

# CODICE ETICO DI ITER

## **Introduzione**

Negli ultimi anni si registrano nuovi e non sempre positivi scenari politici ed economici che se da una parte vedono crescere la responsabilità del Comune nella risposta ai bisogni ed alle domande dei cittadini, dall'altra registrano una continua riduzione delle risorse disponibili, con la conseguenza di indirizzare gli interventi alla semplice erogazione di servizi obbligati nei confronti della scuola (mense, trasporti, assistenza handicap, manutenzione edilizia) e dei servizi per l'infanzia di competenza comunale. Ciò rappresenta per la Città, per le sue politiche di trasformazione, un errore strategico.

Un errore strategico ancor più evidente nel momento che tutti i documenti dell'ANCI (Associazione Nazionale Comuni d'Italia) sottolineano l'importanza della scuola come ambito di intervento privilegiato in cui non solo si investono consistenti risorse finanziarie ed organizzative, ma si assumono rilevanti responsabilità nei confronti della formazione dei cittadini più giovani.

I Comuni sono chiamati sempre più a impegnarsi in prima linea nella creazione delle condizioni del far scuola, mettendo a disposizione gli edifici e le attrezzature, provvedendo alle manutenzioni e alla fornitura di beni e di servizi, programmando la rete scolastica, sostenendo progetti ed iniziative educative e didattiche, promuovendo relazioni e collaborazioni tra le scuole e il territorio.

In questi anni, in cui il sistema scolastico è investito da un clima di riforma "permanente" che genera sovente confusione ed incertezza, i comuni si sono fatti carico di sostenere e compensare la mancanza di punti di riferimento certi ed efficaci, superando il ruolo di ente che si limita a fornire alle scuole, in modo meccanico, beni e servizi ed assumendo il ruolo, riconosciuto anche dai recenti atti di riforma, di partner fondamentale della scuola dell'autonomia, in quanto rappresenta la comunità e partecipa dei piani dell'offerta formativa.

Per cercare di garantire il livello di servizi che hanno contraddistinto Torino come città laboratorio nel campo dell'educazione e per rispondere alle esigenze di flessibilità, economicità ed efficienza che caratterizza il contesto attuale, nel novembre del 2004 la Città di Torino ha deciso la costituzione dell'Istituzione Comunale ITER (Istituzione Torinese per una Educazione Responsabile).

Questo organismo comprende i Centri di Cultura per l'Infanzia e l'Adolescenza e tutti quei servizi che non sono legati direttamente alla gestione del quotidiano, quindi legati ad una tempistica ed a una programmazione che si svolga esternamente all'ambito della scuola e dei servizi diretti, quali i nidi e le scuole dell'infanzia, in quanto l'Istituzione è lo strumento comunale più adatto per gestire in proprio i servizi di questo tipo in modo efficiente e manageriale.

Infatti con l'Istituzione, il Comune mantiene la guida delle competenze in tema di educazione e, nel contempo, si dota di un braccio operativo agile, efficiente e conveniente.

L'Istituzione è un organismo strumentale senza personalità giuridica, possiede propria autonomia gestionale e nelle esperienze fatte finora si è qualificata come uno strumento per la gestione di servizi pubblici che non abbiano un carattere imprenditoriale ma richiedano una gestione più flessibile e rapida.

Il Comune attraverso il proprio potere di indirizzo e di controllo, mantiene una supervisione sull'Istituzione.

L'Istituzione si richiama, nelle sue finalità generali, alla "Convenzione Internazionale dell'ONU sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza", alla "Carta delle Città Educative", ai principi contenuti nel "piano nazionale di azione ed interventi per la tutela dei diritti e lo sviluppo dei soggetti in età evolutiva" predisposto ai sensi della legge n. 451/1997, ai vigenti regolamenti comunali in materia ed ai quadri pedagogici di riferimento utilizzati nell'ambito del sistema educativo comunale.

Considerato questo quadro di riferimento, l'Istituzione persegue le seguenti finalità:

- programmare, gestire e potenziare, nell'ambito di un progetto unitario, i servizi educativi e culturali promossi dalla Città per i nidi, le scuole dell'infanzia e dell'obbligo e per i cittadini da 0 a 14 anni e le loro famiglie;
- valorizzare i diritti e le potenzialità delle bambine e dei bambini, delle famiglie, del personale insegnante, delle/ degli operatrici/ operatori e, nonché la partecipazione di tutti i soggetti coinvolti nel processo educativo;
- promuovere la professionalità e la cultura educativa attraverso un processo permanente di formazione, ricerca e sperimentazione;

- perseguire, anche attraverso processi e strategie di rete, il confronto ed il dialogo con i soggetti pubblici e privati che operano nel campo culturale, educativo e scolastico, con particolare riferimento all'infanzia ed al nuovo sistema dell'istruzione introdotto con l'autonomia scolastica;
- operare confronti, partecipazioni e partenariati anche a livello internazionale, in primo luogo nell'ambito dell'Associazione Internazionale delle Città Educative.

## **Premessa**

Le disposizioni a livello nazionale che raccomandano una maggiore efficacia ed efficienza nella produzione di servizi pubblici, la ricerca di risorse integrative, rispetto alle sole risorse pubbliche si integrano con la tendenza al rinnovamento presente in ogni organizzazione che comporta principalmente la necessità di soddisfare livelli crescenti di bisogni e attese e il tentativo di tener conto di nuovi bisogni, senza standardizzarsi sulla sola risposta a quelli conosciuti

Si tratta di trovare una risposta all'esigenza di raggiungere una maggiore autonomia rispetto al finanziamento pubblico, attraverso una più elevata capacità di investimento e la continuità nella creazione di valore pubblico secondo una linea di azione che vede l'azione pubblica capace di soddisfare tre condizioni principali, raffigurate in un triangolo strategico, composto da: la percezione della creazione di valore pubblico, la sostenibilità operativa e amministrativa, la legittimazione e il sostegno nell'ambiente di riferimento.

I processi di creazione di valore pubblico devono rispondere all'esigenze delle logiche manageriali per evitare il disperdersi delle risorse e consentire la risposta efficiente ai bisogni della collettività.

Questo non implica, necessariamente, l'intervento di soggetti privati nella gestione dei servizi, ma presuppone certamente una maggiore autonomia e responsabilizzazione delle strutture che li erogano.

Per sviluppare capacità di investimento e accrescere il servizio reso (valore pubblico) occorrono due fattori: capacità di fund raising, intesa come attività istituzionalizzata di ricerca di fonti finanziarie integrative del contributo pubblico e efficienza gestionale.

In questi anni, sono state intraprese numerose iniziative per incentivare una maggiore collaborazione con il mondo imprenditoriale, anche alla luce del vigente testo unico degli enti Locali che consente ai predetti Enti, di reperire risorse attraverso la stipula di contratti di sponsorizzazione.

### **Art.1**

#### **Definizione**

Il presente codice etico, redatto secondo quanto disposto dall'art. 7 del Regolamento dell'Istituzione approvato con deliberazione Consiglio Comunale del 15 novembre 2004, intende garantire il possesso dei requisiti sociali e ambientali degli sponsor .

Per sponsor si intende, ai sensi dell'art. 119 del Testo Unico delle leggi sull'ordinamento degli Enti locali, il soggetto privato o pubblico che intende promuovere il proprio marchio , attività, prodotti e servizi e che ha come obiettivo di migliorare o modificare la percezione pubblica dell'azienda che rappresenta attraverso il corrispettivo in denaro, ovvero in prestazioni (dirette o indirette).

### **Art.2**

#### **Condizioni**

La ricerca di sponsorizzazione è subordinata al ricorrere delle seguenti condizioni:

- perseguimento degli interessi pubblici
- esclusione di conflitti di interesse tra attività pubblica e privata
- conseguimento di un risparmio di spesa

### **Art.3**

#### **Valutazione delle proposte**

La comparazione delle proposte sarà effettuata prendendo in considerazione i seguenti criteri:

- la convenienza economica, da intendersi come valore della partecipazione dello sponsor
- la possibilità di miglioramento del servizio offerto dall'Istituzione ai propri utenti
- la coerenza ed integrazione tra attività pubblica e promozione dello sponsor

- il comportamento socialmente responsabile del soggetto proponente la sponsorizzazione, secondo quanto definito nel successivo art. 4

Art.4

#### **Comportamento socialmente responsabile**

Per comportamento socialmente responsabile di un soggetto imprenditoriale si intende: Aziende che hanno intrapreso la strada dell'etica di comportamento sia attraverso certificazioni istituzionalmente riconosciute (SA8000, ISO9001, ISO 9004) sia prevedendo diverse fasi di lavoro:

- visione etica di impresa: come bilanciamento etico tra gli interessi dei diversi stakeholders
- costituzione di un codice etico: che contiene i principi sui diritti e doveri dell'azienda nei confronti degli stakeholders e le norme di comportamento per area a rischio nelle relazioni con gli stakeholders
- formazione etica: per trasmettere ai dipendenti il senso di impegno sui principi e le norme di condotta
- sistemi organizzativi di attuazione: comitato etico per fare un controllo top-down e sviluppare un dialogo bottom-up per integrare la responsabilità negli obiettivi di lavoro, sistemi di incentivazione del personale
- rendicontazione sociale: con il bilancio sociale dove si descrivono sia il valore economico distribuito sia gli altri benefici ottenuti e i costi allocati dalla gestione. Nel bilancio sociale viene data voce anche agli stakeholders in modo da garantire la credibilità della rendicontazione

Di conseguenza sono soggetti con comportamento socialmente responsabile:

- le Aziende che si distinguono per l'alta qualità, affidabilità e valore del proprio lavoro
- le Aziende che hanno dimostrato un modo innovativo di aiutare la comunità.
- le Aziende che fanno sensibilizzazione sui temi dei diritti umani, il lavoro, la salute
- le Aziende che hanno politiche molto positive per i propri dipendenti e verso l'ambiente.
- le Aziende che sono aperte a dare informazioni sulle attività.

Art. 5

#### **Facoltà di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili**

L'Istituzione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:

- a. Ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
  - b. Ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle sue iniziative o attività;
  - c. Ritenga opportuno effettuare ulteriori verifiche, a seguito di segnalazione di opportunità generale, avanzata dal Comitato di Direzione o da altri organi interni all'amministrazione comunale.
- 
- a. Sono in ogni caso escluse, oltre alle sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità, anche in forma indiretta, vietate in tutto o in parte secondo la normativa in vigore e di propaganda da parte di partiti o altre forze istituzionalmente rappresentate, quelle di diffusione di messaggi offensivi, incluse espressione di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività non rispettino i seguenti principi come definiti dalla Risoluzione 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani del 13 Agosto 2003 e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, e in particolare:

- a. Rispetto del diritto pari opportunità e a trattamento non discriminatorio
- b. Rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
- c. Rispetto dei diritti dei lavoratori (inclusi specificamente l'esclusione del lavoro forzato, del lavoro minorile, di salari inferiori ai redditi reali di sussistenza, del mancato rispetto delle legislazioni locali di tutela);
- d. Rispetto degli assetti istituzionali; delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinarie; degli interessi pubblici; delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza, dei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare

- riferimento al divieto di pratiche corruttive; delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano;
- e. Rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori (specie in relazione alla qualità e sicurezza dei prodotti, alla trasparenza di etichette e prezzi, alla pubblicità ingannevole, a politiche di dumping, all'impiego di prodotti e processi basati su mutazioni genetiche non sicure ai sensi della vigente normativa);
  - f. Rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente (specie in relazione ai danni o minacce alla biodiversità, a processi industriali causa di effetto serra e distruzione della fascia di ozono, alla distruzione di risorse naturali, a tutti gli inquinamenti chimici).

Sono esclusi i soggetti a qualunque titolo coinvolte nella produzione o commercializzazione di tabacco e alcool e armi.

La valutazione del mancato rispetto dei suddetti principi è compiuta sulla base di accertamenti recati da sentenze, decisioni, risoluzioni, inchieste, rapporti o altri atti ufficiali di autorità nazionali o internazionali.

A tal fine il Comitato di Direzione, previsto dall'art. 6, può avvalersi di ogni fonte di informazione, ivi compresi i contributi conoscitivi forniti da organizzazioni non governative riconosciute a livello internazionale e da associazioni e centri di ricerca presso di esse accreditate

Art. 6

#### **Disposizioni attuative**

La verifica del possesso dei requisiti di cui ai precedenti articolo 3 e a 5 è demandata al Comitato di Direzione, previsto dall'art. 12 del Regolamento dell'Istituzione.

Il Comitato esprime il parere entro 15 giorni dalla data di ricevimento della proposta, decorso inutilmente il predetto termine, il parere si intende espresso in senso favorevole.

Ai fini dello svolgimento delle funzioni di indirizzo generale e di approvazione delle sponsorizzazioni di competenza del Consiglio di Amministrazione, così come stabilito dall'art. 7 del regolamento dell'Istituzione, il Comitato di Direzione con cadenza trimestrale riceve dal Comitato di Direzione un resoconto dettagliato ed aggiornato dei finanziamenti accettati e dei progetti realizzati e che si intendono realizzare.