



## **DISEGNO DI LEGGE**

**d'iniziativa del Liceo Quintino Cataudella, Scicli (Ragusa)**

**COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 6 MAGGIO 2022**

**Istituzione del marchio etico e sociale "Voto con la Spesa"**

ONOREVOLI SENATORI! Quando acquistiamo un prodotto condividiamo una storia fatta di lavoro, di sacrifici, di amore per la terra. In troppi casi però siamo consumatori poco attenti e rischiamo di diventare complici di un sistema che sta distruggendo l'economia. Voto con la spesa vuole eliminare le distorsioni generate dall'avidità di imprenditori poco attenti all'ambiente, al rispetto delle condizioni dei lavoratori e allo sfruttamento. Si vuole contribuire a sostenere un nuovo modello di economia che privilegia la collaborazione piuttosto che la competizione, che rispetta il lavoro dell'uomo, che presta attenzione all'ambiente ed alla salute dei consumatori. Chiediamo a chi partecipa condivisione e collaborazione e soprattutto lavoro ben fatto, consapevoli che di lavoro ben fatto si gode. Ai consumatori chiediamo di aver chiaro che nell'atto di acquisto c'è una scelta politica, una relazione tra chi lavora e chi usufruisce del lavoro. Chiediamo, quando scelgono un prodotto, di portare con sé qualcosa di chi vive e produce con dignità: creando un ponte reale fra chi consuma e chi lavora, in cambio, offriamo un sistema in grado di garantire la bontà, la genuinità dei prodotti e il giusto prezzo. In questo modo si vogliono: migliorare le condizioni di vita dei produttori; garantire i consumatori proponendo produzioni rispettose dell'ambiente; prevenire le distorsioni dei prezzi; garantire prezzi equi e convenienti per i consumatori. Vogliamo dar vita a una comunità equa e solidale, intendendo con questo termine un insieme di persone unite non tanto da un possesso o da una proprietà ma dalla consapevolezza di contribuire alla realizzazione di un mondo migliore. Nei decenni precedenti, l'individualismo sfrenato

ha caratterizzato i comportamenti di troppi imprenditori. È passata l'idea che i soldi si fanno con i soldi (con la finanza) e non con il lavoro. Parlare di ruolo sociale dell'impresa o di marchio etico sarebbe stato eretico. Fortunatamente adesso i consumatori sono divenuti maturi, forse più di tanti imprenditori, e la responsabilità sociale riconquista un ruolo importante nel sistema economico. Fortunatamente molti consumatori stanno diventando sensibili ad argomenti come: inquinamento ambientale, diritti umani, solidarietà, valore sociale dell'economia. Questi aspetti rappresentano motivazioni che potranno spingere milioni di consumatori a cambiare abitudini di consumo, favorendo quelle aziende che mostrano maggiore impegno etico e sociale. Molti acquirenti, infatti, tendono sempre più ad includere il benessere collettivo tra i criteri di scelta al consumo, superando spesso la vecchia logica del miglior rapporto tra qualità e prezzo per il soddisfacimento non solo personale ma della collettività. È il caso di sottolineare che diversi studi e ricerche hanno mostrato che, a parità di qualità e costo, il consumatore tende a scegliere il marchio e il prodotto eticamente impegnati ed è disponibile a pagare molto volentieri un sovrapprezzo che rafforzi tale impegno. L'etica rappresenta per le aziende un differenziale competitivo molto forte. Nel futuro, saranno competitive le imprese che riusciranno a far percepire al consumatore che operano seguendo principi etici e di buona condotta. Avranno successo quelle aziende che saranno in grado di mettere al primo posto il cuore e non gli affari. L'utile rappresenterà, in questo modo, non un fine ma la semplice conseguenza di un lavoro che produce benefici alla collettività.

## DISEGNO DI LEGGE

---

### Art. 1.

#### Istituzione del marchio etico e sociale “Voto con la Spesa”

1. È istituito presso Ministero dello sviluppo economico il marchio etico e sociale “Voto con la Spesa” per le aziende che lo richiedono, di seguito denominato marchio.

2. Possono richiedere l'uso del marchio tutte le imprese che lo desiderano e che si impegnano ogni anno in almeno un'iniziativa sociale e, attraverso un'App dedicata, informano i propri stakeholder su quanto realizzato e sulle modalità utilizzate per rispettare l'ambiente e i lavoratori.

3. Le aziende ritenute meritevoli da un'apposita commissione istituita presso il Ministero dello sviluppo economico, utilizzano il marchio e possono diffonderlo nei prodotti che commercializzano.

4. Il protocollo che indica i criteri per la concessione del diritto all'uso del marchio è determinato dalla Commissione istituita ai sensi dell'articolo 2.

### Art. 2.

#### Istituzione della Commissione per la concessione del marchio

1. Entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge è istituita, presso il Ministero dello sviluppo economico, un'apposita commissione per la concessione

del marchio di seguito chiamata Commissione'.

2. La Commissione, appena insediata, provvede a determinare il protocollo di osservazione indicando le condizioni che le aziende richiedenti devono rispettare al fine di ottenere la relativa certificazione etica e l'uso del marchio.

3. La Commissione opera in piena autonomia e con indipendenza di giudizio e di valutazione.

4. La Commissione attribuisce il diritto all'uso del marchio alle imprese richiedenti, secondo le modalità indicate nel protocollo.

### Art. 3.

#### Iter per la richiesta del marchio

1. Le imprese che intendono ottenere il riconoscimento del marchio effettuano apposita richiesta, indicando l'impegno a rispettare le norme previste dall'articolo 1, comma 2, e dal protocollo previsto e dall'articolo 2, comma 2 della presente legge.

2. Al momento della richiesta del marchio le imprese interessate si impegnano a collaborare con la Commissione di cui all'articolo 2 nell'accertamento della sussistenza delle condizioni per l'attribuzione dello stesso.

3. Le imprese riconosciute idonee ad ottenere il marchio, devono dichiarare annualmente entro il 30 novembre che sussistano le condizioni previste dal protocollo, ciò rappresenta un presupposto necessario per continuare ad usare il marchio stesso.

4. È realizzato un apposito sito internet nel quale sono indicate tutte le aziende che hanno ottenuto il diritto all'uso del marchio stesso.

## Art. 4.

Opposizione al diritto all'uso del marchio  
etico

1. Tutti i consumatori e le relative associazioni possono opporsi all'uso del marchio da parte delle imprese richiedenti, inviando un'apposita segnalazione presso il Ministero dello sviluppo economico.

2. La Commissione istituita ai sensi dell'articolo 2 provvede a verificare se le segnalazioni sono fondate e provvede alla revoca del diritto all'uso del marchio.

## Art. 5.

## Fondo di autofinanziamento

1. È istituito presso il Ministero dello sviluppo economico il fondo di autofinanziamento dell'uso del marchio.

2. Le imprese che richiedono l'uso del marchio devono versare un contributo di 200,00 euro. Il versamento è effettuato entro il 30 novembre di ogni anno.

3. Le somme derivanti dal fondo di autofinanziamento sono versate presso il Ministero dello sviluppo economico secondo modalità indicate successivamente ed introitate in apposito capitolo da istituire nello stato di previsione delle entrate del bilancio con la denominazione entrate derivanti dalla costruzione del fondo per l'attribuzione del marchio etico e sociale.

4. È istituito, nello stato di previsione della spesa, il correlato capitolo di bilancio avente la seguente denominazione: spese imputate al funzionamento della commissione sul marchio etico e ambientale.

5. È in ogni caso esclusa ogni nuova e/o maggiore spesa per le finanze dello Stato.

#### Art. 6

##### Composizione della Commissione

1. La Commissione è organo collegiale composto da: a) sei membri, nominati dal Ministero dello sviluppo economico, scelti tra persone che assicurino indipendenza di giudizio e che siano esperti in materia. Tra questi deve essere indicato un presidente. Costituisce titolo preferenziale aver realizzato pubblicazioni, su queste specifiche tematiche; b) tre rappresentanti nominati dalle organizzazioni dei consumatori più rappresentative al momento della nomina; c) tre rappresentanti nominati dalle organizzazioni dei consumatori più rappresentative al momento della nomina.

2. Il presidente ed i commissari di cui al comma 1 restano in carica cinque anni e possono essere riconfermati se alla scadenza non si provvede a nuova nomina.

3. In caso di dimissioni, impedimento, decadenza qualunque titolo del presidente o di un membro della commissione, non decade il mandato dell'intera commissione; si provvede alla relativa sostituzione da parte degli stessi organi che li hanno nominati.

#### Art. 7

##### Lavori della Commissione

1. La Commissione annualmente individua le risorse necessarie al suo funzionamento e sottopone la propria proposta al Ministro dello sviluppo economico, sulla base di tale proposta questi predispone un atto deliberativo, de-

finendo l'entità delle risorse e l'imputazione a bilancio.

2. Le norme concernenti l'organizzazione e il funzionamento della Commissione, nonché quelle dirette a disciplinare e controllare la gestione delle spese sono approvate, su proposta del Ministro dello sviluppo economico, dal Parlamento con atto deliberativo entro un mese dall'entrata in vigore della legge.

3. La Commissione si riunisce presso il Ministero dello sviluppo economico o in locali diversi da destinare a questa attività, periodicamente, e comunque quando il presidente lo ritenga necessario.

4. Per la validità delle deliberazioni è necessaria la presenza del presidente. La Commissione adotta le decisioni deliberando a maggioranza assoluta dei presenti. La parità di voto equivale alla non approvazione delle proposte.

#### Art. 8.

##### Compiti della Commissione

1. La Commissione: a) provvede a determinare il protocollo da seguire per l'attribuzione del diritto all'uso del marchio dalle aziende che lo richiedono e che si impegnano ogni anno in almeno un'iniziativa sociale, b) autorizza all'uso del marchio le imprese richiedenti che sottoscrivono il protocollo di osservazione di cui all'articolo 2 e versano nel fondo le quote indicate all'articolo 4; c) delibera, entro trenta giorni dalla sua istituzione, la definizione formale ed estetica del marchio; d) pubblicizza adeguatamente le aziende che hanno ottenuto il diritto all'uso del marchio etico di cui all'articolo 1 anche promovendo iniziative volte a sensibilizzare l'opinione pubblica verso i temi dell'etica; e) tali compiti vengono svolti attingendo al fondo di cui all'articolo 5.

Art. 9

Sanzioni

1. Nei casi in cui la Commissione accerti l'insussistenza o il venir meno delle condizioni per l'uso del marchio delibera la sua revoca, dandone immediata comunicazione all'azienda.

2. Il mancato rinnovo della sottoscrizione del protocollo di adesione di cui all'articolo 2 comporta la decadenza dal diritto all'uso del marchio di cui all'articolo 1.

3. Per l'uso del marchio in frode alla legge e le false dichiarazioni contenute nel protocollo di adesione si rinvia alle norme del Codice penale.

Art. 10

Norma finale

1. La presente legge sarà pubblicata nella Gazzetta ufficiale.

2. È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge dello Stato.