e che la dottrina si limita a constatare<sup>8</sup> – è ormai da anni oggetto di «una gigantesca operazione culturale, che ha

---

<sup>6</sup>Vedi U. Vincenti, voce *Linguaggio normativo*, Enc. dir., Annali VII, Milano, 2014, 677, il quale segnala che la legislazione «Ha acquisito, però, contenuti nuovi: descrizione di situazioni, argomenti giustificativi, dichiarazioni di intenti, fissazione di scopi da conseguire». Questi ultimi, soprattutto, sembrano porsi in opposizione col progressivo processo di “isolamento” del legittimo ambito di esercizio dei poteri di governo, ottenuto individuando il *proprium* della norma giuridica nella sua esteriorità (cfr., anche per riferimenti, F. Modugno, voce *Norma giuridica (teoria gen.)*, Enc. dir., XXVII, Milano, 1978, 343): il diritto disciplina l'accadimento di fatti (e, può aggiungersi, nei limiti in cui ciò sia compatibile con la garanzia di immunità, poi di prerogative e infine diritti individuali) e non orientamenti ideali e volitivi.

La norma giuridica deve quindi riferirsi ad un *fatto* i cui elementi soggettivi ed oggettivi siano fondati su una tipicità ragguagliabile alla realtà fenomenica comunemente percepibile: ciò che dovrebbe conseguentemente tradursi in parole «capaci di tagliare perfettamente la realtà da normare dovendosi costantemente badare “a una religiosa esattezza della lingua italiana”. Tagliare esattamente la realtà è un obiettivo avvicicabile se si scelgano non solo le parole giuste, ma anche se si esplicitino tutti quei passaggi logici che è necessario esplicitare al fine di escludere (il più possibile) le alternative e, dunque, le varietà delle soluzioni: il testo dovrà risultare semanticamente rigoroso e logicamente congruo (e, forse, potrebbe essere davvero utile obbligare anche il legislatore alla motivazione)» (U. Vincenti, *op. cit.*, 677).

Parallelamente si situa il tema della c.d. completezza dell'ordinamento giuridico, intesa sia nel senso della garanzia della libera autodeterminazione individuale, al di fuori dei limiti di legge, sia nel senso della esclusività delle valutazioni normative statali rispetto a quelle assunte da altre organizzazioni sociali: ciò che, in democrazia parlamentare, impone (o imporrebbe) l'esigenza del vaglio della “prova dibattimentale” in relazione ad ogni opzione, anche (e forse soprattutto) quando sia caratterizzata da elementi di matrice extra-giuridica, con riflessi che ancora una volta si colgono, oggi soprattutto e più ancora in materia di c.d. tutela ambientale, nel linguaggio normativo (cfr., nuovamente, U. Vincenti, *op. cit.*, 679 s.).

<sup>7</sup>Una puntuale, lucida critica in ordine alla introduzione dei “valori” nel lessico giuridico si trova in F. Cordero, *Gli osservanti. Fenomenologia delle norme*, nuova ed., Torino, 2008, 138 ss.

<sup>8</sup>Cfr., ad es., S. Grassi, voce *Tutela dell'ambiente (diritto amministrativo)*, Enc. dir., Annali I, Milano, 2007, 1114, il quale avverte che “Non è possibile definire in termini univoci quale sia l'ambiente oggetto di tutela sul piano giuridico. “Ambiente”, infatti, è concetto macroscopico, di difficile predeterminazione: i fattori che lo compongono sono molteplici, particolarmente complessi ed interrelati, suscettibili di valutazione da una pluralità di soggetti, mossi da interessi e

però progressivamente conquistato uno spazio che non è più solo teorico o

---

concezioni spesso in insanabile conflitto” e richiama, a dimostrazione, almeno due concezioni antitetiche dell’ambiente e del suo rapporto con l’uomo, dette rispettivamente antropocentrica ed ecocentrismo (ma ambedue, parrebbe, contraddistinte dalla fiducia nella capacità predittiva e sapienziale del rispettivo orientamento e, quindi, di conservazione o reintegrazione di un “ordine planetario”, strettamente legato ad una potenza, che sarebbe strettamente legata all’evoluzione tecnica e tecnologica).

Significativamente però l’illustre A. subito dopo evoca la necessità della costruzione di “politiche”, per insufficienza delle tradizionali forme di tutela giuridica, adducendo la necessaria interdisciplinarietà delle cognizioni (o delle rappresentazioni) dell’ambiente (*ivi*, 1115).

Ma non pare questo il dato di effettiva novità o di maggior rilievo: l’autonomia dei processi di valutazione e di deliberazione *sub specie iuris* è, per un verso, strettamente legato ad esigenze di garanzia democratica e, per altro verso, non nega il ricorso ad altre discipline, bensì, semmai, il recepimento “fideistico” di scelte *aliunde* compiute: cfr. M. Ronco, *Aporie scientiste e certezza logico razionale: note in tema di nesso causale*, Dir. pen. proc., 2007, 247 ss., con specifico riferimento ai limiti e ai pericoli dell’uso di enunciati frequentistici caratteristici delle leggi probabilistiche: l’accento cade invece sul richiamo al vincolo di dipendenza che il riferimento (apodittico) all’ambiente dovrebbe instaurare tra gli strumenti giuridici e la “visione generale che dell’oggetto della tutela (dell’ambiente e del rapporto tra uomo e natura) è possibile esporre sul piano filosofico”.

Assecondando tale direttiva, l’A. denuncia il limite che la “natura” porrebbe ad una concezione meramente positivista del diritto, spingendosi sino a “rivalutare l’esigenza di un diritto naturale minimo, rispetto al quale il legislatore positivo trova valori o principi non arbitrariamente determinabili, capaci di esprimere un contenuto vincolante per l’ordinamento giuridico (ed in questo senso si è individuata la necessità di ricostruire unitariamente il concetto di ambiente, proprio per cogliere la sua natura di presupposto del dire giuridico)”. Tuttavia, fermo restando che non consta alcuna ricostruzione unitaria del concetto di ambiente e che anzi esso forse non può nemmeno dirsi tale, la prospettiva abbozzata da Grassi, con riguardo ad una pluralità di fonti di cognizione, mostra univocamente che il fenomeno di cui si parla va ben oltre la mera innovazione del quadro degli scopi delle politiche statali (sul cui versante si attesterebbe ormai la tutela dell’ambiente, come ha notato di recente anche M. Cecchetti, *La revisione degli articoli 9 e 41 della Costituzione e il valore costituzionale dell’ambiente: tra rischi scongiurati, qualche virtuosità (anche) innovativa e molte lacune*, forumcostituzionale.it, 25 agosto 2021) per estendersi alla stessa forma della aggregazione statale: benché possa parlarsi di diritto dell’ambiente o di diritto all’ambiente, sarebbe più opportuno, ad avviso di Grassi, “descrivere – data la natura trasversale degli interessi ambientali – il “diritto per la tutela dell’ambiente”, per sottolineare la strumentalità di tutti i settori del diritto per l’affermazione e la garanzia di un valore unitario condiviso da tutti i soggetti dell’ordinamento. Sicché l’ambiente diviene uno dei presupposti della Costituzione e la qualità dell’ambiente uno dei fattori che legittimano i poteri pubblici, ed il giurista deve cercare di ricostruire i principi in grado di tener conto della complessità e del carattere orizzontale dei fenomeni da disciplinare, coinvolgendo tutti i livelli dell’organizzazione collettiva” (*op. cit.*, 1116).

“Il diritto, nella disciplina dell’ambiente, viene posto in modo immediato e diretto a contatto con le altre scienze. L’attenuarsi della separazione tra la conoscenza della natura ed il sistema normativo si traduce nella necessità di un ripensamento della stessa costruzione dei principi e delle norme giuridiche positive; le configurazioni tradizionali di molti strumenti giuridici (come la definizione di soggetto giuridico, di bene giuridico, di diritti di proprietà e di posizioni soggettive attive) manifestano la loro insufficienza rispetto alle problematiche ambientali e costringono i giuristi ad individuare nuovi strumenti di interpretazione del mondo che li circonda e nuove tecniche di predisposizione delle risposte ai problemi che la natura e l’equilibrio ecologico pongono alla comunità umana” (*ivi*, 1115).

ideologico, ma produce effetti sul terreno delle scelte politiche e delle decisioni normative»<sup>9</sup>.

### 3. Esegesi

L'esegesi delle disposizioni (se pure definibili tali) introdotte dalla legge cost. n. 1/2022 conferma la valutazione critica in sintesi espressa da Severini e da Carpentieri, che puntualmente ne denunciano le ricadute sul significato originario dell'art. 9, Cost., i cui denotati erano immediatamente riferibili ad un lessico comune e condiviso e, soprattutto, ragguagliabile senza alcun dubbio all'individuo e ai suoi diritti inviolabili: la promozione della cultura, della ricerca scientifica e tecnica, così come la tutela del paesaggio e del patrimonio storico e artistico della Nazione corrispondono a specifiche, individuate libertà della persona e alla stratificazione nel tempo e dello spazio dei relativi risultati.

Ambiente, ecosistemi, biodiversità sono nomi collettivi connotati tutti da estrema vaghezza, che impedisce non solo la loro definibilità all'interno del sistema costituzionale, ma persino l'identificazione di un senso fatto palese dal significato proprio delle parole, potendo, a seconda di chi se ne serva, del sistema di conoscenza al quale egli si riferisca ed agli obiettivi che persegua, assumere diversi contenuti.

Ora, quando si rapportino quei segni verbali agli interessi per i quali la Costituzione già attribuisce ai pubblici poteri funzioni di prevenzione e tutela, ossia la salute, la libertà, la sicurezza e la dignità dell'uomo, si conclude agevolmente nel senso della superfluità della legge di revisione.

Per un verso, l'art. 41 Cost. pone un diretto divieto di svolgimento di attività lesive di quei beni individuali e collettivi nei quali meglio e più precisamente sono declinabili l'ambiente e i lemmi ad esso collegati, tragarudati nella prospettiva che impone l'art. 2 Cost., quella dell'uomo come datità presupposta all'ordinamento e immediato primario suo soggetto, alla luce del quale occorre leggere anche l'art. 1 Cost. per così individuare forme e limiti della legittimazione ad agire dello Stato e degli altri enti pubblici.

L'aggiunta del riferimento all'ambiente è così poco utile (e sintomaticamente eterogenea) che non si accorda lessicalmente con l'aggettivo riferito a tutti gli altri sostantivi (libertà, sicurezza, dignità) e per di più rischia di imporre alla mediazione del legislatore la definizione del suo perimetro di significato, alterando la capacità immediatamente precettiva del secondo comma e sottraendo agli altri lemmi parte del loro senso.

---

<sup>9</sup>Così A. D'Aloia, voce *Generazioni future*, Enc. dir., Annali IX, Milano, 2016, 349, la cui informatissima, ricca trattazione riguardante l'altra locuzione che (non a caso) compare accanto alla modifica additiva all'art. 9 Cost., rappresenta perspicuamente l'ampiezza (*recte*: la indeterminazione) del lemma *ambiente*, nel quale, a seconda di soggettive opzioni di chi vi faccia ricorso, possono "olisticamente" confluire, come del resto ben rileva lo stesso A., i temi più disparati.

### 3.

## *Il quadro normativo vigente e i progetti di riforma*

Massimo Tavella

Il tema della sostenibilità ambientale è ormai da tempo una priorità anche nell'agenda del legislatore europeo: le urgenze climatiche e le conseguenze legate all'inquinamento, seppur con un certo ritardo, hanno infatti imposto un'accelerazione delle politiche c.d. di transizione verde.

Questa tendenza ha riflessi immediati sull'ambito della comunicazione commerciale. Nella comunicazione sul Green Deal europeo del dicembre 2019<sup>1</sup>, ad esempio, la Commissione ha rilevato che “[a]nche le informazioni, a condizione di essere affidabili, comparabili e verificabili, svolgono un ruolo importante per consentire agli acquirenti di prendere decisioni più sostenibili, riducendo il rischio di un marketing ambientale fuorviante («greenwashing»)”.

Analoghe considerazioni sono incluse altresì nelle conclusioni del Consiglio UE sulla nuova agenda dei consumatori<sup>2</sup> e nella comunicazione della Commissione del marzo 2020, Un nuovo piano d'azione per l'economia circolare, per un'Europa più pulita e più competitiva<sup>3</sup>. In questi documenti, la transizione

---

<sup>1</sup> Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle Regioni, *Il Green Deal europeo*, Bruxelles, 11 dicembre 2019 COM(2019) 640 final. In argomento si veda G. Asaro, M. Fisicaro, *Il “Green Deal” europeo (giugno 2020-febbraio 2021)*, Rivista giuridica del Mezzogiorno, 2021, fasc. 2-3, 858-868; C. D’Orta, *“Green Deal” 2030 un progetto per garantire sostenibilità e promuovere un «ambientalismo maturo»*, Comparazione e diritto civile, 2021, fasc. 1, 99-147.

<sup>2</sup> COM(2020) 696 final del 13 novembre 2020. Si veda in particolare il punto 9 delle conclusioni del Consiglio, che invitano la Commissione a prevedere misure a tutela dei consumatori e contro la pratica del *greenwashing*. Con tale disposizione, il Consiglio “*evidenzia l’esigenza di responsabilizzare i consumatori attraverso informazioni mirate, chiare, armonizzate e affidabili sull’impatto ambientale, ad esempio sull’impronta di carbonio, nonché sulle caratteristiche circolari dei beni, compresi i prodotti alimentari e i servizi, favorendo la messa a punto di informazioni a misura di consumatore ed evitando nel contempo un sovraccarico di informazioni e oneri eccessivi per le imprese; accoglie con favore l’intenzione della Commissione di proporre misure volte a promuovere il consumo sostenibile migliorando il diritto dei consumatori a informazioni precise ed efficaci e intese a proteggerli meglio da determinate pratiche, come le dichiarazioni di ecocompatibilità non comprovate e il greenwashing*”.

<sup>3</sup> COM(2020) 98 final dell’11 marzo 2020. Nel documento sono previste misure contro il *greenwashing*, qui definito ecologismo di facciata, si veda il punto 1.2: “*La Commissione valuterà inol-*

verde e quella digitale – tra esse collegate – sono poste quali priorità nel programma per la politica dei consumatori dell’UE dal 2020 al 2025.

In un quadro complesso che prevede varie normative, tra le quali assumono preminente rilievo la Direttiva 2005/29 (relativa alle pratiche commerciali scorrette) e la Direttiva 2011/83 (*Consumer Rights*) con le relative implementazioni nazionali, in data 30 marzo 2022 è stata presentata dalla Commissione UE la proposta di modifica delle citate direttive<sup>4</sup>, con l’obiettivo di aggiornarle, migliorarle e rendere più consapevoli i consumatori nelle loro scelte di acquisto, attraverso norme che osteggino l’attività di “greenwashing”, di obsolescenza programmata dei beni e di etichettatura non trasparente.

La proposta risulta di particolare rilievo per tutti i settori dell’economia, anche in funzione del criterio della *lex specialis*, che consentirà alle norme di trovare applicazione trasversale in tutti i settori, innestandosi nei diversi plessi normativi vigenti.

In prospettiva, assumono notevole importanza altri due progetti ancora (nel momento in cui stiamo scrivendo) in divenire. In primo luogo, l’iniziativa sulle dichiarazioni di ecocompatibilità (c.d. *Initiative on substantiating green claims*<sup>5</sup>, si veda il par. 9.3 *infra*), che si pone l’obiettivo di definire una disciplina puntuale delle specifiche affermazioni ambientali, prevedendo requisiti sul loro uso per prodotti e/o organizzazioni. In secondo luogo, il progetto sui prodotti sostenibili (*Sustainable Product Initiative*<sup>6</sup>, si veda il par. 9.2 *infra*), finalizzato ad introdurre requisiti di sostenibilità nei prodotti commercializzati nella UE.

Si è dunque giunti alla pubblicazione della proposta di regolamento del 30 marzo 2022<sup>7</sup>, indubbiamente ambiziosa e per certi versi rivoluzionaria, dal momento che si propone di ripensare *ab origine* la progettazione e lo sviluppo di tutte le tipologie di prodotti (salvo specifiche deroghe, previste dall’art. 1), ampliando così la portata della disciplina vigente – fondata sulla Direttiva 2009/125 (applicabile esclusivamente ai prodotti “connessi all’energia”).

---

*tre proposte intese a rafforzare ulteriormente la protezione dei consumatori contro l’ecologismo di facciata e l’obsolescenza prematura, stabilire requisiti minimi per i marchi/loghi di sostenibilità e per gli strumenti di informazione”.*

<sup>4</sup>Proposta di direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che modifica la Direttiva 93/13/CEE del Consiglio del 5 aprile 1993, la Direttiva 98/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, la Direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e la Direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell’UE relative alla protezione dei consumatori, COM (2022/0092) 143 final.

<sup>5</sup>L’iniziativa è presentata alla pagina [https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/initiative\\_on\\_green\\_claims.htm](https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/initiative_on_green_claims.htm) (ultimo accesso 17.06.22).

<sup>6</sup>L’iniziativa è presentata alla pagina [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Iniziativa-per-i-prodotti-sostenibili\\_it](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Iniziativa-per-i-prodotti-sostenibili_it) (ultimo accesso 17.06.22).

<sup>7</sup>Proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio che stabilisce il quadro per l’elaborazione delle specifiche di progettazione ecocompatibile dei prodotti sostenibili e abroga la Direttiva 2009/125/CE COM (2022) 142 final.