

# CAMERA DEI DEPUTATI N. 2933

## PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

**MAZZOCCHI, ANGELUCCI, MALGIERI, ANGELA NAPOLI, POLIDORI,  
PORCU, ARACRI, CONSOLO, CRISTALDI, LAMORTE, MARIO PEPE (Pdl)**

Disposizioni per la tutela dell'etica e dei comportamenti in campo economico-finanziario attraverso la « certificazione etica »

*Presentata il 13 novembre 2009*

ONOREVOLI COLLEGHI! — Le imprese, grandi, medie e piccole del commercio al dettaglio nel settore abbigliamento, tessile, calzaturiero e intimo (cosiddetto « settore moda »), nonché le imprese artigiane e del commercio elettronico patiscono ormai da tempo la concorrenza, talora anomala, derivante da falsi comportamenti economici espletati da *partner*, nazionali e internazionali, manifatturieri e finanziari, che ne minano, oltre che la fiducia nello sviluppo, anche le capacità effettive di stare sul mercato.

Poiché l'impresa deve essere tutelata come bene d'ordine del Paese in quanto produttrice di benessere e sostegno sociale

della comunità, non si può più procrastinare l'introduzione di un nuovo modello di controllo delle relazioni economiche, commerciali e finanziarie.

Questo nuovo modello che oggi si propone è la « certificazione etica ».

In un contesto dove tutti i Paesi sono investiti da una disastrosa crisi finanziaria è necessario cercare un nuovo modello di sviluppo che possa attuarsi sulla base dei principi della dignità dell'uomo e della promozione del bene comune, concretamente assimilato e realizzato concettualmente nelle coscienze degli uomini al fine di ricreare quel tessuto di fiducia che si è ormai completamente sfilacciato, man-

dando in frantumi la nostra coesione sociale e aumentando la conflittualità, i soprusi e le prevaricazioni.

Ogni giorno si verificano troppi esempi di malversazione a cominciare dal settore della frode alimentare, per arrivare alla contraffazione commerciale (industria dei marchi falsi), alla corruzione amministrativa, alla corruzione sanitaria, alla malversazione sugli appalti, agli scandali finanziari, alle malversazioni a livello di imprese, alle cosiddette « morti bianche », all'usura che tocca imprese e cittadini eccetera.

Da tutto ciò si avverte indubbiamente la necessità di un cambiamento e di una moralizzazione.

È necessario rivedere il concetto di relazione con la realtà, in funzione della libertà di ciascuno, delle sue scelte nonché della sua responsabilità di fronte alle conseguenze. In una parola tutto ciò si chiama « coscientizzazione » e l'unico percorso possibile per la sua attuazione è che chiunque si trovi in una posizione di poter recare rischi a un suo interlocutore nel rapporto socio-economico sia effettivamente cosciente della responsabilità che si accolla sia in termini oggettivi che soggettivi e faccia quanto in suo potere per minimizzare tali rischi e, con ciò, i potenziali danni per quelli che giustamente possono definirsi, con un neologismo significativo, « rischio-esposti ».

La coscientizzazione, per chiunque voglia approcciare il mondo socio-economico, soprattutto dal lato imprenditoriale, dovrà seguire un percorso formativo della coscienza personale, imprenditoriale o societaria, che dia certezze della propria linearità comportamentale. Per ottenere questo bagaglio di fiducia da poter impiegare nelle relazioni socio-economiche, commerciali, finanziarie e consulenziali, nonché fiscali e ambientali, deve essere dimostrato da parte di chi ha maggiore forza contrattuale di aver effettuato i seguenti percorsi per dare certezza di linearità comportamentale.

In primo luogo deve essere dimostrata la competenza professionale, perché certamente l'imperizia professionale deter-

mina conseguenze in termini di danni personali e di realtà sociale.

La seconda caratteristica indicata come deterrente ai comportamenti illeciti è la conoscenza dei « limiti etici » della professione svolta o della mansione ricoperta. La conoscenza dei limiti etici permette che ciascuno venga posto in maniera chiara e concreta di fronte alle proprie responsabilità che, una volta riconosciute, difficilmente si disattendono « a cuor leggero ».

Occorre però capire che cosa si intende per « limiti etici ». Se si intende l'etica come la conoscenza di ciò che è bene e quindi, in una professione o in un'attività, di ciò che massimizza l'utile in relazione alla fiducia ottenuta dal « rischio-esposto », sarà riconosciuto come etico ciò che è bene. Sarà pertanto etica ciò che in termini teorici ha valenza normativa, interpretativa e indicativa anche se difficile a volte da inquadrare, ma che poi, in termini di etica applicata, diviene tuttavia più semplice da ordinare a livello di responsabilità, in risposta alla domanda su certi comportamenti di cui si voglia capire perché si è responsabili, verso chi lo si è, verso cosa e in che misura. Se queste riflessioni prendono posto nella coscienza di ciascuno e vengono perciò spiegate e fatte apprendere in un percorso formativo mirato alla corretta conoscenza dei limiti non solo giuridici, ma anche etici, della propria attività, il deterrente contro il cattivo comportamento diviene ancora più incisivo.

Un terzo elemento finalizzato a quest'opera di coscientizzazione è la « trasparenza », vale a dire la maggior chiarezza possibile in ordine al proprio comportamento e alle procedure attivate per ottenere un risultato.

La trasparenza, pertanto, è l'elemento centrale del percorso che si propone per questa variazione di strategia comportamentale.

È necessario guardare alla trasparenza non come un elemento negativo che danneggia la *privacy* del singolo, bensì come elemento positivo che permette a tutti, nel quadro di riferimento di un continuo controllo, di non indulgere in atteggiamenti poco etici e nello stesso tempo di

ritrovare quell'orientamento, che sembra ormai ritenuto perso, verso la lealtà e l'onestà.

La trasparenza appare, quindi, l'elemento portante su cui deve impostarsi la svolta futura dei nostri comportamenti per ritrovare la fiducia che le relazioni necessitano.

Infine, l'ulteriore elemento del percorso di coscientizzazione deve essere l'accettazione incondizionata di un assunto che finora non ha trovato posto nelle nostre relazioni, se non in senso negativo, vale a dire la « censura sociale », l'esclusione, cioè, dai propri rapporti, di tutti coloro che non rispondano a comportamenti etici.

In altri termini, occorre che sia nel singolo che nei gruppi si maturi una convinzione interiore per cui non si possano intrattenere relazioni con chi o con

coloro il cui comportamento non sia eticamente corretto e fino a che tale situazione non muti.

Un ultimo elemento che occorre richiamare è il nuovo indice di valutazione (« *return on ethics* »), vale a dire il valore aggiunto come ritorno in termini economici rinveniente dal comportamento etico.

Un indice di fiducia che non è soltanto vettore delle certezze relazionali, ma anche indicatore di una ricchezza economica che si esprime in un modo nuovo e che, rompendo i vecchi schemi che ponevano il profitto al centro degli obiettivi di massimizzazione del valore, ridia invece il giusto posto alla massimizzazione del bene comune, costituita senz'altro dal valore monetario, ma contenente un valore aggiunto in termini di capitale sociale per la comunità veramente innovativo.

## PROPOSTA DI LEGGE

## ART. 1.

*(Finalità).*

1. La presente legge stabilisce i principi generali, le finalità, le modalità, le agevolazioni e le sanzioni relativi alle imprese quotate e non quotate in borsa, alle imprese società di persone che impiegano almeno cinque dipendenti e alle imprese artigiane, finanziate attraverso l'emissione di titoli di partecipazione o di titoli di debito da offrire al pubblico direttamente o attraverso intermediari finanziari, nonché alle organizzazioni non lucrative di utilità sociale (ONLUS) e *no-profit* che svolgono un'attività pubblica di raccolta di fondi senza finalità di lucro, che esercitano la loro attività in base alla certificazione etica definita ai sensi dell'articolo 2.

## ART. 2.

*(Definizioni).*

1. Ai fini di cui alla presente legge si intende:

*a)* per « certificazione etica », la manifestazione di volontà, promossa pubblicamente nel corso di un apposito convegno, dell'imprenditore, del dirigente o di chi ha la rappresentanza legale dell'impresa, di seguito denominato « rischio-apportatore », di impegnarsi pubblicamente nei confronti dei propri interlocutori socio-economici, di seguito denominati « rischio-esposti », a diminuire, nell'ambito degli accordi liberamente e direttamente presi con gli stessi, sia in termini temporali che in termini percentuali di risorse da impiegare, i rischi individuati nella specifica relazione. Tale certificazione è rilasciata da una società di certificazione etica, definita ai sensi della lettera *d)*, che

ufficializza l'impegno etico assunto dal « rischio-apportatore » che, per ottenere lo *status* di « impresa certificata etica », deve dimostrare di possedere indice di fiducia e profilo etico adeguati ovvero conformarsi allo schema formativo proposto dalla società stessa. In assenza dei requisiti relativi all'adeguatezza dell'indice di fiducia e del profilo etico deve essere concordato tra l'impresa e la società di certificazione etica l'impegno a sostenere il percorso formativo qualificante la competenza professionale, la conoscenza dei limiti etici della professione o dell'attività, la trasparenza negli atti e nelle procedure informali e formali, nonché la censura sociale come volontà espressa di non collaborare con terzi il cui comportamento non rispetti i contenuti del processo di certificazione etica. Tale certificazione ha un ciclo di sviluppo suddiviso in cinque livelli individuati dalla lettera « E » seguita dal relativo livello. I livelli sono attribuiti dalla società di certificazione etica sulla base del calcolo dell'indice di fiducia e del programma concordato, effettuato ai sensi di quanto disposto con il regolamento di attuazione della presente legge, adottato, entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della medesima legge, con decreto del Ministro del lavoro, della salute e delle politiche sociali, di seguito denominato « regolamento di attuazione », prevedendo l'accertamento dello stato etico denominato « AS IS » e il raggiungimento del livello etico denominato « TO BE ». La procedura di certificazione etica, a partire dall'atto della sottoscrizione del primo capitolato d'onori, riserva all'impresa l'accesso alle concessioni previste dall'articolo 5. Per il mantenimento o per il passaggio ai successivi livelli, l'impresa deve svolgere le attività previste dal capitolato d'onori sottoscritto all'inizio della procedura. Il recesso da parte dell'impresa è sempre liberamente permesso a partire dalla conclusione dell'accertamento dello stato etico « AS IS » e prevede sia il mantenimento del livello raggiunto, sia la cancellazione definitiva dall'elenco delle imprese etiche istituito dalle competenti camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura,

di seguito denominato « elenco », comunicando la propria motivazione da inserire nell'inserzione pubblicitaria relativa all'emissione di titoli da parte dell'impresa. Il recesso dal gruppo delle imprese etiche preclude l'accesso a tutte le prerogative, concessioni e agevolazioni previste dallo *status* di impresa certificata etica. Le modalità del recesso sono stabilite dal regolamento di attuazione;

b) per « rischio-apportatore », chi è preposto al governo dell'impresa e le cui decisioni originano potenziali rischi, manifesti od occulti, per i rischio-esposti;

c) per « rischio-esposti », i *partner* dell'azienda che per la natura del rapporto sono soggetti al rischio della mancata ottemperanza degli obblighi assunti da parte della stessa, manifesta od occulta, nell'ambito degli accordi relativi alle proprie obbligazioni. I rischi di ciascun « rischio-esposto » sono individuati dal regolamento di attuazione;

d) per « società di certificazione etica », un'organizzazione di uomini e di mezzi indipendente, costituita come società di capitali, che ha come oggetto lo svolgimento di attività di formazione che promuovono l'etica nei comportamenti socio-politico-economici, per il perfezionamento della competenza etica, attraverso la consulenza tecnica, la ricerca scientifica o altri supporti di formazione specifica. Tale società è costituita in base ai seguenti requisiti:

1) organi societari costituiti da rappresentanti di organismi di chiara fama etica, quali comitati, fondazioni, enti o università che hanno istituito una facoltà di scienze sociali che rilascia una laurea con indirizzo etico che prevede, da almeno cinque anni, insegnamenti di etica sociale, di etica pubblica e di etica economica, nonché da organismi e da associazioni che promuovono l'etica, che non hanno al loro interno partecipazioni di società commerciali e che non hanno ricevuto negli ultimi cinque anni sponsorizzazioni da imprese coinvolte in scandali giuridicamente accertati o autrici di malversazioni nei con-

fronti del fisco, dei dipendenti, dell'ambiente, dei consumatori o della pubblica amministrazione;

2) avere esperienza di certificazione etica, anche a seguito dell'incorporazione di enti, società o comitati che hanno operato nei precedenti tre anni in qualità di organizzazioni o di comitati di promozione o di certificazione etica anche *no profit*, in via autonoma o a seguito di collaborazione effettuata in base a un'apposita convenzione con organizzazioni ed enti riconosciuti come tali in base ai requisiti di cui al numero 1), che hanno rilasciato contrassegni e attestati di certificazioni etiche distinte dalle certificazioni di qualità, anche se denominate etiche;

3) avere effettuato negli ultimi cinque anni specifici corsi e attività inerenti l'etica socio-politico-economica, quali corsi di formazione, consulenze finalizzate alla redazione di codici etici o pubblicazioni concernenti l'etica socio-politico-economica;

4) avere personale, consulenti ed esperti interni ed esterni che sono o sono stati dipendenti dei soggetti incorporati di cui al numero 2) o che hanno conseguito diplomi di etica socio-politico-economica rilasciati dagli organismi di cui al numero 2);

5) avere ottenuto il riconoscimento dalle associazioni dei consumatori e dalle associazioni di categoria;

6) essere iscritta nel registro nazionale delle società di certificazione etica, di seguito denominato « Registro », istituito presso il Ministero dell'economia e delle finanze ai sensi di quanto disposto dal regolamento di attuazione.

### ART. 3.

*(Uso della denominazione di « società di certificazione etica »).*

1. La denominazione di « società di certificazione etica » può essere impiegata esclusivamente nelle insegne, nelle ditte, nei marchi e nella pubblicità riferiti alle società che svolgono le attività e che

possiedono i requisiti di cui all'articolo 2, comma 1, lettera *d*), relative alla certificazione. Il rilascio dell'attestato di certificazione etica e del relativo contrassegno di *status* è di competenza esclusiva delle « società di certificazione etica », che lo rilasciano sotto la propria responsabilità in base al percorso di certificazione di cui al citato articolo 2, comma 1, lettera *a*).

ART. 4.

*(Informazione e tutela del consumatore).*

1. Le « imprese certificate etiche », iscritte nell'elenco sono tenute a rispettare gli obblighi sottoscritti nei confronti dei rispettivi « rischio-esposti ». La pratica relativa alla certificazione etica e i relativi documenti e contratti sono conservati a cura della competente « società di certificazione etica », che li detiene nel proprio archivio dei depositi. Ciascuna pratica relativa alla certificazione etica deve essere contraddistinta da un numero identificativo di protocollo ed è visionabile da chiunque ne faccia formale richiesta. Le associazioni dei consumatori, ai fini del riconoscimento delle « società di certificazione etica », ai sensi dell'articolo 2, comma 1, lettera *d*), numero 5), istituiscono uno specifico sportello per le richieste di revisione etica, secondo modalità determinate dal regolamento di attuazione. Le associazioni di categoria sono tenute a vigilare sul corretto espletamento degli obblighi assunti dalle imprese certificate etiche appartenenti alla propria categoria di produzione, secondo modalità determinate dal regolamento di attuazione. In caso di reclamo da parte del « rischio esposto » l'impresa sottoposta a revisione etica deve presentare alla competente « società di certificazione etica » la documentazione idonea a giustificare il mancato rispetto dell'impegno assunto. L'ingiustificato mancato rispetto dell'impegno assunto comporta la sospensione dell'uso del contrassegno di certificazione etica e la cancellazione dall'elenco decise dalla competente « società di certificazione



etica » e rese note mediante pubblicazione sui mezzi di informazione. A tale fine la « società di certificazione etica » fruisce di spazi definiti e gratuiti o finanziati da soggetti terzi sui citati mezzi di informazione, secondo modalità stabilite dal regolamento di attuazione. Le associazioni dei consumatori possono farsi parte attiva nella richiesta di revisione etica; le associazioni di categoria vigilano sui comportamenti delle imprese certificate etiche a loro aderenti e segnalano eventuali violazioni del codice etico o degli elementi di pubblicità di cui al comma 4 alle competenti « società di certificazione etica ».

2. I prodotti commercializzati o esposti per la vendita al dettaglio nelle vetrine esterne o all'ingresso dei locali e nelle immediate adiacenze dell'esercizio commerciale delle imprese certificate etiche devono recare, in modo chiaro e leggibile, il contrassegno della certificazione etica con il numero identificativo di protocollo assegnato, mediante l'uso di un cartello, di un'etichetta visibile o con altre modalità idonee allo scopo, nonché il livello di certificazione raggiunto.

3. La qualifica di impresa certificata etica può essere pubblicizzata, a titolo oneroso, su almeno due quotidiani a tiratura nazionale, su un canale televisivo pubblico, sui mezzi di informazione locali e sul sito *internet* della competente camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura, a opera della « società di certificazione etica », che ne cura la pubblicazione e l'eventuale aggiornamento. Ciascuna impresa certificata etica può pubblicizzare tale qualifica sui mezzi di informazione esclusivamente sulla base degli elementi di cui al comma 4.

4. Gli elementi che possono essere oggetto di pubblicità da parte di ciascuna impresa certificata etica ai sensi del comma 3 sono:

a) l'elenco degli impegni presi con i « rischio-esposti » con l'indicazione del livello raggiunto nel percorso di certificazione etica;

b) l'inserimento di persone disabili e svantaggiate tra i propri dipendenti qua-

lora il numero sia superiore almeno di un terzo alla percentuale stabilita dalla legge;

c) la trasparenza dei propri processi in conformità ai decreti legislativi 8 giugno 2001, n. 231, e 21 novembre 2007, n. 231, nonché al decreto-legge 9 settembre 2005, n. 182, convertito, le modificazioni, dalla legge 11 novembre 2005, n. 231;

d) l'assenza di prassi finanziarie speculative finalizzate all'accumulazione di proventi;

e) l'uso della fattura etica contenente specifiche caratteristiche secondo le modalità stabilite dal regolamento di attuazione;

f) la redazione annuale del bilancio sociale;

g) l'impegno di riduzione percentuale dei rischi per ogni singola categoria di « rischio-esposti » e l'impegno di spesa stabilito;

h) la certificazione di qualità ove richiesta per l'accreditamento pubblico e riconosciuta dall'ente di certificazione etica;

i) la scelta di non fare ricorso al lavoro nero;

l) l'assenza di ricorso a prestiti usurari e a legami di ordine mafioso;

m) il corretto comportamento in ambito fiscale;

n) le politiche antinquinamento e di salvaguardia dell'ambiente.

5. L'impresa certificata etica ha l'obbligo di mantenere con i propri *partner* la massima trasparenza nelle relazioni economiche.

#### ART. 5.

##### (Concessioni).

1. Le imprese e le organizzazioni indicate all'articolo 1 che risultano inserite in un percorso di certificazione etica, ai sensi dell'articolo 2, comma 1, lettera a), hanno diritto, a partire dalla sottoscrizione del primo capitolato d'oneri, a:

a) essere iscritte nell'elenco e nel Registro, con possibilità di effettuare la

pubblicità di cui all'articolo 4, commi 3 e 4, secondo le modalità stabilite dalle lettere *e)* e *f)* del presente comma;

*b)* ottenere un finanziamento a tasso agevolato che può essere garantito dall'emissione di prestiti obbligazionari da parte delle banche nazionali ed estere, rivolti alla raccolta di fondi finalizzati a tale scopo, e sottoposto a un regime particolare di agevolazione per emittenti e per sottoscrittori stabilito dal regolamento di attuazione;

*c)* ottenere detrazioni fiscali in relazione ai costi sostenuti per la certificazione etica, anche se finanziati;

*d)* ottenere una sovvenzione statale pari al 50 per cento della quota necessaria per la partecipazione al consorzio di garanzia collettiva dei fidi locale, a scopo antiusura;

*e)* ottenere spazi gratuiti in programmi televisivi della rete radiotelevisiva pubblica ai fini di pubblicizzare la propria immagine;

*f)* ottenere un contributo statale del 30 per cento dei costi di pubblicità dei prodotti che presentano il contrassegno della certificazione etica;

*g)* partecipare alla costituzione di una speciale banca locale di credito cooperativo etico a finalità mutualistiche che preveda il contributo dello Stato nonché della regione, della provincia, del comune di appartenenza e delle locali camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, associazioni di categoria e associazioni dei consumatori, secondo modalità stabilite dal regolamento di attuazione.

#### ART. 6.

*(Modifiche al codice civile).*

1. Al terzo comma dell'articolo 2409 del codice civile, dopo le parole: « adeguata professionalità » sono inserite le seguenti: « e indipendenza, scelti tra coloro che presentino tra i propri requisiti periodi di

formazione presso enti di formazione o di promozione etica, dimostrato dal relativo attestato conseguito ».

2. Al primo comma dell'articolo 2412 del codice civile, dopo le parole: « l'ultimo bilancio approvato » sono inserite le seguenti: « , esclusivamente per investimenti a sostegno dell'attività produttiva. L'emissione di obbligazioni collocate presso il pubblico non deve essere destinata ad eventuali ripianamenti di esposizioni creditizie pregresse. L'emissione di obbligazioni destinata alla raccolta del pubblico risparmio è vincolata alla destinazione riportata nel prospetto informativo e non può essere incamerata dagli intermediari finanziari per altre finalità. Le società di capitali quotate e non quotate in borsa, che intendono emettere obbligazioni per la raccolta diretta di capitali tra il pubblico, se in possesso di certificazione etica, possono emettere strumenti finanziari della specie a cui sono riservate specifiche agevolazioni ».

3. Al primo comma dell'articolo 2449 del codice civile, dopo le parole: « amministratori e sindaci ovvero componenti del consiglio di sorveglianza » sono inserite le seguenti: « indipendenti, scelti tra coloro che presentino tra i propri requisiti periodi di formazione presso enti di formazione o di promozione etica, dimostrato dal relativo attestato conseguito ».

4. All'articolo 2555 del codice civile sono aggiunte, in fine, le seguenti parole: « nel rispetto dei principi etici dichiarati nello statuto ».

#### ART. 7.

#### (Sanzioni).

1. Ferma restando l'applicazione delle disposizioni vigenti in materia di pubblicità ingannevole, l'uso abusivo della denominazione « impresa certificata etica » o del contrassegno di certificazione etica in violazione dell'articolo 3 è punito con la sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 euro a 30.000 euro. In caso di violazione grave o di recidiva, il sindaco,

su indicazione del competente ente di certificazione etica o della competente camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura, dispone la sospensione dell'attività di commercializzazione e di vendita per un periodo non inferiore a cinque giorni e non superiore a trenta giorni.

2. In caso di violazione delle disposizioni dell'articolo 4, commi 3 e 4, si applica, ferma restando l'applicazione delle disposizioni vigenti in materia di pubblicità ingannevole, la sanzione amministrativa pecuniaria da 1.000 euro a 6.000 euro.

3. L'uso abusivo della denominazione « società di certificazione etica » o il rilascio di illegittime certificazioni è punito con la sanzione amministrativa da 50.000 euro a 100.000 euro secondo la gravità delle conseguenze e dei danni giuridicamente appurati.

#### ART. 8.

##### *(Tutele).*

1. La certificazione etica volontariamente attuata dalle imprese è tutelata, promossa e sostenuta dallo Stato e dai competenti enti territoriali secondo modalità stabilite dal regolamento di attuazione, in relazione agli effetti distorsivi della concorrenza che la medesima attività può comportare a causa dei maggiori costi sopportati dall'impresa, ferma restando la potestà legislativa delle regioni in materia di commercio, di accreditamenti e di certificazione di qualità.

PAGINA BIANCA

PAGINA BIANCA

€ 1,00



\*16PDL0034850\*