

MOZIONE

Un marchio “etico” per le ditte attente al nostro mercato del lavoro

del 17 febbraio 2014

Nella nostra economia ogni giorno incontriamo dei marchi che indicano la qualità di un articolo o l'attenzione che il produttore destina alla propria merce. A questo proposito basti citare a titolo puramente esemplificativo quelli nel campo alimentare e gastronomico come il marchio di qualità BIO, Gambero Rosso, Gault Millau, Fourchette verte, piuttosto che nell'ambito sociale come Max Haavelar, nel campo organizzativo aziendale con le differenti certificazioni di qualità ISO o Joint Commitment e nel campo ambientale con i marchi FSC (produzione sostenibile del legno) e MSC (sfruttamento sostenibile del mare). In Ticino conosciamo pure il marchio di azienda formatrice a mezzo del quale la ditta segnala al proprio cliente la sua attenzione e il proprio impegno rispetto al campo della formazione professionale delle nuove generazioni. Di recente anche un nuovo marchio si è affacciato nel panorama ticinese. Si tratta di un logo, lanciato da un artigiano privato, volto a veicolare l'attenzione del suo possessore rispetto alle offerte delle ditte ticinesi, promettendo di preferirle rispetto a quelle provenienti da ditte estere. Da notare poi che settimana scorsa il sindacato UNIA ha chiesto l'istituzione di una Black List per segnalare le ditte inadempienti nell'applicazione dei contratti di lavoro o inosservanti delle norme sulle misure d'accompagnamento dei Bilaterali oppure che versano retribuzioni assimilabili a dumping salariali. Sempre su questo tema il prof. Sergio Rossi, durante la puntata di Falò relativa alla sostituzione della manodopera ticinese con manodopera frontaliera, aveva ipotizzato la creazione di una White List di ditte, in buona sostanza, virtuose e attente al nostro tessuto sociale.

Riprendendo questi concetti e i molti esempi che abbiamo sotto gli occhi, il Gruppo UDC chiede la creazione di un marchio “etico” cantonale che permetta di segnalare le ditte presenti sul nostro territorio che hanno una particolare attenzione nei confronti del mercato del lavoro indigeno, ci riferiamo dunque a lavoratori ticinesi e residenti. Riteniamo inoltre che le stesse, per poterne beneficiare, debbano almeno poter vantare più dell'80% di impiegati svizzeri o residenti. In prima battuta il marchio dovrebbe riguardare il settore terziario, settore che negli ultimi anni ha registrato la crescita esponenziale del numero di frontalieri. I dati sono impietosi: l'aumento dei lavoratori del terziario provenienti d'oltreconfine dal 2004, data nella quale è caduta la clausola della preferenza indigena, è passato da circa 16'500 a 33'200, un aumento percentuale dunque del 100%. In seguito, esso potrebbe comunque essere esteso, con le percentuali appropriate, alle ditte attive nel secondario, settore dove la presenza di manodopera straniera è tradizionalmente molto elevata. Con questa proposta riteniamo, d'altro canto, che il consumatore ticinese interessato, e ve ne sono molti, possa meglio orientare i propri acquisti di servizi privilegiando ditte sensibili al nostro mercato del lavoro. Il marchio potrebbe essere annualmente attribuito d'ufficio dal Cantone oppure su richiesta delle ditte interessate a far conoscere questo lato della propria impresa. In questo senso, anche l'opzione nella quale il logo “etico” riporti l'esatta percentuale dei lavoratori indigeni impiegati non è da scartare a priori, come pure un logo di diverso valore a seconda delle percentuali di personale indigeno impiegato.

Per il Gruppo UDC
Marco Chiesa
Del Don - Filippini - Mellini - Pinoja