

SENATO DELLA REPUBBLICA

————— XIII LEGISLATURA —————

!

N. 2108

DISEGNO DI LEGGE

**d’iniziativa dei senatori SERVELLO, BONATESTA, FLORINO,
MULAS e MAGGI**

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 13 FEBBRAIO 1997

Norme per la tutela dei lavoratori
addetti ai servizi pubblicitari

ONOREVOLI SENATORI. - Il disegno di legge che qui presentiamo si propone di disciplinare in qualche modo l'attività professionale delle indossatrici/ori, delle fotomodelle/i e delle altre figure simili che operano in questo specifico settore del lavoro legato soprattutto al mondo della moda e dello spettacolo.

Si tratta di norme volte a tutelare la categoria e a regolamentare il mondo del lavoro in attesa che, a livello regionale, vengano meglio definite le varie scuole ed i corsi professionali che dovranno occuparsi della formazione di tutti quei giovani che vogliono intraprendere questa specifica carriera lavorativa.

In particolare si vuole dare una precisa indicazione per quanto riguarda il collocamento che inquadri il mondo della moda nello spettacolo, al fine di evitare le azioni di sfruttamento che agenzie - più o meno fasulle - compiono ai danni di questi lavoratori. Il problema, infatti, diventa ogni giorno più impellente e, se da un lato, come abbiamo già detto, è necessario che le regioni si adoperino affinché venga definito al più presto un «corso di studi» preciso e specifico, tale da assicurare l'indispensabile livello di serietà e di professionalità della categoria, dall'altro siamo convinti che solo attraverso una normativa puntuale che disciplini questi rapporti di lavoro si riesca ad avere un certo controllo di questa fetta di mercato che oggi - per quanto riguarda il territorio nazionale - conta oltre 30 mila soggetti che lavorano nei vari settori pubblicitari, attraverso filmati televisivi e non, materiale fotografico di vario tipo, nonché partecipazioni a sfilate di moda dal più piccolo al più alto livello; un vero e proprio esercito di lavoratori (soprattutto lavoratrici) che troppo spesso vengono taglieggiati

da quell'infinito numero di pseudo-agenzie di collocamento privato che, eufemisticamente, si definiscono e si fanno chiamare «agenzie di mediazione» le quali ai più inesperti di questi lavoratori arrivano a richiedere fino al 60 per cento del compenso che pattuiscono con il loro datore di lavoro.

L'articolo 5 prevede l'istituzione di uno specifico «registro dei committenti di lavoro pubblicitario»; sarà cura dell'Ufficio provinciale del lavoro tenere questo registro al quale dovranno obbligatoriamente iscriversi «coloro che intendano commettere lavoro attinente alla pubblicizzazione di prodotti». Ecco come, a nostro avviso, si può tentare di intraprendere una strada di chiarezza; in tal modo possiamo ottenere quel controllo volto ad eliminare tutte quelle situazioni di contratti irregolari che, non solo sfruttano questi lavoratori, ma danneggiano l'immagine della categoria nel suo insieme, in quanto creano grosse fette di concorrenza sleale che va ad incidere direttamente sulla qualità e la professionalità degli operatori.

Il preciso elenco dei datori di lavoro è quindi garanzia di correttezza per i lavoratori e per le loro capacità.

A ciò si aggiunga che l'articolo 7 si occupa del trattamento previdenziale che in un lavoro come questo, (che si svolge per lo più saltuariamente ed a tempo determinato), ha sempre un aspetto molto aleatorio.

Da ultimo non potevano mancare alcune indicazioni per quanto riguarda le sanzioni, pertanto all'articolo 9 è prevista l'ammenda da lire 1 milione fino a 5 milioni per chi non rilascia al lavoratore il prospetto paga di cui all'articolo 8 (ex legge 5 gennaio 1953, n. 4); mentre per la inosservanza di quanto disposto da questo disegno di legge - che ci auguriamo divenga al più presto legge e quindi normativa a tutti gli effetti -

le ammende previste vanno da 5 a 10 milioni di lire.

Certi che la sensibilità di tutti gli onorevoli senatori per i problemi di questa particolare categoria di lavoratori, non frapperà inutili tempi di attesa per il suo *iter* di ap-

provazione, confidiamo che l'occasione di affrontare il tema in un costruttivo confronto delle forze politiche parlamentari darà un utile contributo all'auspicato, successivo intervento del legislatore regionale per il necessario ordinamento professionale.

DISEGNO DI LEGGE**Art. 1.**

1. La presente legge si applica ai rapporti di lavoro riguardanti gli addetti ai servizi di pubblicizzazione, con qualsiasi mezzo, di articoli o prodotti comunque commercializzati e rientranti nelle tabelle merceologiche previste dalla legge in vigore.

Art. 2.

1. Ai sensi della presente legge, per addetti ai servizi di pubblicizzazione di articoli o prodotti si intendono anche gli indossatori, i fotomodelli ed ogni altra figura professionale di entrambi i sessi che, di fatto, eserciti l'attività di pubblicizzazione dei capi indossati o delle linee di produzione per conto terzi.

2. Possono svolgere l'attività di addetto ai servizi di pubblicità coloro che siano in possesso di un attestato di idoneità rilasciato dai competenti organi regionali o da un ente preposto.

3. Possono altresì svolgere la predetta attività coloro che, all'entrata in vigore della presente legge, abbiano maturato almeno due anni di specifica esperienza nel settore. A tal fine i lavoratori interessati devono produrre idonea certificazione all'Ufficio provinciale del lavoro e della massima occupazione competente per territorio che rilascia all'interessato l'attestazione comprovante l'idoneità allo svolgimento dell'attività di addetto alla pubblicizzazione dei prodotti.

Art. 3.

1. La subordinazione, agli effetti della presente legge ed ai sensi dell'articolo 2094 del codice civile, ricorre quando il lavorato-

re, indipendentemente dalla durata del rapporto di lavoro, sia tenuto ad osservare le direttive dell'imprenditore pubblicitario circa le modalità di esecuzione e le caratteristiche del servizio di pubblicità.

Art. 4.

1. L'assunzione del personale addetto alla pubblicizzazione dei prodotti avviene ai sensi della legge 28 febbraio 1987, n. 56, e successive modificazioni.

2. Le indossatrici, gli indossatori, le fotomodelle e i fotomodelli appartenenti o non appartenenti a Paesi membri dell'Unione europea, devono essere iscritti, in relazione alla loro specifica e documentata professionalità, all'Ufficio del lavoro e della massima occupazione competente per territorio.

Art. 5.

1. È istituito il «registro dei committenti di lavoro pubblicitario» da tenersi presso ogni Ufficio provinciale del lavoro e della massima occupazione al quale sono obbligati ad iscriversi coloro che intendano commettere lavoro attinente alla pubblicizzazione di prodotti.

2. Il registro di cui al comma 1, numerato in ogni pagina, deve essere presentato, prima dell'uso, all'Ispettorato provinciale del lavoro per la relativa vidimazione.

3. L'Ufficio provinciale del lavoro e della massima occupazione deve trasmettere alle sezioni circoscrizionali per l'impiego l'elenco dei datori di lavoro committenti lavoro pubblicitario.

Art. 6.

1. Nel caso in cui il datore di lavoro commetta lavoro pubblicitario in più province deve essere iscritto nel registro di ciascuna provincia.

2. I datori di lavoro o le agenzie riconosciute dall'Ispettorato del lavoro che eseguono lavoro pubblicitario, previa autorizzazione della questura competente, sono obbligati a tenere uno specifico registro per

la trascrizione dei nominativi ed il relativo domicilio dei lavoratori, nonchè l'indicazione dell'entità del lavoro eseguito e la relativa retribuzione.

Art. 7.

1. Ai lavoratori addetti ai servizi di pubblicizzazione dei prodotti di cui alla presente legge si applicano, in materia di assistenza e previdenza, le norme vigenti per i lavoratori subordinati del settore spettacolo, fatta eccezione per riconoscimenti integrativi specifici di tale settore.

Art. 8.

1. Il datore di lavoro o le agenzie sono tenuti a rilasciare mensilmente, e comunque alla fine di ogni servizio pubblicitario, al lavoratore addetto alla pubblicizzazione di prodotti, il prospetto paga di cui all'articolo 1 della legge 5 gennaio 1953, n. 4.

2. La legge 18 aprile 1962, n. 230, articolo 1, lettera c) è applicabile ai rapporti di lavoro a tempo determinato riguardanti i servizi di pubblicizzazione dei prodotti.

Art. 9.

1. Il datore di lavoro o le agenzie, committenti di servizi di pubblicità, che contravvengano alle disposizioni di cui all'articolo 8, sono puniti con l'ammenda da lire 1 milione a lire 5 milioni per ogni lavoratore e per ogni giornata di lavoro.

2. Il datore di lavoro o le agenzie, committenti di servizi di pubblicità che contravvengano alle disposizioni di cui alla presente legge, fatta eccezione per l'articolo 8, sono puniti con l'ammenda da lire 5 milioni a lire 10 milioni.

3. Restano salve, in quanto applicabili, le penalità comminate per le infrazioni alle norme vigenti in materia di assicurazioni sociali, di tutela delle lavoratrici madri, di collocamento ed ogni altra norma di tutela legale dei lavoratori.

