CAMERA DEI DEPUTATI N. 2986

PROPOSTA DI LEGGE

d'iniziativa del deputato OLIVO

Provvidenze ed agevolazioni per interventi di comunicazione sul mercato del lavoro

Presentata il 28 luglio 1993

ONOREVOLI COLLEGHI ! — La presente proposta di legge intende proporre l'adozione di provvedimenti che svolgano una incisiva ed immediata azione contro la disoccupazione, tramite una strategia di incentivazione di programmi e progetti di comunicazione rivolti ai soggetti in difficoltà occupazionali e volti a realizzare efficaci azioni di comunicazione che aiutino questi ultimi nell'elaborazione di comportamenti e strategie che abbiano come risultato l'inserimento, la collocazione o la ricollocazione nel mondo del lavoro.

In tal senso, la proposta di legge individua nelle attività di informazione e comunicazione intorno alle tendenze ed alle dinamiche del mercato del lavoro, un importante strumento di politica attiva per l'impiego.

Il presupposto da cui prende avvio la proposta vede così il mercato del lavoro caratterizzato da un alto grado di complessità ed incertezza in cui il ruolo riequilibratore che la comunicazione può giocare si rivela di estrema importanza per facilitare un incontro più diretto tra domanda ed offerta di lavoro.

Il mercato del lavoro si dimostra sempre più una sede di incontro tra domanda ed offerta nel quale vigono condizioni di informazione imperfetta sui fattori che orientano le scelte razionali degli attori del mercato (imprenditori, servizi pubblici, sindacati, forze lavoro, popolazione). Esso è oggi una realtà dotata di una strutturale complessità in cui il rapporto tra sviluppo economico industriale ed occupazionale si presenta fortemente articolato. È perciò da questo punto di vista

che, nelle esperienze di gestione del mercato del lavoro italiano, cresce l'interesse per le problematiche legate all'adozione di sistemi più capaci di offrire servizi di informazione a favore dei soggetti in difficoltà e diretti a favorirne la collocazione in attività lavorative anche di tipo autonomo o cooperativo. In questa direzione vanno anche alcuni tra i più importanti provvedimenti legislativi degli ultimi anni, come la legge 28 febbraio 1987, n. 56, la legge 23 luglio 1991, n. 223, e il recente decreto-legge 20 maggio 1993, n. 148, convertito, con modificazioni, dalla legge 14 luglio 1993, n. 236.

Tuttavia, anche queste disposizioni sembrano ancora limitate da un'ambiguità di fondo, consistente nel vedere l'informazione solo come momento di efficienza e non di governo del mercato del lavoro. Si tratta di una grave distorsione delle nostre politiche del lavoro, da cui deriva purtroppo uno scarso utilizzo della comunicazione come attività di indirizzo e di valutazione degli stessi interventi volti a favorire l'occupazione. La conseguenza è che questi ultimi risultano sovente muoversi in un circolo vizioso di produzione di norme, decreti, finanziamenti, interventi realizzati però senza alcuna copertura comunicativa e quindi incapaci di ridurre le tensioni del mercato del lavoro o di contribuire a renderlo meno involuto per i soggetti che dovrebbero esserne i fruitori.

Per non parlare, poi, della desolante scarsità di risorse destinate alla comunicazione sul lavoro, che pone il nostro paese in posizione di fanalino di coda rispetto agli omologhi europei, spesso impegnati in ingenti sforzi finanziari e professionali su questo versante. Solo come esempio tra i più recenti, ricordiamo infatti come in Francia si siano investiti nel corso del 1992 oltre 445 milioni di franchi (circa 130 miliardi di lire) in attività di comunicazione pubblica. Di questa spesa, ben 128,6 milioni di franchi (pari a 38 miliardi di lire) – ovvero il doppio rispetto al 1991 – sono stati destinati ai settori del lavoro, occupazione e formazione professionale.

Negli ultimi tempi, inoltre, la nascita di soggetti privati, o facenti parte del privato sociale che si occupano di coprire il vuoto lasciato dal settore pubblico è stata quasi esponenziale. Prolificano dappertutto, anche sull'onda di movimenti di solidarietà, una serie di centri che hanno come principale attività quella di fornire una informazione a vari soggetti, siano essi in difficoltà occupazionali oppure alla ricerca di percorsi professionali. Va qui evidenziato al di là della bontà di molte di queste iniziative, il pericolo di questa informazione di supplenza, la quale ha alcuni limiti: provoca l'esclusione di quella parte della popolazione non legata alle prerogative ideologiche, etiche, religiose che sono alla base della nascita di queste strutture; rende meno trasparente il mercato del lavoro, racchiudendo le sue dinamiche entro un rapporto di tipo privatistico; apre la strada ad utilizzi commerciali della comunicazione sul mercato del lavoro; rende più complesso, infine, il raggiungimento di un sistema omogeneo di informazioni sulle dinamiche del mercato.

La proposta di legge qui presentata punta così ad una rilevante azione di sostegno delle attività pubbliche ma anche private e miste tendenti a comunicare i contenuti delle dinamiche del mercato del lavoro, attraverso un programma di incentivazione delle attività di comunicazione e all'adozione di provvidenze ed agevolazioni per enti radiotelevisivi o società editoriali che intendano contribuire alla sensibilizzazione dei soggetti in cerca di lavoro o vocati all'autoimprenditorialità, per unità produttive che abbiano l'esigenza di una maggior trasparenza dei posti disponibili o vacanti e per cooperative di giovani che abbiano come finalità la comunicazione sul mercato del lavoro per scopi essenzialmente finalizzati all'occupazione in determinate aree.

Proprio a questo proposito, la presente proposta di legge vuole armonizzare i programmi centrali di comunicazione sul lavoro con quelli delle varie realtà territoriali, secondo modalità di collaborazione fattiva con organismi sia pubblici che privati interessati ad accrescere la trasparenza dei propri mercati del lavoro.

PROPOSTA DI LEGGE

—

ART. 1.

(Interventi di comunicazione nel mercato del lavoro).

1. Allo scopo di realizzare interventi finalizzati ad aiutare i soggetti in difficoltà occupazionale, il Ministro del lavoro e della previdenza sociale predispone misure intese a dare maggiore trasparenza al mercato del lavoro, ad aumentare la conoscenza delle sue dinamiche, nonché a favorire una corretta comunicazione tra gli enti pubblici e privati operanti nel mercato del lavoro e le persone che in esso cercano un inserimento, una collocazione e una ricollocazione.

2. Le misure di cui al comma 1 si propongono di realizzare i seguenti obiettivi:

a) favorire le condizioni per la riduzione della complessità e dell'incertezza derivante dai fenomeni e dalle tendenze del mercato del lavoro, rimuovendo gli ostacoli di tipo informativo che non permettono il compimento di adeguate scelte professionali e lavorative o di cogliere appieno le opportunità offerte dal mercato;

b) sostenere le attività pubbliche, private e miste, che abbiano finalità di promozione del lavoro, attraverso programmi di incentivazione, anche integrati con finanziamenti della Comunità europea, delle attività di comunicazione dei contenuti e delle dinamiche del mercato del lavoro.

ART. 2.

(Incentivazione delle attività di comunicazione sul lavoro).

1. Il Ministero del lavoro e della previdenza sociale eroga incentivi a soggetti pubblici e privati operanti nel mercato del

lavoro che presentino progetti rientranti nelle finalità di cui all'articolo 1, comma 2, e destinati in particolare alle attività di:

a) ricerca, studio, documentazione e pubblicazione su problemi connessi alla comunicazione sul mercato del lavoro, sia in ambito territoriale che legati alle iniziative adottate da organismi internazionali e della Comunità europea in materia;

b) comunicazione di carattere collettivo per la diffusione di informazioni sull'evoluzione dell'organizzazione del lavoro e della dinamica della professionalità al fine di individuare fabbisogni di formazione professionale o scolastica;

c) informazione, anche attraverso mezzi di comunicazione di massa, sulle opportunità normative, finanziarie, promozionali e formative offerte dagli enti centrali, regionali e locali e settoriali di governo del mercato del lavoro;

d) ogni altra iniziativa di comunicazione che abbia come scopo il supporto alle scelte lavorative, professionali e formative dei seguenti soggetti:

1) giovani in cerca di primo impiego ovvero in transizione dalla scuola al mondo del lavoro;

2) donne in cerca di occupazione;

3) disoccupati di lungo periodo;

4) lavoratori posti in cassa integrazione guadagni, in lista di mobilità ovvero intenzionati ad essere occupati in lavori socialmente utili;

5) persone in condizione di debolezza sul mercato del lavoro, quali disabili, portatori sociali, fisici e psichici di *handicap*, lavoratori extracomunitari, invalidi civili;

6) lavoratori interessati a processi di mobilità verticale sui luoghi di lavoro, ad elevare la propria professionalità o alla mobilità sociale;

e) sviluppo delle tecniche di comunicazione, sia tradizionali che integrate, fi-

nalizzate al reperimento del posto di lavoro;

f) sensibilizzazione, anche mediante i mezzi pubblicitari, sulle tematiche del lavoro e sulla promozione di una adeguata cultura del lavoro.

ART. 3.

(Progetti di comunicazione sul lavoro).

1. Per le finalità previste dall'articolo 2 possono presentare progetti di comunicazione:

a) enti locali ed istituti pubblici comunque denominati;

b) aziende e loro consorzi, società consortili anche in forma cooperativa;

c) enti di informazione stampata, radiofonica e televisiva e agenzie pubblicitarie;

d) cooperative di giovani;

e) scuole, università, istituti specializzati, centri privati di informazione sul lavoro a carattere sindacale, privato, sociale.

2. Con uno o più decreti, il Ministro del lavoro e della previdenza sociale definisce i requisiti dei soggetti che possono presentare progetti di comunicazione, i termini di presentazione e i modelli in conformità dei quali vanno redatte le domande di incentivazione, nonché dei contributi da concedere a tal fine.

ART. 4.

(Istituzione del Nucleo di valutazione dei progetti di comunicazione).

1. Presso il Ministero del lavoro e della previdenza sociale è istituito, con decreto del Ministro, il Nucleo di valutazione dei progetti di comunicazione sul lavoro, composto da:

a) il Ministro del lavoro e della previdenza sociale o per sua delega un fun-

zionario del Ministero del lavoro e della previdenza sociale col grado di direttore generale;

b) due esperti dotati di specifica e documentata esperienza nei settori dell'informazione professionale e della comunicazione di pubblica utilità;

c) un rappresentante dei centri privati di orientamento;

d) rappresentanti degli imprenditori e dei lavoratori;

e) rappresentanti dell'informazione stampata, televisiva e radiofonica;

f) un rappresentante del Comitato nazionale per l'attuazione dei princìpi di parità di trattamento ed uguaglianza di opportunità fra lavoratori e lavoratrici.

2. Per esigenze particolari, legate a specificità territoriali o di contenuto dei progetti presentati, il Nucleo di valutazione può avvalersi del parere consultivo di esperti del settore trattato, da individuare preferibilmente in strutture pubbliche preposte ad attività di politica attiva del lavoro, di osservazione del mercato del lavoro o di comunicazione di pubblica utilità.

3. Il Nucleo di valutazione svolge i seguenti compiti:

a) esamina i progetti di comunicazione sul lavoro di cui all'articolo 3 e ne accerta la conformità agli indirizzi della presente legge;

b) propone al Ministro del lavoro e della previdenza sociale l'elenco dei progetti di cui all'articolo 3 da ammettere agli incentivi e di quelli non ammessi a finanziamento, motivandone l'esclusione;

c) definisce l'ammontare dei contributi da concedere per ciascun progetto, in conformità con quanto stabilito nei decreti di cui all'articolo 3, comma 2;

d) trasmette al Ministro del lavoro e della previdenza sociale una relazione annuale sullo stato di attuazione della legge e dei progetti approvati.

ART. 5.

(Forme regionali di collaborazione).

1. Al fine di rendere omogenee le strategie di comunicazione e di realizzare iniziative che tengano conto delle specificità dei mercati del lavoro locali e del grado di incidenza degli enti di comunicazione presenti nei vari territori, il Ministero del lavoro e della previdenza sociale è autorizzato a stipulare convenzioni con i soggetti pubblici di cui all'articolo 3, comma 1, lettera *a)*, prevedendo in esse la partecipazione al contributo per attività di comunicazione sul lavoro e individuando opportune forme di coordinaento e di cooperazione tra soggetti pubblici e privati che operano sui vari mercati del lavoro.