

CAMERA DEI DEPUTATI

N. 54

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

REALACCI, BALDUCCI, BENVENUTO, BIANCHI, BOATO, BOCCI, BRANDOLINI, BUCCHINO, BUONTEMPO, BURSTONE, CARBONELLA, CASTAGNETTI, CRISCI, DATO, DE ZULUETA, FARINONE, FEDI, FINCATO, GIUSEPPE FINI, FRONER, GENTILI, GIACHETTI, GIULIETTI, GRASSI, GRILLINI, LARATTA, LION, LO MONTE, LUCÀ, LUPI, LUSETTI, MARGIOTTA, MARIANI, MEREU, MERLONI, MIGLIOLI, NARDUCCI, OLIVERIO, OTTONE, PICANO, PIRO, PISCITELLO, PROVERA, QUARTIANI, RAITI, RAMPI, RANIERI, RIGONI, ROSSI GASPARRINI, RUGGERI, SAMPERI, SCHIRRU, SERENI, SERVODIO, TANONI, TOMASELLI, TREPICCIONE, VELO

Disposizioni per la promozione e lo sviluppo della
responsabilità sociale delle imprese

Presentata il 28 aprile 2006

ONOREVOLI COLLEGHI! — Con la presentazione della presente proposta di legge si vuole raccogliere e sostenere l'appello del Consiglio europeo di Lisbona del marzo 2000, rilanciato dal Libro verde della Commissione europea sulla responsabilità sociale delle imprese (COM(2002)347 del 2 luglio 2002), al «senso di responsabilità delle imprese nel settore sociale per quanto riguarda le buone prassi collegate all'istruzione e alla formazione lungo tutto

l'arco della vita, all'organizzazione del lavoro, all'uguaglianza delle opportunità, all'inserimento sociale e allo sviluppo durevole». Si condivide questo appello, anzi, si considera l'impegno delle imprese per rafforzare crescita economica e competitività riconoscendo le proprie responsabilità sociali, ambientali e verso gli utenti e i consumatori, come uno degli elementi essenziali «della civiltà del mercato e dello sviluppo sostenibile».

Il dibattito sulla dimensione etica delle imprese, oltre a quella economica e giuridica, non è nuovo. Fin dagli anni trenta ci si è interrogati su quale fosse lo scopo di un'impresa e, fin da allora, si sono confrontate due opposte teorie, in vario modo articolate. Secondo una posizione nata negli Stati Uniti negli anni della depressione, scopo delle imprese e dei loro *manager* è soltanto quello di assicurare il maggior vantaggio agli azionisti. Ovvero, secondo l'opinione di Milton Friedman, « c'è una e solo una responsabilità sociale dell'impresa: usare le sue risorse e dedicarsi ad attività volte ad aumentare i propri profitti a patto che essa rimanga all'interno delle regole del gioco, il quale equivale a sostenere che competa apertamente e liberamente senza ricorrere all'inganno o alla frode ». Questa teoria, come sottolinea Emilio D'Orazio, « presuppone il riferimento alla teoria neoclassica dell'impresa secondo cui l'impresa è di proprietà di un gruppo di investitori che si uniscono tra loro volontariamente mettendo insieme le proprie risorse al fine unico di raggiungere un aumento della loro ricchezza ». Tale tesi, peraltro, non esclude che il *management* possa dedicarsi ad attività sociali ma « coerentemente ritiene che debba farlo solo in prospettiva strategica, cioè solo nella misura in cui tali attività contribuiscono ad aumentare i profitti dell'azienda ». Per Freeman ed Evan, invece, i poteri del *management* oltre che per il profitto degli azionisti o dei proprietari, devono essere usati a beneficio dell'intera comunità. Questi economisti sostengono che i *manager* hanno un « rapporto fiduciario » verso una ampia serie di *stakeholder* dell'impresa, intendendo con questo termine « fornitori, clienti, dipendenti, azionisti e la comunità locale, come pure il *management* nel suo ruolo di agente di questi gruppi ». Il fondamento morale di tale tesi risiede nel principio kantiano del rispetto delle persone come fini in sé e non come mezzi per qualche fine. I diritti di proprietà degli azionisti, quindi, non sono assoluti e non giustificano « l'uso delle persone (gli *stakeholder*) come mezzi in vista di fini aziendali ». A

ben vedere, però, tali posizioni non sono « interamente incompatibili ed esse spesso porteranno in pratica a risultati simili. Il *manager* seguace della teoria di Friedman tratterà bene gli *stakeholder* allo scopo di ricavarne un profitto, mentre quello seguace della teoria di Freeman li tratterà bene perché è la cosa giusta da fare: trattare bene gli *stakeholder* è giusto e alla fine può essere redditizio ». Tale dibattito, in particolare con riferimento alle posizioni più propense a considerare la responsabilità sociale delle imprese come un dovere morale, ha avuto nel diritto internazionale, a partire dagli anni '70, un notevole riscontro e ha generato un gran numero di atti e documenti di cui non si può non tenere conto, particolarmente per quanto attiene ai recenti e vincolanti documenti della Commissione europea. Oltre alle dichiarazioni dell'Organizzazione internazionale del lavoro (OIL) dirette alle imprese multinazionali, concernenti la responsabilità di tali imprese con riferimento alla tutela dei diritti umani (fra tutte la *Tripartite Declaration of Principles Concerning Social Policy*) e alle *Guidelines* dell'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico, dirette a conciliare l'attività delle imprese multinazionali con gli obiettivi di politica economica perseguiti dai singoli Stati, oppure contro la corruzione, o ancora contro il lavoro minorile e per lo sviluppo sostenibile, grande importanza ha avuto la *Global Compact* che per iniziativa del Segretario Generale dell'ONU, nel 1999, ha riunito in un testo concordato con le imprese i principi della Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo, dell'Agenda 21 e della Dichiarazione sui principi e diritti fondamentali in relazione al lavoro, approvata dall'OIL nel 1988. Con il Libro verde della Commissione europea del luglio 2001, dal titolo « Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese » (COM(2001)366 del 18 luglio 2001), con la citata comunicazione, sempre della Commissione, su « Responsabilità sociale delle imprese: un contributo delle imprese allo sviluppo sostenibile » (luglio 2002), nonché con le risoluzioni 10 aprile 2002 e

6 febbraio 2003 del Consiglio, sempre sulla responsabilità sociale delle imprese, si entra nella fase di una maggiore consapevolezza e concretezza nell'impegno per la responsabilità sociale delle imprese e di un appello diretto ai Paesi europei affinché si mettano in campo politiche attive di sostegno delle buone pratiche della responsabilità sociale e si coinvolgano in tali iniziative le piccole e medie imprese.

Il citato Libro verde della Commissione europea del 2001 definisce la responsabilità sociale delle imprese come « l'integrazione su base volontaria dei problemi sociali ed ambientali delle imprese nelle loro attività commerciali e nelle loro relazioni con le altre parti ». Adottando comportamenti socialmente responsabili, le imprese « gestiscono il cambiamento in modo consapevole sul piano sociale, cercando di trovare un compromesso equilibrato tra le esigenze e i bisogni delle parti interessate in termini che siano accettabili per tutti ». La gestione responsabile e consapevole delle trasformazioni, secondo il Libro verde, non può che avere effetti positivi a livello macroeconomico. La responsabilità sociale delle imprese concorda con la strategia di sviluppo sostenibile adottata dal Consiglio europeo di Goteborg, secondo la quale « nel lungo termine la crescita economica, la coesione sociale e la tutela dell'ambiente vanno di pari passo » e può contribuire in modo significativo al raggiungimento dell'obiettivo strategico, fissato dal Consiglio europeo di Lisbona del marzo 2000, di « diventare l'economia della conoscenza più competitiva e dinamica del mondo, capace di una crescita economica sostenibile accompagnata da un miglioramento quantitativo e qualitativo dell'occupazione e da una maggiore coesione sociale ». Naturalmente la Commissione non ignora che la responsabilità principale delle imprese è quella di generare profitti, ma ritiene che esse possano « al tempo stesso contribuire ad obiettivi sociali e alla tutela dell'ambiente, integrando la responsabilità sociale come investimento strategico nel quadro della propria strategia commerciale, negli strumenti di gestione e nelle loro opera-

zioni ». La responsabilità sociale delle imprese, insomma, non deve e non può essere considerata come un costo ma, piuttosto, come un investimento. Essere socialmente responsabili non significa soltanto adempiere pienamente agli obblighi di legge applicabili all'attività di impresa, ma andare oltre tali obblighi, « investendo di più nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le parti interessate ».

La responsabilità sociale delle imprese, nell'impostazione del citato Libro verde, ha una dimensione interna e una dimensione esterna. Le prassi socialmente responsabili rilevanti all'interno di una impresa riguardano essenzialmente:

a) la gestione delle risorse umane, quindi innanzitutto quelle dirette ad eliminare discriminazioni nel reclutamento e alla formazione e all'istruzione « lungo tutto l'arco della vita »;

b) la salute e la sicurezza dei lavoratori con riferimento non tanto all'adempimento delle misure legislative e coercitive al riguardo, ma attraverso l'adozione di misure volontarie che integrino le attività legislative e di controllo pubblico, sia in materia di salute e di sicurezza che di qualità dei prodotti e dei servizi;

c) l'adattamento alle trasformazioni. Le ristrutturazioni aziendali devono essere condotte attraverso la partecipazione e il coinvolgimento delle persone interessate con procedure aperte di informazione e di consultazione;

d) la gestione degli effetti sull'ambiente e le risorse naturali, attraverso una riduzione del consumo delle risorse o delle emissioni inquinanti e l'esame dell'impatto sull'ambiente dei prodotti lungo tutto il loro ciclo di vita.

La responsabilità sociale delle imprese si estende al di là del perimetro delle imprese e coinvolge, oltre ai lavoratori dipendenti e agli azionisti, i *partner* commerciali, i fornitori, i clienti, i poteri pubblici e le organizzazioni non governative che rappresentano la comunità locale e l'ambiente, e in particolare:

a) per le comunità locali la responsabilità sociale si riflette sulla buona integrazione nell'ambiente locale, attraverso il miglioramento delle condizioni di vita rappresentato dalle opportunità di lavoro e contribuendo alla salubrità dell'ambiente naturale circostante, oppure con l'impegno nei servizi al cittadino;

b) quanto alle *partnership* commerciali e ai rapporti con i fornitori e i consumatori, le buone prassi impongono la riduzione della complessità delle operazioni e dei costi, migliorando la qualità, il controllo sulle pratiche dei fornitori, in particolare se si tratta di fornitori esteri, e l'assistenza, soprattutto se si tratta di piccole aziende, nonché l'essere affidabili e trasparenti con i clienti e i consumatori e garantire la massima utilizzabilità possibile dei propri prodotti (si pensi ai disabili);

c) il rispetto dei diritti umani e le preoccupazioni ambientali devono essere garantiti, in particolare per quanto riguarda le operazioni internazionali e le catene di produzione, a livello planetario.

Questa impostazione del Libro verde è stata confermata dalla citata comunicazione della Commissione del luglio 2002 con la quale, dopo una lunga consultazione e partendo dall'analisi degli ostacoli che potrebbero rallentare la diffusione della responsabilità sociale, è stata precisata una strategia comunitaria di promozione che tiene conto della sempre maggiore diffusione fra le imprese di prassi socialmente responsabili e dell'intervento, in molti casi, di legislazioni statali di sostegno. Tale strategia è riassumibile nella conferma dell'approccio volontaristico: « l'adozione di una politica di responsabilità sociale è una decisione che spetta alle stesse imprese, che nasce dinamicamente dalla loro interazione con le parti interessate ». Tuttavia la Commissione ha voluto precisare che « spetta ai poteri pubblici incoraggiare l'adozione da parte delle imprese di pratiche responsabili sul piano sociale e ambientale ». L'intervento pubblico si giustifica:

per limitare la confusione generata dalla « proliferazione di strumenti diversi, difficilmente comparabili, della RSI (norme di gestione, programmi di etichettatura e di certificazione, elaborazione di relazioni eccetera) », che disorienta le imprese stesse, i consumatori, gli investitori e gli altri soggetti interessati e causa distorsioni del mercato;

per verificare e misurare le prestazioni e l'elaborazione di relazioni e *audit*, anche attraverso il coinvolgimento diretto degli *stakeholder*;

per facilitare l'accesso alle pratiche socialmente responsabili delle piccole e medie imprese.

Si aderisce a tale orientamento, salutato positivamente dalle maggiori associazioni ambientaliste e per la tutela dei consumatori, degli utenti e dei risparmiatori, che sono state ascoltate e coinvolte nell'elaborazione della proposta di legge. In particolare, Cittadinanzattiva, Legambiente, Manite, *Amnesty International* e le altre associazioni aderenti alla campagna « Meno beneficenza più diritti » che da anni promuove l'affermazione della responsabilità sociale delle imprese in Italia. Si è cercato anche di raccogliere i suggerimenti di esponenti delle autonomie locali e delle regioni e di organizzazioni sindacali e delle imprese oltre a quelli dei molti esperti sono stati consultati e che hanno accettato di dare un contributo. Anche grazie a loro, si ritiene, cresce ogni anno nel nostro Paese il numero delle imprese che adottano prassi socialmente responsabili.

Il Governo uscente aveva inserito la responsabilità sociale delle imprese fra le priorità della Presidenza italiana dell'Unione europea. Al tema sono stati dedicati apprezzabili approfondimenti. La proposta di legge vuole essere un contributo alla maggiore affermazione della responsabilità sociale delle imprese e uno stimolo al nuovo Governo per portare nel Parlamento il frutto degli approfondimenti e del confronto avuto con i *partner* dell'Unione. Questo, in sintesi, il suo contenuto.

L'articolo 1 impegna la Repubblica « in conformità agli obiettivi dell'Unione europea » a promuovere la responsabilità sociale delle imprese, riconoscendone il ruolo di elemento di crescita economica e il suo contributo ad una maggiore coesione sociale. Contiene, poi, il riferimento ai principi costituzionali ai quali è legato questo impegno, in particolare quelli contenuti nell'articolo 41 il quale, a ulteriore conferma della « vitalità » della nostra Carta, afferma che l'iniziativa economica « Non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale », anzi, deve essere « indirizzata e coordinata a fini sociali ».

L'articolo 2 contiene la definizione di « responsabilità sociale delle imprese » e di « parti interessate » rifacendosi a quanto al riguardo stabilisce il citato Libro verde della Commissione europea del 2002.

Il successivo articolo 3 istituisce l'Autorità per la responsabilità sociale delle imprese a cui è affidata, tra l'altro, ai sensi dell'articolo 4, l'individuazione di indicatori o *standard* per la definizione dei comportamenti socialmente responsabili e degli strumenti per valutare l'effettività di tali comportamenti e i risultati raggiunti, nonché la selezione, sulla base delle indicazioni del *Forum* consultivo, dei progetti da ammettere ai benefici previsti dalla proposta di legge.

L'articolo 5 istituisce il *Forum* consultivo con lo scopo di coadiuvare l'Autorità per la responsabilità sociale delle imprese nell'adempimento dei suoi compiti e di assicurare la più ampia partecipazione delle parti interessate alla definizione degli indicatori per la definizione dei comportamenti socialmente responsabili, quindi alla valutazione e alla verifica di tali prassi e all'individuazione delle misure più adeguate per incentivarle.

L'articolo 6 assicura alle imprese socialmente responsabili strumenti di visibilità e di divulgazione delle loro iniziative presso il pubblico, anche attraverso la facilitazione all'accesso ai programmi televisivi e radiofonici del servizio pubblico.

Con l'articolo 7 si delega il Governo ad emanare norme recanti consistenti agevolazioni fiscali per le imprese socialmente

responsabili. Tali agevolazioni, insieme ai benefici di comunicazione, si spera stimolino in particolare le piccole e medie imprese ad intraprendere la strada della responsabilità sociale.

L'articolo 8 reca misure relative alla responsabilità sociale delle imprese a prevalente capitale pubblico, mentre l'articolo 9 reca una modifica all'articolo 3 della legge sulla tutela della concorrenza e del mercato (legge n. 287 del 1990), vietando la massimizzazione del profitto derivante dal « *dumping* sociale » ed equiparandola all'abuso di posizione dominante. Anche il successivo articolo, l'articolo 10, si occupa di questo tema, istituendo l'Osservatorio nazionale sul *dumping* sociale, con lo scopo di monitorare il fenomeno anche in relazione all'attività in Italia di imprese estere. Come è noto il fenomeno della massimizzazione del profitto, ottenuta grazie alla violazione delle norme sul lavoro, oltre a costituire una gravissima violazione delle leggi statali, garantisce a chi la attua un ingiustificato vantaggio in termini di competitività nei confronti di chi produce nel rispetto dei diritti dei lavoratori. Si pensi al vantaggio sul costo del lavoro derivante dallo sfruttamento del lavoro minorile o da orari di lavoro di 10 o più ore, come avviene purtroppo in molte parti del mondo. Si ritiene che l'impegno contro queste pratiche, che costituisce uno degli elementi essenziali della responsabilità sociale, oltre ad essere un obbligo morale, sia essenziale per la tutela della concorrenza e la correttezza del mercato. Per questo si attribuisce grande importanza all'attività di monitoraggio svolta dall'Osservatorio che, oltre a fornire un supporto all'attività dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, orienta le scelte dei consumatori e tutela i prodotti delle imprese che non ricorrono a tali mezzi per ottenere ingiusti vantaggi competitivi. L'articolo 11, infine, reca la copertura finanziaria.

Non si è tra i primi ad avere cercato di portare all'attenzione del Parlamento la responsabilità sociale delle imprese, già nella XIII legislatura un testo, scaturito dalla campagna « Meno beneficenza più

diritti », aveva percorso una buona parte del cammino parlamentare dovendo arrestarsi solo per la fine della legislatura. Ci si augura che la presente proposta di legge, che riprende l'analoga proposta di legge presentata nella XIV legislatura, forte dell'ulteriore elaborazione scaturita dall'iniziativa citata e del contributo dei

soggetti interessati, sia condivisa da parlamentari di tutte le forze politiche e riesca finalmente a dotare il nostro Paese di una base normativa adeguata allo sviluppo della responsabilità sociale delle imprese, secondo le indicazioni dell'Unione europea e degli organismi sovranazionali e internazionali.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

(Finalità).

1. La Repubblica, in conformità agli obiettivi dell'Unione europea, riconosce e promuove la responsabilità sociale delle imprese, quale condizione per la promozione dei diritti umani e dello sviluppo sostenibile e quale elemento di crescita economica sostenibile accompagnata da un miglioramento quantitativo e qualitativo dell'occupazione, da una maggiore coesione sociale e dal pieno rispetto dei diritti dei consumatori.

2. La presente legge, in attuazione degli articoli 2, 3, secondo comma, 4, 9, 18 e 41, secondo e terzo comma, della Costituzione, e in conformità alla Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo, approvata il 10 dicembre 1948 dall'Assemblea generale delle Nazioni Unite, e ai documenti dell'Organizzazione internazionale del lavoro (OIL), ha lo scopo di favorire e di incentivare l'assunzione da parte delle imprese di comportamenti socialmente responsabili e di verificare che tali impegni siano effettivamente mantenuti e attuati.

3. Lo Stato ha la responsabilità primaria di promuovere e garantire il rispetto e l'attuazione dei diritti umani riconosciuti dal diritto nazionale e internazionale; in particolare, lo Stato ha la responsabilità di assicurare che le compagnie multinazionali e le altre imprese che operano nel suo territorio, entro le loro rispettive sfere di attività ed influenza, garantiscano il rispetto di tali diritti, inclusi i diritti e gli interessi delle popolazioni indigene e di altri gruppi vulnerabili.

4. Lo Stato promuove l'integrazione dei principi della responsabilità sociale delle imprese nel sistema di istruzione e formazione, generale e professionale, in materia di gestione d'impresa.

ART. 2

(Definizioni).

1. Ai fini della presente legge si intende per:

a) «responsabilità sociale delle imprese»: l'integrazione volontaria da parte delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate di finalità di tutela degli interessi sociali ed ecologici;

b) «parti interessate»: i soggetti che hanno un interesse specifico nella sopravvivenza dell'impresa, nel miglioramento dei suoi risultati economici e nella sua azione sociale e, in particolare, i soci, i dipendenti, la comunità locale, i fornitori, i clienti, gli utenti e i consumatori, i risparmiatori, le pubbliche amministrazioni e le organizzazioni non governative.

ART. 3.

(Istituzione dell'Autorità per la responsabilità sociale delle imprese).

1. È istituita l'Autorità per la responsabilità sociale delle imprese, di seguito denominata «Autorità». L'Autorità è organo collegiale composto dal presidente e da quattro membri, nominati con decreto del Presidente della Repubblica, previa deliberazione del Consiglio dei ministri, su proposta del Ministro del lavoro e delle politiche sociali, sentiti i Ministri delle attività produttive, dell'ambiente e della tutela del territorio e dell'economia e delle finanze. Le designazioni del Governo in merito alle nomine sono previamente sottoposte al parere delle Commissioni parlamentari competenti.

2. Le Commissioni parlamentari competenti, ai fini di cui al comma 1, possono procedere all'audizione delle persone designate. In nessun caso le nomine possono essere effettuate in mancanza del parere favorevole espresso a maggioranza dei due terzi dei componenti delle Commissioni parlamentari.

3. I componenti dell'Autorità sono scelti tra persone di indiscussa moralità e indipendenza e di comprovata esperienza e competenza nei settori in cui opera la stessa Autorità.

4. Il *curriculum* dei componenti dell'Autorità è pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* in allegato ai relativi decreti di nomina.

5. I componenti dell'Autorità sono nominati per un periodo di sette anni e non possono essere confermati nella carica.

ART. 4.

(Compiti dell'Autorità e rapporti istituzionali).

1. L'Autorità svolge i seguenti compiti:

a) stabilire gli indicatori di tipo quantitativo e qualitativo per la definizione dei comportamenti socialmente responsabili, facendo riferimento alle più avanzate norme esistenti, ai principali trattati internazionali e alle indicazioni delle autorità dell'Unione europea in materia di responsabilità sociale e di sviluppo sostenibile. Tra gli indicatori di comportamenti socialmente responsabili devono essere considerati il rispetto del diritto alle pari opportunità, alla non discriminazione, alla sicurezza della persona, dei diritti dei lavoratori come stabiliti dalle convenzioni dell'OIL ratificate dall'Italia, l'assenza di lavoro infantile, il rispetto del diritto ad una remunerazione che assicuri un adeguato tenore di vita, ad orari di lavoro sostenibili, alla libertà di associazione e di contrattazione collettiva, la salvaguardia dell'ambiente e la promozione dello sviluppo sostenibile, il rispetto dei diritti dei consumatori e degli utenti;

b) predisporre gli strumenti per accertare l'impatto sociale e ambientale delle imprese su tutta la filiera produttiva e per valutare i risultati delle iniziative socialmente responsabili dalle stesse messe in atto;

c) diffondere tra le imprese, e in particolare tra le piccole e medie imprese, la cultura della responsabilità sociale;

d) promuovere la conoscenza da parte dell'opinione pubblica delle iniziative socialmente responsabili;

e) garantire che l'impegno sociale delle imprese sia effettivo e non ingannevole, anche mediante la verificabilità, da parte delle parti interessate, dei risultati delle azioni socialmente responsabili;

f) elaborare un codice di condotta per le imprese italiane che operano all'estero, particolarmente nei Paesi delle regioni in cui sono presenti conflitti sociali violenti o grave depauperamento ambientale, che tenga conto dei principali trattati internazionali in tema di lavoro, diritti umani, protezione dell'ambiente;

g) selezionare, sulla base degli indicatori di cui alla lettera a), i progetti da ammettere alle agevolazioni di cui all'articolo 7, anche valutando il grado di coinvolgimento delle parti interessate nella elaborazione e nell'attuazione dei progetti medesimi.

2. L'Autorità riferisce alle Camere sui risultati dell'attività svolta presentando una relazione annuale, che è sottoposta all'esame delle Commissioni parlamentari competenti.

3. L'Autorità trasmette alle Camere e al Governo pareri e segnalazioni in ordine alle modifiche legislative e regolamentari necessarie alla promozione della responsabilità sociale delle imprese.

4. L'Autorità collabora, anche mediante scambio di informazioni, con le autorità e con le amministrazioni competenti dell'Unione europea e degli Stati esteri, al fine di agevolare le rispettive funzioni.

5. Le pubbliche amministrazioni sono tenute a fornire all'Autorità, oltre a notizie e informazioni, la collaborazione necessaria per l'adempimento delle sue funzioni.

6. L'Autorità approva entro un mese dalla data di entrata in vigore della presente legge le norme attinenti l'organizzazione interna, le procedure per l'emana-

zione dei provvedimenti di sua competenza e per la partecipazione alle attività del *Forum* di cui all'articolo 5.

ART. 5.

(*Forum consultivo*).

1. Al fine di coadiuvare l'Autorità nell'adempimento dei compiti di cui all'articolo 4 e di assicurare la più ampia partecipazione delle parti interessate alla definizione degli indicatori di cui al citato articolo 4, comma 1, lettera *a*), alla valutazione e alla verifica dei comportamenti socialmente responsabili e all'individuazione delle misure più adeguate per incentivare tali comportamenti, è istituito, con funzioni consultive dell'Autorità, un *Forum* di venticinque esperti, nominati con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, su proposta del Ministro del lavoro e delle politiche sociali, di concerto con i Ministri delle attività produttive, dell'ambiente e della tutela del territorio e dell'economia e delle finanze, previo parere delle Commissioni parlamentari competenti.

2. Il *Forum* è composto da:

a) tre rappresentanti del Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti, previsto dall'articolo 136 del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206;

b) tre rappresentanti delle associazioni di categoria della produzione industriale maggiormente rappresentative sul piano nazionale, di cui uno per le piccole e medie imprese;

c) due rappresentanti delle associazioni di categoria del settore dell'artigianato maggiormente rappresentative sul piano nazionale;

d) due rappresentanti delle associazioni di categoria del settore del commercio maggiormente rappresentative sul piano nazionale;

e) tre rappresentanti delle organizzazioni sindacali dei lavoratori maggiormente rappresentative sul piano nazionale;

f) due rappresentanti delle organizzazioni non governative e delle associazioni impegnate nella promozione e nella protezione dei diritti umani e due rappresentanti delle associazioni di protezione ambientale riconosciute ai sensi dell'articolo 13 della legge 8 luglio 1986, n. 349, e successive modificazioni;

g) due rappresentanti degli organismi rappresentativi delle autonomie locali;

h) due rappresentanti delle associazioni del settore delle aziende dei servizi pubblici locali;

i) due rappresentanti della comunità scientifica e del mondo universitario di comprovata competenza ed esperienza in materia di responsabilità sociale delle imprese;

l) due rappresentanti indicati dalla Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano.

3. Le spese per la partecipazione al *Forum* sono a carico dell'Autorità.

4. Le funzioni di segreteria del *Forum* sono assicurate dalla Presidenza del Consiglio dei ministri.

5. Il *Forum*, con regolamento interno approvato dall'Autorità previo parere delle Commissioni parlamentari competenti, stabilisce le norme procedurali attinenti al suo funzionamento, in particolare relativamente alle modalità per il rilascio dei pareri, prevedendo, con riferimento a tale funzione, la costituzione al proprio interno di gruppi di lavoro e di commissioni ristrette.

6. Nella valutazione dei progetti da ammettere alle agevolazioni di cui all'articolo 7 e nella valutazione dei comportamenti sociali delle imprese, l'Autorità garantisce la partecipazione del *Forum*.

ART. 6.

(Informazione e comunicazione).

1. Per l'attuazione delle iniziative di informazione sulle finalità e sui benefici

previsti dalla presente legge e di comunicazione delle iniziative socialmente responsabili promosse dalle imprese, è autorizzata la spesa di 5 milioni di euro a decorrere dall'anno 2006.

2. Le iniziative di informazione e di comunicazione di cui al comma 1 sono definite dall'Autorità, sentito il *Forum* consultivo, mediante un programma di comunicazione, approvato dal Ministro delle attività produttive, di intesa con i Ministri dell'ambiente e della tutela del territorio e del lavoro e delle politiche sociali.

3. Nel programma di cui al comma 2 sono indicati: i soggetti destinatari, le linee fondamentali per la realizzazione delle attività informative, i principi, i criteri e gli strumenti necessari per la realizzazione delle iniziative di comunicazione, utilizzando a tale fine prioritariamente la diffusione sui mezzi radiotelevisivi in orari di buon ascolto e con particolare riferimento alle trasmissioni effettuate dalla RAI-Radiotelevisione italiana Spa, concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, compresi quelli relativi alle spese e ai finanziamenti, le modalità, la durata e gli ambiti territoriali che riguardano le iniziative e le campagne pubblicitarie e l'eventuale istituzione di siti INTERNET.

4. La Presidenza del Consiglio dei ministri riserva alla comunicazione sulle iniziative delle imprese ammesse alle agevolazioni di cui all'articolo 7 una quota dei messaggi di utilità sociale ovvero di pubblico interesse, che la RAI-Radiotelevisione italiana Spa, concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, può trasmettere a titolo gratuito ai sensi dell'articolo 3, comma 1, della legge 7 giugno 2000, n. 150.

5. Il Ministro delle comunicazioni e la RAI-Radiotelevisione italiana Spa, concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, assicurano che, nel contratto di servizio, la parte relativa all'offerta radiofonica e televisiva garantisca ampio spazio all'informazione sulle finalità della presente legge e sulle iniziative delle imprese ammesse alle agevolazioni di cui all'articolo 7.

6. Le concessionarie radiotelevisive e le società autorizzate possono destinare alle finalità della presente legge i messaggi di utilità sociale di cui all'articolo 3, commi 3 e 4, della legge 7 giugno 2000, n. 150.

ART. 7.

(Delega al Governo per l'adozione di norme recanti incentivi alle imprese socialmente responsabili).

1. Il Governo è delegato ad adottare, entro dodici mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, previo parere delle competenti Commissioni parlamentari ai sensi del comma 2, un decreto legislativo recante agevolazioni fiscali per la realizzazione di progetti di responsabilità sociale da parte delle imprese, sulla base dei seguenti principi e criteri direttivi:

a) introduzione di un contributo nella forma di credito di imposta per le spese relative a progetti diretti allo sviluppo di tecnologie produttive pulite, a migliorare le condizioni di salubrità dell'ambiente di lavoro, all'educazione e alla formazione a distanza dei propri dipendenti e delle loro famiglie, all'approntamento di servizi utili alla conciliazione dei tempi della vita familiare con la vita lavorativa, alla realizzazione di asili, mense, biblioteche e palestre aziendali, ad agevolare l'accesso alle sedi dell'azienda a persone disabili, allo sviluppo di prodotti e processi a basso impatto ambientale, alla tutela ambientale, con particolare riferimento al miglioramento dell'efficienza energetica degli edifici e alla produzione di energia da fonti rinnovabili, al miglioramento delle condizioni di vita delle comunità comunque interessate alle attività dell'impresa, e alla realizzazione di campagne contro l'analfabetismo, per l'assistenza sanitaria, contro la fame e la mortalità infantile, contro il lavoro minorile e per la formazione professionale e l'avvio al lavoro, per la conservazione e il restauro dei beni del patrimonio culturale, per l'adozione di procedure di conciliazione nel contenzioso tra aziende e consumatori o utenti;

b) previsione, fermi restando i principi di cui all'articolo 8 della legge 7 aprile 2003, n. 80, concernenti la graduale riduzione dell'imposta regionale sulle attività produttive, di una riduzione delle aliquote dell'imposta a favore dei soggetti che, comunque, introducono indicatori di responsabilità sociale e di compatibilità ambientale nei processi produttivi asseverati da sistemi di certificazione dei medesimi, ovvero di etichettatura del prodotto o del servizio, che ne garantiscano la sostenibilità ambientale, con particolare riferimento al sistema comunitario di ecogestione e *audit* (EMAS), di cui al regolamento (CE) n. 761/2001 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 marzo 2001, ed al marchio di qualità ecologica (Ecolabel) di cui al regolamento (CE) n. 1980/2000 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 luglio 2000, sulla base di intese con la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, prevedendo altresì il concorso delle regioni alla definizione, con legge, dei predetti indicatori di compatibilità ambientale e la possibilità per le regioni medesime di variare l'aliquota dell'imposta differenziandola per settori di attività e per categorie di soggetti passivi in base a criteri di compatibilità ambientale;

c) introduzione, a favore delle piccole e medie imprese, di un credito di imposta, utilizzabile esclusivamente in compensazione, finalizzato ad incentivare la certificazione sociale, l'approvazione di bilanci ambientali, sociali e di sostenibilità, la partecipazione al sistema (EMAS), di cui al citato regolamento (CE) n. 761/2001, in ragione della spesa sostenuta dalle imprese per gli adempimenti connessi all'ottenimento delle iscrizioni e delle certificazioni;

d) previsione, fermi restando i principi e criteri direttivi di cui all'articolo 3, comma 1, lettere *a)*, *b)* e *c)*, e all'articolo 4 della legge 7 aprile 2003, n. 80, della deducibilità, ai fini dell'imposta sul reddito delle persone fisiche e dell'imposta sul reddito delle società, di quota parte delle

somme conferite sotto forma di erogazione liberale ad enti o istituzioni pubblici, fondazioni, associazioni e organizzazioni legalmente riconosciute che svolgono attività in campo culturale, sociale e ambientale e di tutela dei consumatori senza scopo di lucro;

e) previsione della partecipazione delle parti interessate alle fasi di predisposizione e di verifica dell'attuazione dei progetti da ammettere ai benefici di cui alla lettera *a*);

f) previsione della possibilità di ottenere i benefici di cui al presente articolo anche per progetti da realizzare all'estero, in particolare nelle aree svantaggiate del pianeta;

g) previsione di una disciplina tributaria di favore per il commercio equo e solidale, diretta ad attenuare il prelievo fiscale sul reddito derivante dall'importazione e dalla distribuzione di prodotti alimentari, artigianali e agricoli provenienti dai Paesi in via di sviluppo, a condizione che: i prodotti non implicino sfruttamento del lavoro infantile e minore, in conformità alla Convenzione sui diritti del fanciullo, fatta a New York il 20 novembre 1989, resa esecutiva dalla legge 27 maggio 1991, n. 176; il lavoro locale, impiegato per la realizzazione dei prodotti, assicuri una giusta retribuzione e pari opportunità senza distinzioni di sesso, età, condizione sociale, religione o convinzioni politiche; i prodotti oggetto del commercio equo e solidale siano riconoscibili dal consumatore finale mediante un sistema di certificazione ed etichettatura idoneo a identificarne le qualità.

2. Il Governo, ai fini dell'adozione del decreto legislativo di cui al comma 1, trasmette lo schema del medesimo decreto, corredato dalle osservazioni della Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, alle competenti Commissioni parlamentari che esprimono il parere entro venti giorni dalla data di trasmissione.

3. Entro dodici mesi dalla data di entrata in vigore del decreto legislativo di cui al comma 1, nel rispetto dei principi e criteri direttivi di cui al presente articolo e previo parere delle competenti Commissioni parlamentari, possono essere emanate, con uno o più decreti legislativi, disposizioni integrative e correttive.

ART. 8.

(Società a prevalente capitale pubblico).

1. Entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, il Ministro del lavoro e delle politiche sociali, con decreto da emanare di concerto con il Ministro delle attività produttive e sentita la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, individua le modalità e i tempi per l'adozione di comportamenti socialmente responsabili da parte delle imprese a prevalente capitale pubblico.

ART. 9.

(Modifica all'articolo 3 della legge 10 ottobre 1990, n. 287).

1. All'articolo 3, comma 1, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, è aggiunta, in fine, la seguente lettera:

« *d-bis*) trarre profitto, anche nelle attività di delocalizzazione della produzione, dallo sfruttamento del lavoro prestato in violazione delle norme fondamentali sul lavoro contenute nei trattati e negli accordi internazionali, in particolare nelle convenzioni dell'Organizzazione internazionale del lavoro, ratificati dall'Italia ».

ART. 10.

(Osservatorio nazionale sul dumping sociale).

1. Al fine di fornire l'adeguato supporto informativo e di conoscenza del fenomeno di cui alla lettera *d-bis*) del comma 1

dell'articolo 3 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, introdotta dall'articolo 9 della presente legge, è istituito, presso il Ministero del lavoro e delle politiche sociali, l'Osservatorio nazionale sul *dumping* sociale, di seguito denominato « Osservatorio ». L'Osservatorio svolge, in particolare, le seguenti funzioni:

a) vigila sul rispetto da parte delle imprese italiane nelle attività di delocalizzazione della produzione, nonché da parte delle imprese estere che operano in Italia, delle norme fondamentali sul lavoro contenute nei trattati, accordi e convenzioni internazionali, ratificati dall'Italia;

b) segnala all'Autorità di cui all'articolo 3 della presente legge e all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, ed eventualmente all'autorità giudiziaria, violazioni e abusi, di cui sia venuto a conoscenza nell'ambito dell'ordinaria attività di monitoraggio, delle norme di cui alla lettera a);

c) segnala i prodotti commercializzati in Italia realizzati, anche da imprese estere, in violazione delle norme di cui alla lettera a);

d) redige annualmente un rapporto sul *dumping* sociale, pubblicato a cura del Ministero del lavoro e delle politiche sociali, che provvede ad inviarlo alle regioni, alle amministrazioni locali, alle associazioni per i diritti umani, per la tutela dei diritti degli utenti e dei consumatori e alle organizzazioni sindacali.

2. L'Osservatorio è costituito con decreto del Ministro del lavoro e delle politiche sociali, di concerto con il Ministro delle attività produttive e con il Ministro degli affari esteri, ed è composto da dieci membri scelti tra persone esperte in materia, di cui:

a) due designati dal Ministro del lavoro e delle politiche sociali;

b) uno designato dal Ministro delle attività produttive;

c) uno designato dal Ministro degli affari esteri;

d) quattro designati dal *Forum* di cui all'articolo 5;

e) due designati dalla Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281.

3. I membri dell'Osservatorio durano in carica tre anni. Il trattamento economico spettante ai membri dell'Osservatorio e della segreteria tecnica, costituita presso lo stesso Osservatorio, è determinato con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze, di concerto con i Ministri del lavoro e delle politiche sociali, delle attività produttive e degli affari esteri.

4. Con decreto del Ministro del lavoro e delle politiche sociali, di concerto con i Ministri delle attività produttive e degli affari esteri, da emanare entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, sono definite le modalità organizzative e di funzionamento dell'Osservatorio e della segreteria tecnica.

ART. 11.

(Copertura finanziaria).

1. All'onere derivante dall'attuazione della presente legge, in particolare per il funzionamento dell'Autorità, del *Forum* di cui all'articolo 5 e dell'Osservatorio, valutato complessivamente in 20 milioni di euro per ciascuno degli anni 2006, 2007 e 2008, si provvede mediante corrispondente riduzione dello stanziamento iscritto, ai fini del bilancio triennale 2006-2008, nell'ambito dell'unità previsionale di base di conto capitale « Fondo speciale » dello stato di previsione del Ministero dell'economia e delle finanze per l'anno 2006, allo scopo parzialmente utilizzando l'accantonamento relativo al medesimo Ministero. Per gli anni successivi si provvede ai sensi dell'articolo 11, comma 3, lettera d), della legge 5 agosto 1978, n. 468, e successive modificazioni.

2. Dal decreto legislativo adottato ai sensi dell'articolo 7 non derivano oneri aggiuntivi per il bilancio dello Stato.

3. Il Ministro dell'economia e delle finanze è autorizzato ad apportare, con propri decreti, le occorrenti variazioni di bilancio.

