

CAMERA DEI DEPUTATI N. 1101

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

LABATE, BATTAGLIA, BERSANI, BOLOGNESI, BURLANDO, CARBONI, CENNAMO, CHIAROMONTE, CORDONI, MAURA COSSUTTA, CRUCIANELLI, DI SERIO D'ANTONA, GUERZONI, LOLLI, LUCIDI, MAZZARELLO, OLIVERIO, PENNACCHI, PINOTTI, ROGNONI, RUZZANTE, SASSO, TRUPIA, TURCO

Disposizioni per la trasparenza e la salvaguardia delle condizioni socio-ambientali nella produzione di beni e servizi

Presentata il 28 giugno 2001

ONOREVOLI COLLEGHI! — La presente proposta di legge intende favorire la diffusione di norme e codici di regolamentazione in materia di « acquisti trasparenti ». La proposta di legge non ha scopi punitivi, ma intende prevenire comportamenti negativi da parte delle imprese, anche attraverso la diffusione di informazioni ai consumatori, riguardo all'uso di materie prime di particolare rilevanza ambientale, all'impatto provocato dalla produzione sulle persone, sugli ecosistemi, sul suolo, sull'aria, sulle acque, sulle foreste; all'uso di prodotti tossici, al tipo e alla quantità di rifiuti solidi, liquidi e gassosi emessi durante il processo produttivo, ed alle località di smaltimento dei rifiuti speciali; alle condizioni di lavoro esistenti negli stabilimenti esteri collocati in Paesi a reddito *pro-capite* medio-basso; alle condizioni di lavoro accertate negli stabili-

menti subfornitori italiani ed esteri, con particolare riferimento alla tipologia delle assunzioni, all'età degli assunti, all'orario di lavoro e ai riposi settimanali, ai salari orari in rapporto al potere d'acquisto, alla previdenza sociale e assicurativa, alle rappresentanze sindacali, alla salubrità dei luoghi di lavoro, alle sostanze tossiche impiegate e, infine, alle misure di salvaguardia sanitaria adottate.

In particolare deve essere ricordato che, a fronte di una continua crescita dei consumi e della ricchezza nel nord del mondo, nei Paesi del sud si assiste ad un impoverimento progressivo di ampie fasce della popolazione ed, in primo luogo, si assiste ad una compressione delle condizioni di vita dei bambini e delle bambine, che rappresentano il futuro di questi Paesi, con il risultato di un peggioramento delle prospettive future per i medesimi.

Ma anche nel nord del mondo si annidano fasce di povertà e di sfruttamento: a fronte di una riduzione dei redditi familiari e dei servizi a loro favore, può divenire fondamentale il contributo che bambine e bambini possono assicurare al bilancio domestico e, d'altra parte, anche gli adulti possono piegarsi a forme di sfruttamento, che fino a qualche tempo fa avevamo ritenuto del tutto debellate.

L'intento preventivo della presente proposta di legge è racchiuso nell'obbligo per le imprese di redigere annualmente un rapporto socio-ambientale, tale da garantire che il prodotto finito non sia stato conseguito producendo danni ambientali, o che nel suo percorso non sia stata utilizzata manodopera minorile o adulta in condizioni non regolamentari.

L'obbligo alla trasparenza può costituire al tempo stesso un freno per i comportamenti negativi e uno stimolo a comportamenti più corretti, tutelando le imprese che non utilizzano forme di sfruttamento nelle diverse fasi della produzione o che non producono danno ambientale, e un'ostacolo a pratiche di concorrenza sleale, dal momento che il lavoro nero, sottopagato, minorile, o l'utilizzo di impianti produttivi ad alto rischio ambientale, consentono di praticare, a chi li utilizza, prezzi finali più competitivi.

L'intento informativo è racchiuso oltre che nell'obbligo alla trasparenza, in altri due punti:

a) l'istituzione di una sezione di vigilanza nell'ambito della Autorità garante della concorrenza e del mercato che intervenga per far luce nei casi di denuncia e che svolga ampie indagini e ricerche per riferire ai consumatori sulla realtà socio-ambientale in cui si ottengono i prodotti;

b) l'istituzione di un marchio di qualità sociale, attribuito dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato alle imprese che a seguito di accertamenti risultino produrre in coerenza con le fondamentali convenzioni dell'Organizzazione internazionale del lavoro. Il marchio di qualità sociale può costituire uno stimolo verso comportamenti corretti, specie se

nella società si forma un movimento di consumatori che predilige i prodotti dotati di tale marchio. Per spingere ulteriormente le imprese verso questa direzione la presente proposta di legge prevede che, per poter ottenere alcune sovvenzioni pubbliche su operazioni effettuate all'estero, sia obbligatorio avere ottenuto il marchio.

A tali fini la proposta di legge si articola nei seguenti punti:

a) trasparenza in materia di condizioni socio-ambientali della produzione, attraverso l'obbligo per le imprese con fatturato superiore a 20 miliardi di lire di pubblicare un rapporto socio-ambientale contenente informazioni relative alle condizioni sociali e ambientali in cui sono stati ottenuti i beni e servizi posti sul mercato italiano;

b) istituzione di una apposita sezione di vigilanza sulle condizioni socio-ambientali della produzione, con funzioni di indagine, di ricerca e di informazione nell'ambito dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato. Nel caso in cui vengano accertate delle violazioni l'Autorità si pronuncia, obbligando l'impresa italiana che le ha commesse, o che ha rapporti con l'impresa estera che le ha commesse, a rendere pubblico sulla stampa, a proprie spese, il pronunciamento stesso;

c) istituzione del marchio di qualità sociale denominato « QL + ». Il marchio è attribuito dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato a tutte le imprese italiane che ne facciano domanda e che, a seguito di accertamenti, risultino non avere violato la legislazione nazionale in materia di lavoro e che non intrattengano rapporti con fornitori e con subfornitori esteri che violano i fondamentali diritti dei lavoratori previsti dalle convenzioni internazionali;

d) modifica della normativa a sostegno delle imprese, con l'introduzione dell'obbligo di essere titolari del marchio QL+ per poter ottenere le agevolazioni; istituzione dell'obbligo di iscrivere sull'etichetta, sulla confezione del prodotto o sull'imballaggio, il Paese di origine.

PROPOSTA DI LEGGE

—

ART. 1.

(Finalità).

1. La Repubblica riconosce il valore irrinunciabile dell'integrità ambientale e dei diritti umani, economici, sociali e sindacali, indicati nelle convenzioni internazionali sottoscritte dall'Italia e ne promuove l'applicazione anche attraverso la diffusione di una cultura della responsabilità da parte dei consumatori e delle imprese.

2. Al fine di dare attuazione ai principi di cui al comma 1, il Presidente del Consiglio dei ministri, sentiti i Ministri del lavoro e delle politiche sociali, delle attività produttive e dell'istruzione, dell'università e della ricerca, promuove una campagna pubblica di stampa e di informazione presso le scuole di ogni ordine e grado, denominata « Campagna acquisti trasparenti », con lo scopo di favorire il consumo consapevole e la trasparenza nelle attività produttive.

ART. 2.

(Rapporto socio-ambientale).

1. Entro due mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, sentiti i Ministri del lavoro e delle politiche sociali, delle attività produttive, dell'ambiente e della tutela del territorio e della sanità, sono stabiliti la struttura e i criteri di costituzione di un rapporto, denominato « rapporto socio-ambientale », secondo gli elementi informativi indicati dal presente comma. Le imprese con fatturato annuo superiore a 20 miliardi di lire sono tenute a redigere il rapporto socio-ambientale contenente informazioni:

a) sulle condizioni sociali e ambientali in cui sono stati ottenuti i beni e servizi posti sul mercato italiano;

b) sulle attività svolte e sul fatturato, sull'assetto proprietario dell'impresa, le imprese partecipate e l'eventuale gruppo di appartenenza, sul numero degli stabilimenti e la loro localizzazione, sull'assetto produttivo e sull'assetto delle imprese fornitrici;

c) sulle attività svolte in riferimento all'uso di materie prime di particolare rilevanza ambientale, all'impatto provocato dalla produzione sulle persone, sugli ecosistemi, sul suolo, sull'aria, sulle acque, sulle foreste;

d) su eventuali prodotti tossici impiegati, sul tipo e sulla quantità di rifiuti solidi, liquidi e gassosi emessi durante il processo produttivo, e sulle località di smaltimento dei rifiuti speciali;

e) su eventuali sanzioni amministrative o procedimenti pendenti o condanne passate in giudicato per violazioni di carattere ambientale;

f) sui Paesi di provenienza dei prodotti importati sotto forma di materie prime, semilavorati e perfezionati;

g) sui Paesi di provenienza dei prodotti finiti destinati alla vendita all'ingrosso o al dettaglio;

h) sul numero dei dipendenti, sulle assunzioni e sui licenziamenti, su eventuali sanzioni amministrative, condanne o procedimenti pendenti per controversie di lavoro, o per violazione di norme di natura previdenziale, antinfortunistica e sanitaria;

i) sulle condizioni di lavoro esistenti negli stabilimenti esteri situati in Paesi a reddito *pro-capite* medio-basso;

l) sui fornitori e sui subfornitori con descrizione del relativo assetto produttivo;

m) sulle condizioni di lavoro accertate negli stabilimenti dei subfornitori italiani ed esteri, con particolare riferimento

alla tipologia delle assunzioni, all'età degli assunti, all'orario di lavoro e ai riposi settimanali, ai salari orari in rapporto al potere d'acquisto, alla previdenza sociale e assicurativa, alle rappresentanze sindacali, alla salubrità dei luoghi di lavoro, alle sostanze tossiche impiegate e alle misure di salvaguardia sanitaria adottate.

2. Il rapporto di cui al comma 1 forma parte integrante del bilancio delle imprese di cui al medesimo comma.

3. Il primo comma dell'articolo 2423 del codice civile è sostituito dal seguente:

« Gli amministratori devono redigere il bilancio di esercizio, costituito dallo stato patrimoniale, dal conto economico, dalla nota integrativa e, nel caso di fatturato annuo superiore a 20 miliardi di lire, dal rapporto socio-ambientale ».

4. Per quanto attiene alle responsabilità, alla pubblicazione, alle inadempienze ed a quanto altro non previsto dalla presente legge, si applicano le norme stabilite dal codice civile e dalle leggi speciali vigenti in tema di bilancio.

5. Ai fini della presente legge si intendono contratti di subfornitura quelli disciplinati ai sensi della legge 18 giugno 1998, n. 192.

ART. 3.

(Diritto alla consultazione dei rapporti socio-ambientali).

1. Ogni cittadino ha diritto di prendere visione, gratuitamente, dei rapporti socio-ambientali depositati presso le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura e di ottenerne copia dietro corrispettivo di spesa da determinare con il decreto di cui all'articolo 2, comma 1.

2. Il Ministero delle attività produttive predispone, entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, un apposito progetto al fine di consentire la consultazione dei rapporti socio-ambientali, anche per via telematica.

ART. 4.

(Istituzione di una sezione di vigilanza presso l'Autorità garante della concorrenza e del mercato sulle condizioni socio-ambientali della produzione di beni e servizi).

1. È istituita presso l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, una sezione con funzioni di indagine, ricerca e informazione, di seguito denominata « sezione ».

2. La sezione opera in piena autonomia e con indipendenza di giudizio e di valutazione. Essa è composta da un ufficio di presidenza e da un comitato consultivo.

3. L'ufficio di presidenza è nominato dal presidente dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato ed è composto dal presidente e da quattro membri scelti tra persone di comprovata indipendenza, competenza ed esperienza in materia di diritto nazionale ed internazionale.

4. I membri dell'ufficio di presidenza sono nominati per tre anni e possono essere confermati una sola volta; essi non possono esercitare, a pena di decadenza, alcuna attività professionale o di consulenza, non possono essere amministratori o dipendenti di enti pubblici o privati, non possono ricoprire altri uffici pubblici di qualsiasi natura. I dipendenti statali sono collocati fuori ruolo per l'intera durata del mandato.

5. Il presidente dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato provvede alla nomina del comitato consultivo in base ai seguenti criteri di rappresentatività:

a) quattro rappresentanti di associazioni imprenditoriali;

b) quattro rappresentanti delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative dei settori interessati;

c) quattro rappresentanti delle associazioni dei consumatori e degli utenti di cui all'articolo 5 della legge 30 luglio 1998, n. 281, nonché di organismi di cooperazione internazionale e per la difesa dei diritti umani;

d) un rappresentante per ciascuno dei Ministeri delle attività produttive, degli affari esteri e del lavoro e delle politiche sociali.

6. I rappresentanti di cui alle lettere a), b) e c) del comma 5 sono nominati dal presidente dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato su indicazione dei rispettivi enti. I rappresentanti di cui alla lettera d) del medesimo comma 5 sono nominati su indicazione dei rispettivi Ministri.

7. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato delibera le norme concernenti l'organizzazione e il funzionamento della sezione, le norme concernenti il trattamento giuridico ed economico del personale, gli eventuali rapporti di convenzione o di consulenza, nonché le norme dirette a disciplinare la gestione delle spese nei limiti previsti dalla presente legge.

8. Ogni anno, entro il 30 aprile, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato trasmette al Parlamento una relazione sull'attività svolta, nell'anno precedente, dalla sezione.

9. Per le spese di funzionamento della sezione e dei suoi organismi è istituito un apposito fondo nello stato di previsione del Ministero dell'economia e delle finanze.

ART. 5.

(Potere d'indagine).

1. La sezione, a seguito di denuncia circostanziata o di informazioni in suo possesso, trasmette i relativi dati all'Autorità garante della concorrenza e del mercato che procede ad indagini per verificare se nel corso dell'attività di produzione di beni e servizi destinati al mercato italiano, siano state violate le convenzioni internazionali di cui all'articolo 1, comma 1, da parte di imprese che operano sul mercato italiano, da parte di loro licenziatari ovunque collocati, ovvero da parte di strutture produttive estere che riforniscono le imprese operanti sul mercato italiano in qualità di fornitori o di subfornitori.

2. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato può, altresì, procedere su richiesta della sezione o del comitato consultivo di cui all'articolo 4, commi 2, 5 e 6, ad indagini conoscitive, di natura generale, nei settori produttivi e commerciali in cui si presume la violazione delle norme nazionali o delle convenzioni internazionali di cui all'articolo 1, comma 1.

3. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, nei casi di violazioni che coinvolgono direttamente o indirettamente imprese italiane, notifica tramite la sezione l'apertura dell'istruttoria alle imprese e agli enti interessati. I titolari o i legali rappresentanti degli enti e delle imprese hanno diritto di essere sentiti, personalmente o a mezzo di procuratore speciale, nel termine fissato contestualmente alla notifica ed hanno facoltà di presentare deduzioni e memorie scritte in ogni stadio dell'istruttoria, nonché di essere nuovamente sentiti in ogni fase della medesima.

4. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, tramite l'apposita sezione di vigilanza può in ogni momento dell'istruttoria:

a) richiedere alle imprese, enti o persone, che ne siano in possesso, di fornire informazioni e di esibire documenti utili ai fini dell'istruttoria;

b) disporre ispezioni al fine di controllare i documenti aziendali e di estrarne copia, anche avvalendosi della collaborazione di altri organi dello Stato;

c) inviare proprio personale all'estero per audizioni e per visite concordate;

d) avvalersi della collaborazione di istituzioni internazionali competenti, di sindacati e di associazioni;

e) avvalersi della consulenza di esperti, di società di consulenza e di società di certificazione con cui può stipulare convenzioni.

5. Il segreto d'ufficio è mantenuto limitatamente ai documenti e alle informazioni non inclusi nel rapporto socio-ambientale.

ART. 6.

(Sanzioni).

1. Fatte salve le sanzioni già previste dall'ordinamento vigente, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato può tramite la sezione comminare sanzioni amministrative pecuniarie:

a) fino a 100 milioni di lire, nel caso in cui i soggetti interessati rifiutino od omettano, senza giustificato motivo, di fornire le informazioni o di esibire i documenti richiesti;

b) fino a 200 milioni di lire nel caso in cui i soggetti interessati forniscano informazioni ed esibiscano documenti non veritieri.

2. Se a seguito dell'indagine sono ravvisate violazioni alle convenzioni internazionali di cui all'articolo 1, comma 1, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, tramite la sezione, può formulare un pronunciamento ed intimare alle imprese operanti sul mercato italiano che hanno rapporti con i responsabili delle violazioni, di pubblicizzare sulla stampa, a proprie spese, il pronunciamento. Le modalità di pubblicizzazione sono determinate a giudizio insindacabile dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, tenuto conto del tipo di violazione e del grado di vigilanza dimostrato dall'impresa operante sul mercato italiano. Il provvedimento può essere ripetuto finché non siano adottate le dovute misure correttive.

ART. 7.

(Attività di ricerca e di informazione).

1. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato su richiesta della sezione, conferisce alla medesima facoltà di eseguire ricerche di natura economica, sociale ed ambientale, comprese quelle riguardanti la composizione finale dei prezzi, per fornire ai consumatori le più ampie

informazioni sul contesto economico, sociale e ambientale in cui è avvenuta ogni fase produttiva e commerciale dei beni e servizi collocati sul mercato italiano.

2. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, attraverso la sezione, diffonde, quanto più ampiamente possibile, i risultati delle proprie indagini e delle proprie ricerche, attraverso bollettini periodici, spazi televisivi messi a disposizione delle emittenti pubbliche, pubblicazioni monografiche e audiovisivi, servizi offerti ai mezzi di stampa, alle radio e alle reti televisive.

3. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, attraverso la sezione ed il Comitato consultivo di cui all'articolo 4, comma 2, si adopera per sensibilizzare l'opinione pubblica sui temi sociali ed ambientali connessi alla produzione e al consumo. Collabora con le scuole di ogni ordine e grado per educare gli studenti a scelte di acquisto responsabili nei confronti dell'ambiente e dei diritti umani, sociali e sindacali.

4. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, attraverso la sezione, pubblicizza il marchio di qualità sociale di cui all'articolo 9.

ART. 8.

(Diritto di denuncia).

1. Qualsiasi cittadino può ricorrere alla sezione, istituita presso l'Autorità garante della concorrenza e del mercato in nome proprio o in rappresentanza di gruppi e di associazioni sia italiani che stranieri per segnalare violazioni dei diritti delle persone, dei lavoratori, delle comunità locali, da parte di imprese che operano sul mercato italiano, da parte di loro licenziatari ovunque collocati, o da parte di strutture produttive estere che riforniscono le imprese operanti sul mercato italiano in qualità di fornitori o subfornitori.

2. In caso di denuncia circostanziata da parte dei soggetti di cui al comma 1 l'Autorità garante della concorrenza e del mercato ha l'obbligo di avviare un'indagine conoscitiva, attraverso la sezione.

ART. 9.

(Istituzione del marchio di qualità sociale).

1. È istituito il marchio di qualità sociale, denominato « QL + ». Il marchio è attribuito dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato a tutte le imprese italiane che ne facciano domanda, i cui titolari, a seguito di accertamenti, risultino nelle seguenti condizioni:

a) negli ultimi cinque anni non abbiano riportato condanne o non abbiano procedimenti pendenti per violazione della legislazione nazionale concernente la tutela dei diritti economici dei lavoratori, i diritti sindacali, gli obblighi previdenziali, l'età minima di assunzione al lavoro, l'assunzione obbligatoria di categorie protette, le norme di prevenzione antinfortunistica e di igiene e sicurezza sui luoghi di lavoro, le norme sui licenziamenti;

b) non abbiano stipulato contratti di subfornitura con imprese italiane che negli ultimi cinque anni abbiano riportato condanne per le violazioni di cui alla lettera a);

c) non abbiano rapporti di subfornitura o di fornitura, neanche tramite licenziatari, con imprese produttive estere che nei propri luoghi di lavoro, o in quelli di strutture subappaltate, violano le convenzioni dell'Organizzazione internazionale del lavoro (OIL) ratificate dallo Stato italiano, relative al lavoro forzato, all'età minima di assunzione al lavoro, ai diritti economici e previdenziali, alle libertà sindacali, alla contrattazione collettiva, alla non discriminazione, al pari trattamento economico, alla tutela della salute dei lavoratori, al lavoro a domicilio;

d) non possiedano all'estero attività produttive, siano esse in proprietà esclusiva o in compartecipazione, in cui si violano le convenzioni di cui alla lettera c).

2. Gli accertamenti di cui al comma 1 sono basati su sopralluoghi, sull'audizione di tutti i soggetti, sia italiani che esteri,

informati sui fatti, sui rapporti presentati dalle società di certificazione accreditate presso sistemi indipendenti di controllo sociale, sui rapporti presentati dall'OIL, da altre istituzioni internazionali e dalle amministrazioni pubbliche, sui rapporti delle organizzazioni sindacali, sia di tipo nazionale che internazionale, sui rapporti delle associazioni italiane ed estere informate sui fatti, sugli studi dei centri di ricerca, sui servizi stampa.

3. Con proprio regolamento l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, su proposta della sezione, definisce i criteri e le procedure di controllo, la documentazione e le certificazioni obbligatorie che le imprese richiedenti devono presentare a proprie spese, nonché gli impegni che le imprese richiedenti devono assumersi per dare garanzia di rispetto costante delle convenzioni di cui all'articolo 1, comma 1, e per facilitare l'attività di vigilanza della medesima Autorità.

4. L'impresa autorizzata, ai sensi del presente articolo ad esporre il marchio QL+ può esibirlo su tutti i suoi prodotti, su tutta la sua pubblicità e ovunque compaia il suo nome.

5. La concessione del marchio QL+ è sottoposta a revisione triennale e può essere revocata in qualsiasi momento. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, tramite la sezione, concede all'impresa un congruo periodo di tempo per adeguarsi al provvedimento.

6. Qualsiasi uso improprio del marchio o qualsiasi tentativo per attribuirgli significati e funzioni diversi da quelli previsti dalla presente legge è punito con una sanzione pecuniaria, consistente nel pagamento di una somma compresa fra l'1 e il 5 per cento del fatturato dell'impresa medesima.

7. Ogni prodotto deve recare riportato sull'etichetta il Paese di origine. Nel caso di prodotti che incorporano componenti o fasi di lavoro avvenuti in più Paesi, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, tramite la sezione, definisce i criteri di etichettatura, con lo scopo di informare il consumatore sui Paesi che,

per materie prime e ore di lavoro, hanno contribuito maggiormente alla produzione del bene.

ART. 10.

(Modifica della disciplina sul sostegno all'esportazione).

1. Al comma 1 dell'articolo 7 della legge 26 febbraio 1987, n. 49, è aggiunto in fine, il seguente periodo: « Per accedere ai crediti agevolati è obbligatorio essere titolari del marchio di qualità sociale rilasciato dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato sulle condizioni socio-ambientali della produzione ».

2. Al comma 1 dell'articolo 4 della legge 24 aprile 1990, n. 100, è aggiunto, in fine, il seguente periodo: « Il Mediocredito centrale, prima di concedere i crediti agevolati, deve verificare che gli operatori italiani interessati siano titolari del marchio di qualità sociale rilasciato dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato sulle condizioni socio-ambientali della produzione ».

3. All'articolo 2 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 143, è aggiunto, in fine, il seguente comma:

« 3-bis. L'istituto non può compiere operazioni nei confronti di soggetti sprovvisti del marchio di qualità sociale rilasciato dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato sulle condizioni socio-ambientali della produzione ».

4. All'articolo 2 del decreto-legge 28 maggio 1981, n. 251, convertito, con modificazioni, dalla legge 29 luglio 1981, n. 394, è aggiunto, in fine, il seguente comma:

« Per accedere ai finanziamenti del fondo è obbligatorio essere titolari del marchio di qualità sociale rilasciato dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato sulle condizioni socio-ambientali della produzione ».

ART. 11.

(Disposizioni finanziarie).

1. All'onere derivante dall'attuazione della presente legge si provvede a decorrere dal 2001 mediante corrispondente riduzione dello stanziamento iscritto, ai fini del bilancio triennale 2001-2003, nell'ambito dell'unità previsionale di base di parte corrente « Fondo speciale » dello stato di previsione del Ministero del tesoro, del bilancio e della programmazione economica per l'anno 2001, allo scopo parzialmente utilizzando l'accantonamento relativo al medesimo Ministero.

ART. 12.

(Norme transitorie e finali).

1. La nomina dei membri dell'ufficio di presidenza della sezione è effettuata entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge.

2. La presente legge entra in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale*.

Lire 500 = € 0,26



14PDL0004940