

# Rapporto di minoranza

<b>6906 R2</b>	data	Dipartimento
<b>6922 R2</b>	10 marzo 2015	FINANZE E ECONOMIA
Concerne		

## della Commissione della gestione e delle finanze

- sulla mozione 23 settembre 2013 presentata da Henrik Bang e cofirmatari per il gruppo PS "Il marchio 'Azienda locale'"  
(v. messaggio 29 gennaio 2014 n. 6906)
- sulla mozione 17 febbraio 2014 presentata da Marco Chiesa e cofirmatari per il gruppo UDC "Un marchio 'etico' per le ditte attente al nostro mercato del lavoro"  
(v. messaggio 18 marzo 2014 n. 6922)

## Indice

1. GLI ATTI PARLAMENTARI.....	1
2. LA RICHIESTA.....	2
3. LE RECENTI INIZIATIVE.....	2
4. LO VOGLIAMO O NON LO VOGLIAMO?.....	2
5. I COSTI E I COMPITI DELLO STATO.....	2
6. MOZIONE.....	3
7. CONCLUSIONE.....	3

\* \* \* \* \*

## 1. GLI ATTI PARLAMENTARI

Il presente rapporto di minoranza intende dare seguito ai seguenti due atti parlamentari:

- mozione del 23 settembre 2013 di Henrik Bang e cofirmatari per il gruppo PS "Il marchio 'Azienda locale'";
- mozione del 17 febbraio 2014 di Marco Chiesa e cofirmatari per il gruppo UDC "Un marchio 'etico' per le ditte attente al nostro mercato del lavoro".

Entrambe le mozioni sposano e declinano, in buona sostanza, la proposta contenuta in un altro atto parlamentare più lontano nel tempo (17 dicembre 2012) dal titolo "[Salviamo il lavoro](#)" a firma Francesco Maggi per il gruppo dei Verdi. Quest'ultimo proponeva di creare, in uno dei suoi punti, un apposito logo per selezionare e sostenere delle aziende virtuose (analogo alle aziende formatrici) che occupano almeno l'80% di residenti.

## **2. LA RICHIESTA**

Tutti questi atti, sebbene con diverse sfaccettature, richiedono la creazione di un marchio aziendale, un cosiddetto label, che possa fungere da segnale per le persone interessate a sostenere tramite l'acquisto di servizi, prestazioni e prodotti, aziende attente al nostro mercato del lavoro e al nostro territorio. È assolutamente incontestabile che l'attuale pressione subita dai lavoratori residenti, frutto della libera circolazione delle persone e del bieco opportunismo di alcuni datori di lavoro, abbia raggiunto la soglia di guardia. L'impossibilità di controllare sistematicamente le condizioni di lavoro e di gestire il flusso migratorio, peggiorano questa situazione. Nella popolazione residente si sta dunque viepiù sviluppando la coscienza che è utile e in qualche modo doveroso sostenere imprese che impiegano del personale locale a salari adeguati. Questo strumento deve rappresentare, agli occhi dei sottoscritti firmatari, un elemento di trasparenza a tutto vantaggio di una scelta consapevole del consumatore ticinese.

## **3. LE RECENTI INIZIATIVE**

Nelle scorse settimane, due Comuni che possiamo definire virtuosi, Claro e Monteggio, hanno lanciato in maniera del tutto autonoma, realizzandola sul proprio territorio, questa iniziativa. Tacciati da più fronti di razzismo, gli avversari del "made in Ticino" hanno maldestramente strumentalizzato questa promozione facendo finta di dimenticare che un ente pubblico ha tutto il diritto di sostenere gli imprenditori e i lavoratori locali. Anche in questo senso l'armonizzazione del marchio etico è opportuna, in maniera tale da concretizzare in modo uniforme un'unità d'intenti condivisa.

## **4. LO VOGLIAMO O NON LO VOGLIAMO?**

Tutti concordano sul principio. Almeno a parole. Tutti sanno, d'altro canto, che le associazioni economiche non nutrono alcun interesse in questa iniziativa come confermatoci in audizione dal vicedirettore e collega della Camera di Commercio Marco Passalia e dal contributo del direttore Luca Albertoni sul Corriere del Ticino di giovedì 5 marzo 2015. In parole povere, sottoscrivere un rapporto commissionale nel quale si auspica che il Cantone, che d'altronde a sua volta ha chiesto di rifiutare la creazione di un marchio etico, si faccia parte attiva per implementare questa iniziativa presso chi non intende farlo, sa di beffa. Per non dir di peggio. Più onesto intellettualmente sarebbe certo scegliere tra un'opzione realizzabile. O il Cantone se ne prende a carico o si rinuncia tout court. Auspici, pressioni, raccomandazioni, accordi di principio, agli occhi del relatore di minoranza, non valgono neppure la carta sulla quale sono sottoscritti.

## **5. I COSTI E I COMPITI DELLO STATO**

L'introduzione di un marchio etico, secondo alcuni, provocherà dei costi insostenibili per le già disastrose casse pubbliche ed evidentemente rappresenta un nuovo sgradito compito che contrasta con la filosofia di alcuni iniziativaisti. Credere che questi argomenti possano far presa laddove ci si racconta, un giorno sì e l'altro anche, che nell'amministrazione pubblica vi sono enormi potenziali non sfruttati, per usare un eufemismo, non è credibile. Basti poi solo pensare che gli stipendi versati annualmente per i funzionari pubblici hanno raggiunto il miliardo di franchi. Dirottare qualche decina di migliaia di franchi per sostenere questa iniziativa non metterà certo in crisi l'apparato burocratico e amministrativo del Cantone.

## **6. MOZIONI**

Rispondendo affermativamente alle presenti mozioni oggetto di questo rapporto, si gettano le basi per poter istituzionalizzare un segnale nuovo e importante all'attenzione dei consumatori del nostro territorio. La concretizzazione deve poi far oggetto del messaggio che dovrà elaborare il Consiglio di Stato. Quattro principi devono tuttavia essere considerati dal momento che questo Parlamento dovesse decidere dell'opportunità di questo marchio. La richiesta inoltrabile e compilabile a mezzo dell'e-governance, l'autocertificazione dei dati da parte dell'azienda interessata, la quota parte di dipendenti residenti e l'adeguatezza degli stipendi versati rispetto alla formazione dei dipendenti e al ruolo occupato, nonché il controllo a campione dei dati certificati. Enfaticamente in particolare la necessità in questo contesto di tener conto del ruolo sociale che rivestono le imprese locali rispetto al territorio e ai lavoratori residenti. Si tratta dunque di permettere a mezzo di un logo etico di dare un'informazione trasparente al consumatore/acquirente che la ditta riconosce salari adeguati, rispetta la parità salariale e paga tutti gli oneri contributivi dovuti.

## **7. CONCLUSIONE**

Volere è potere: i sottoscritti firmatari non ne hanno dubbi. Un marchio etico, come molti ne conosciamo, permette degli acquisti più consapevoli. Favorire aziende sensibili all'impegno di personale residente a salari compatibili con il nostro Cantone fa il bene della nostra economia e della nostra società. Chiediamo pertanto al Parlamento di voler sostenere questa iniziativa accettando le presenti mozioni e incaricando il Consiglio di Stato di creare un marchio etico per le aziende ticinesi.

Per la minoranza della Commissione gestione e finanze:

Marco Chiesa, relatore

Garobbio - Kandemir Bordoli - Lurati S. - Savoia