



SPONSOR ETICI PER ROMA: IL REGOLAMENTO VIOLATO

Dossier sulla mancata attuazione del
Regolamento sugli Sponsor Etici
del Comune di Roma (D.C.C. 214/2004)

Maggio 2007

realizzato da



**Osservatorio Popolare Permanente
su Imprese e Diritti Umani**

www.osservatorioimprese.org

SOMMARIO

Introduzione.....	pag 3
1. A Roma sponsorizzazioni in aumento	pag 4
2. Ma quante sono le sponsorizzazioni esaminate dal Comitato etico?.....	pag 5
3. L'elusione del Regolamento attraverso i patrocinii.....	pag 6
4. I nomi e i numeri delle violazioni del Regolamento sponsor etici.....	pag 7
5. BNL e Capitalia: le banche armate del Comune di Roma.....	pag 10
6. Gli ultimi 3 eventi del Comune di Roma con sponsor non etici.....	pag 11
6. La campagna Sponsor Etici riparte: ecco le richieste.....	pag 13
Oppidum: consulta il nostro sito per scoprire i misfatti di queste imprese.....	pag 14

INTRODUZIONE

Il 15 Novembre 2004, grazie alla Campagna Sponsor Etici per Roma, attiva nella capitale fin dal 2001, il Consiglio Comunale approvava finalmente il regolamento sugli sponsor etici.

Con questo regolamento il Comune di Roma si impegnavo a selezionare i propri sponsor non solo in base alla convenienza economica della sponsorizzazione, ma anche in base all'eticità degli sponsor.

Dopo più di 6 mesi (e con 4 di ritardo rispetto ai tempi imposti dal regolamento) si insediava finalmente il Comitato etico, incaricato di valutare l'eticità delle imprese sponsor. Il Sindaco Veltroni chiamava a presiederlo il presidente emerito della Corte Costituzionale Valerio Onida.

Quel 24 Maggio del 2005, nell'annunciare l'apertura dei lavori del Comitato, il Sindaco dichiarava: "valuteremo gli sponsor con serenità ma con severità".

Oggi, a 2 anni e mezzo dall'entrata in vigore del Regolamento, denunciemo che il regolamento sugli sponsor etici è rimasto lettera morta. Come in altri casi, alla politica degli annunci sui quotidiani, non sono seguiti i fatti.

Il Comune di Roma non effettua la valutazione etica sugli sponsor e tantomeno effettua una valutazione severa.

Sono sempre più numerosi i casi di eventi organizzati o patrocinati dal Comune che non vengono vagliati dal Comitato.

E sono sempre più numerose le aziende irresponsabili che sponsorizzano gli eventi comunali.

Ad oggi Oppidum ha rilevato ben 20 eventi sponsorizzati da 22 imprese che hanno totalizzato 404 sospette violazioni ai principi etici del regolamento.

Su queste 404 sospette violazioni e sull'eticità di questi 22 sponsor il Comitato Etico non si è potuto pronunciare.

Con questo dossier vogliamo dare conto di una situazione di illegalità e di disattenzione ai temi etici ormai inaccettabile, che ci impone la riapertura della Campagna Sponsor Etici per ottenere il rispetto del regolamento.

1.A ROMA SPONSORIZZAZIONI IN AUMENTO

Premesso che in particolare, in ambito locale, gli Enti Locali se per un verso sono chiamati sempre più ad assolvere a compiti primari nella amministrazione del Paese e a soddisfare le attese crescenti del cittadino-utente, dall'altra registrano una continua e progressiva riduzione dei trasferimenti statali destinati a finanziare le attività istituzionali delle Autonomie stesse (dalla Premessa del Regolamento del Comune di Roma per la gestione e la disciplina delle sponsorizzazioni).

In questi 2 anni non si può dire che a Roma si sia ridotto il volume delle sponsorizzazioni. Anzi!

Da una parte sono diminuiti i fondi trasferiti da parte dello stato centrale agli enti locali. Tutti i Sindaci se ne lamentano quando leggono i numeri della finanziaria nazionale.

Dall'altra parte, a Roma, sono aumentate le spese soprattutto per gli eventi culturali, che costituiscono un pilastro del 'modello Roma' proposto dalla Giunta Veltroni.

Queste maggiori spese non possono che essere coperte con la sponsorizzazione delle società private, che in cambio ottengono un guadagno di immagine derivante dall'associare il loro marchio a quello del Comune di Roma e ad un'esperienza positiva vissuta dal cittadino-utente nel corso di una Notte Bianca o di un Festival del Cinema.

Purtroppo l'Osservatorio sulle sponsorizzazioni del Comune di Roma, previsto dal Regolamento sugli sponsor etici proprio per fornire il dato quantitativo e qualitativo delle sponsorizzazioni, non ha ancora visto la luce. Per questo nessuno dispone di dati precisi in materia.

Ma abbiamo potuto constatare che, alla ormai consolidata manifestazione dell'Estate Romana, si sono aggiunte le Notti Bianche, il Telecomcerto, il Festival del Cinema, quello delle Letterature e centinaia di altri eventi più o meno riusciti, più o meno di livello, ma nel complesso molto costosi.

Come riportato il 23 maggio 2007 dal Sole 24 Ore, il Sindaco Veltroni ha dichiarato che i costi sostenuti per la Notte Bianca 2007 da parte del Comune e della Camera di Commercio scendono da 3 a 2 milioni, 'mentre aumentano i contributi degli sponsor'.

2.MA QUANTE SONO LE SPONSORIZZAZIONI ESAMINATE DAL COMITATO ETICO?

L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio e parere del Comitato Etico di cui all'articolo 7, è approvata con Determinazione Dirigenziale del Dipartimento competente per materia. (dall'art. 4, comma 11 del Regolamento del Comune di Roma per la gestione e la disciplina delle sponsorizzazioni).

Secondo il regolamento sugli sponsor etici, tutte le sponsorizzazioni di iniziative del Comune di Roma devono essere sottoposte al vaglio del Comitato Etico, che dovrebbe dare un parere positivo o negativo in base all'eticità dello sponsor.

Ebbene, a fronte di questa rinascita 'culturale' con il suo conseguente dispendio di risorse e fiorire di sponsorizzazioni, pochissime sono quelle che sono passate al vaglio del Comitato Etico.

Secondo i dati ufficiali forniti dal sito del Dipartimento Cultura del Comune www.culturaroma.it, dal 15 novembre 2004 ad oggi, cioè in ben due anni e mezzo, il Comitato Etico si è pronunciato sull'eticità di sole 18 imprese.

A sorprendere in negativo non è solo la quantità delle valutazioni di eticità, ma anche la loro qualità.

Solo un'impresa multinazionale è stata posta al vaglio del Comitato: si tratta dell'IBM, che però non ha potuto essere valutata, perché la richiesta in quel caso è arrivata in ritardo.

Per il resto abbiamo per lo più valutazioni su piccole imprese locali, come Amigos società in accomandita semplice, Cantina Cerveteri società a responsabilità limitata, Immobiliare Altichiero, Gentilini srl.

Eppure negli uffici comunali sono passati sponsor ben più importanti e prestigiosi. Oppidum ha individuato ad esempio sponsorizzazioni da parte di **Acea, Adidas, Alcatel, BNL, Bristol Myers Squibb, Capitalia, Daimler Chrysler, Enel, ENI, Exxon Mobil, Finmeccanica, IBM, Johnson & Johnson, McDonald's, Microsoft, Pepsico, Pfizer, Telecom, Unilever.**

Dopo l'approvazione del Regolamento, e probabilmente a causa delle proteste di cui erano state oggetto negli anni precedenti ad opera del COCS (Comitato Cambia lo Sponsor), si sono fortemente ridotte le sponsorizzazioni da parte di **Coca-Cola, Nestlé e Nike**, che tuttavia non sono sparite del tutto ma hanno sponsorizzato principalmente eventi sportivi e appuntamenti dell'Estate Romana.

Tra i principali sponsor ci sono poi le banche tesoriere del Comune di Roma: **Capitalia (Banca di Roma), BNL e Monte dei Paschi di Siena**, per le quali una certa quantità di sponsorizzazioni è obbligata perché prevista all'interno del contratto per l'affidamento della tesoreria comunale.

3.L'ELUSIONE DEL REGOLAMENTO SUGLI SPONSOR ETICI ATTRAVERSO I PATROCINI

Il Comune si riserva di valutare la concessione di patrocini e contributi sulla base dei principi di cui all'art. 6 (dall'art. 14 del Regolamento del Comune di Roma per la gestione e la disciplina delle sponsorizzazioni).

Nel corso della discussione in sede politica che portò all'approvazione del Regolamento, un grande punto di scontro fu quello relativo ai patrocini. Con il patrocinio il Comune di Roma non incamera direttamente i soldi della sponsorizzazione e non gestisce direttamente l'organizzazione dell'evento, ma si limita per l'appunto a patrocinare l'evento, organizzato e gestito da qualcun altro, cioè 'ci mette il bollino'.

La campagna Sponsor Etici per Roma chiedeva che anche i patrocini fossero sottoposti alla stessa regolamentazione delle sponsorizzazioni, dato che il cittadino difficilmente riesce a distinguere tra evento del Comune di Roma sponsorizzato dall'impresa X ed evento organizzato o sponsorizzato dall'impresa X e patrocinato dal Comune. Il risultato finale è lo stesso, cioè quello di ripulire o legittimare il marchio dell'impresa privata con l'imprimatur del Comune di Roma.

Ma l'opposizione del Comune fu decisa, perché – si diceva – 'le richieste di patrocinio sono molto numerose ed è impossibile controllarle tutte'. Alla fine il punto di compromesso fu di prevedere all'art. 14 del Regolamento che il Comune non era obbligato, ma aveva la facoltà di valutare la concessione di patrocini in base agli stessi principi etici obbligatori per le sponsorizzazioni.

Il risultato è stato che gran parte delle sponsorizzazioni sono state trasformate in patrocini, in modo da eludere il regolamento, mentre l'art. 14 non è mai stato applicato.

4.1 NOMI E I NUMERI DELLE VIOLAZIONI DEL REGOLAMENTO SPONSOR ETICI

Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività non rispettino i seguenti principi, come definiti dalla Risoluzione n. 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 a pari opportunità e a trattamento non discriminatorio (con speciale attenzione alle donne, alle popolazioni indigene e alle minoranze etniche);*
- b). rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;*
- c). rispetto dei diritti dei lavoratori (inclusi specificatamente 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 normativa vigente;*
- 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).*

(dall'art. 6, comma 3 del Regolamento del Comune di Roma per la gestione e la disciplina delle sponsorizzazioni).

Oppidum ha cercato di monitorare tra Maggio 2005 e Maggio 2007 gli eventi in cui il Comune di Roma ha ricevuto sponsorizzazioni o concesso patrocinii e l'eticità delle imprese sponsor che in questi eventi sono state coinvolte. In mancanza della relazione dell'Osservatorio sulle sponsorizzazioni del Comune di Roma, prevista dal Regolamento ma ad oggi non ancora pubblicata, i dati sono, per forza di cose, parziali, ma comunque già molto indicativi del livello di violazione dei principi etici del regolamento.

Su 19 eventi monitorati risultano 22 imprese sponsor a carico delle quali sono state individuate ben 404 sospette violazioni dei principi etici del regolamento. Nella tabella 1 è possibile leggere il numero di violazioni per ciascun principio etico richiamato dal Regolamento comunale.

Eventi con sponsor non etici monitorati	20
Imprese sponsor con sospette violazioni	22
Violazioni principio del rispetto dell'ambiente (art. 6, comma 3, lett. f)	75
Violazioni per coinvolgimento in settore armi (art. 6, comma 4)	47
Violazioni diritti dei consumatori (art. 6, comma 3, lett. e)	75
Violazioni principio non discriminazione (art. 6, comma 3, lett. a)	7
Violazioni diritti dei lavoratori (art. 6, comma 3, lett. c)	57
Violazioni principio di legalità (art. 6, comma 3, lett. d)	72
Violazioni per coinvolgimento con regimi oppressivi*	19
Violazioni principi di salute e sicurezza (art. 6, comma 3, lett. b)	52
Totale violazioni principi etici	404

Tabella 1 Violazioni dei principi etici del Regolamento per numero e tipo

* Il coinvolgimento dell'azienda con regimi oppressivi non è ancora previsto tra i principi etici del Regolamento

Nella tabella 2 è possibile leggere numero e tipo delle sospette violazioni per ciascuna impresa e l'evento che quella impresa ha sponsorizzato.

LEGENDA TABELLA 2:

AM: ambiente AR: armi CO: consumatori DI: discriminazione
LA: lavoratori LE: legalità RE: regimi oppressivi SA: salute e sicurezza

EVENTO	DATA	IMPRESA	AM	AR	CO	DI	LA	LE	RE	SA	TOTALE
Run4Cesare 2005	12/5/05	Nike			1		4	1			6
CartaEtica	6/12/05	Capitalia	4	4	3		1	4			16
RomaOstia	21/2/06	Nike			1		4	1			6
Mostra Modigliani	22/2/06	Finmeccanica*	*	*	*	*	*	*	*	*	0
RES	22/2/06	Microsoft			4			2	2		8
Fest letterature	19/5/06	Daimler Chrysler	2	2				2	2		8
Isola Cinema	7/6/06	Nestlé/Motta	2		5		11	1		7	26
Cornetto Free Music	2/7/06	Unilever/Algida	1		2		3			1	7
Telecomcerto	31/7/06	BNL	2	3	3					1	9
Telecomcerto	31/7/06	Capitalia	4	4	3		1	4			16
Telecomcerto	31/7/06	Telecom			3	1	3		2	2	11
Notte Bianca	9/9/06	BNL	2	3	3					1	9
Notte Bianca	9/9/06	Capitalia	4	4	3		1	4			16
Notte Bianca	9/9/06	ENI	4		2			8	1		15
Festival Cinema	13/10/06	BNL	2	3	3					1	9
Festival Cinema	13/10/06	Finmeccanica*	*	*	*	*	*	*	*	*	0
Summit Premi Nobel	17/11/06	Alcatel						3	1		4
Summit Premi Nobel	17/11/06	Daimler Chrysler	2	2				2	2		8
Summit Premi Nobel	17/11/06	IBM				1	2	1	1	1	6
Maratona di Roma	18/3/07	Acea Electrabel			5			2			7
Maratona di Roma	18/3/07	Capitalia	4	4	3		1	4			16
Maratona di Roma	18/3/07	Daimler C/Smart	2	2				2	2		8
Maratona di Roma	18/3/07	Pepsi/Gatorade	2			2		1		4	9
Maratona di Roma	18/3/07	McDonald's			2	1	6	2		5	16
Special Olympics	4/5/07	Adidas					5	1			6
Special Olympics	4/5/07	Coca-Cola	3		1	1	8	1		6	20
Fest filosofia	9/5/07	Telecom			3	1	3		2	2	11
Fest letterature	18/5/07	BNL	2	3	3					1	9
Fest letterature	18/5/07	Capitalia	4	4	3		1	4			16
Fest letterature	18/5/07	Daimler Chrysler	2	2				2	2		8
Italia-Africa	20/5/07	Alcatel						3	1		4
Race for the Cure	20/5/07	Bristol Myers Squibb						3		2	5
Race for the Cure	20/5/07	Exxon Mobil	9		2		2	1	1		15
Race for the Cure	20/5/07	Johnson & Johnson			4			1		6	11
Race for the Cure	20/5/07	Pfizer	2		3			2		9	16
Enel Contemporanea	25/5/07	Enel	5		2			3		1	11
Notte Bianca	8/9/07	Enel	5		2			3		1	11
Notte Bianca	8/9/07	Capitalia	4	4	3		1	4			16
Notte Bianca	8/9/07	BNL	2	3	3					1	9
TOTALE			75	47	75	7	57	72	19	52	404

Tabella 2 Violazioni dei principi etici per impresa ed evento

* Finmeccanica è una holding che possiede numerose imprese attive nella produzione e commercializzazione di armi e come tale esclusa dalle sponsorizzazioni, senza necessità del parere del Comitato Etico, ai sensi dell'art. 6, comma 4 del Regolamento.

Sul sito di Oppidum www.osservatorioimprese.org è disponibile il dettaglio delle sospette violazioni da parte delle singole imprese e sono scaricabili gli atti che le documentano.

Tra le imprese più irresponsabili compaiono:

- 1.Nestlé con 26 violazioni**
- 2.Coca-Cola con 20 violazioni
- 3.Capitalia, McDonald's e Pfizer con 16 violazioni
- 4.ENI ed Exxon Mobil con 15 violazioni
- 5.Enel, Telecom e Johnson & Johnson con 11 violazioni

Nessuna delle imprese monitorate da Oppidum è stata sottoposta alla valutazione del Comitato Etico, che pertanto non ha potuto verificare se le sospette violazioni individuate da Oppidum siano tali da emettere parere negativo sulla sponsorizzazione.

Tra le imprese che hanno effettuato un maggior numero di sponsorizzazioni compaiono:

- 1.Capitalia con 6 sponsorizzazioni**
- 2.BNL con 5 sponsorizzazioni
- 3.Daimler Chrysler con 4 sponsorizzazioni
- 4.Finmeccanica con 3 sponsorizzazioni
- 5.Alcatel, Nike e Telecom con 2 sponsorizzazioni

5.BNL E CAPITALIA, LE BANCHE ARMATE DEL COMUNE DI ROMA

Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo (compresi i sistemi elettronici e le sostanze chimiche, biologiche e nucleari). Saranno altresì escluse le banche che, a partire dal secondo anno dalla data di approvazione del presente Regolamento, risulteranno coinvolte nel finanziamento all'export di armi come da relazione annuale del Ministero dell'Economia e delle Finanze, prevista dalla legge n. 185/1990 (dall'art. 6, comma 4 del Regolamento del Comune di Roma per la gestione e la disciplina delle sponsorizzazioni).

Come dicevamo, gli sponsor principali del Comune di Roma sono certamente le banche tesoriere.

Le 3 banche tesoriere del Comune sono BNL, Banca di Roma e Monte dei Paschi di Siena, due delle quali presenti nella classifica delle cosiddette 'banche armate'.

In base alla relazione della Presidenza del Consiglio prevista dalla L. 185/1990, nel 2005 Banca di Roma figurava al primo posto con 132,9 milioni di euro di operazioni autorizzate nel 2005 pari all'11,81% del totale. Per quanto riguarda il 2006 la presenza di Banca di Roma nel settore si è fortemente ridotta, ma è ancora presente al dodicesimo posto della classifica con 36,76 milioni di euro di transazioni autorizzate, pari al 2,46% del totale.

Peggiora invece la posizione di BNL, che passa dal sesto posto al quarto posto della classifica con 80,35 milioni di euro di transazioni autorizzate, pari al 5,38% del totale. BNL passa tuttavia al secondo posto, se alle sue transazioni si sommano quelle di BNP Paribas, da cui l'istituto di credito è stato recentemente acquisito: ben 290,54 milioni di euro pari al 19,47% del totale.

Conoscendo il problema e sapendo che un'immediata entrata in vigore del regolamento nei confronti di Banca di Roma e BNL avrebbe creato seri problemi al Comune, nel Regolamento fu fatta una sorta di deroga della durata di 2 anni. Si disse cioè che il divieto di sponsorizzazioni armate entrava in vigore per le banche a due anni dall'approvazione del regolamento, cioè esattamente il 15 novembre 2006.

In questi 2 anni il Comune avrebbe potuto mettere in piedi un tavolo di confronto con queste banche, per spingerle ad uscire dal settore degli armamenti, ma non l'ha fatto, e oggi si trova di fronte al rischio di subire un taglio rilevantissimo sulle sponsorizzazioni nel breve periodo, a meno che non scelga di aggirare le regole che esso stesso si è dato, come in effetti sta facendo.

Nonostante il 15 novembre 2006 sia ampiamente passato, BNL e Banca di Roma continuano a sponsorizzare eventi e iniziative comunali, come nel caso del Festival delle Letterature, del Festival della Filosofia e della Notte Bianca 2007.

6.GLI ULTIMI 3 EVENTI DEL COMUNE CON SPONSOR NON ETICI

Negli ultimi mesi Oppidum ha monitorato 3 eventi organizzati o patrocinati dal Comune di Roma. Si tratta della Maratona di Roma, nel corso della quale ci sono state proteste di piazza e gli attivisti sono stati trattenuti in Questura per 3 ore, del Festival delle Letterature e della Race for the Cure.

Oppidum ha rilevato complessivamente 135 gravi violazioni dei principi etici del Regolamento, a carico delle imprese sponsor e dei gruppi che le controllano.

Il dettaglio delle violazioni, con la possibilità di scaricare le fonti utilizzate, è reperibile sul sito di Oppidum www.osservatorioimprese.org.

➤ MARATONA DI ROMA

Data: 18 Marzo 2007

Ruolo del Comune di Roma: patrocinio

Sponsor monitorati: Acea Electrabel (Gruppo Acea), Gatorade (Gruppo Pepsico), Smart (Gruppo Daimler Chrysler), Banca di Roma (Gruppo Capitalia), McDonald's

I 5 sponsor monitorati totalizzano nel loro insieme 56 sospette violazioni dei principi etici del Regolamento (v. dettaglio in Tabella 3), in particolare relative alla tutela dell'ambiente, dei consumatori, dei lavoratori, della sicurezza e della salute e al principio di legalità.

Oppidum ha inviato la relativa segnalazione al Sindaco di Roma e al Comitato Etico in data 13 Marzo 2007.

Ad oggi non è ancora arrivata risposta. E' da rilevare che la sponsorizzazione del Gruppo Daimler Chrysler fu segnalata anche lo scorso anno. Anche in quel caso nessuna risposta da parte del Comune.

IMPRESA	AMBIENTE	ARMİ	CONSUM	DISCRİM	LAVORAT	LEGALIT	SALUTE	TOTALE
Acea Electrabel			5			2		7
Capitalia	4	4	3		1	4		16
Gatorade/Pepsi	2			2		1	4	9
McDonald's			2	1	6	2	5	16
Smart/Daimler Chrysler	2	2			2	2		8
TOTALE	8	6	10	3	9	11	9	56

Tabella 3 Sponsor Maratona di Roma: violazioni per tipo ed impresa

➤ FESTIVAL DELLE LETTERATURE

Data: 18 Maggio 2007

Ruolo del Comune di Roma: organizzatore

Sponsor monitorati: Mercedes Benz (Gruppo Daimler Chrysler), Banca di Roma (Gruppo Capitalia), BNL (Gruppo BNP Paribas)

I 3 sponsor monitorati totalizzano nel loro insieme 33 sospette violazioni dei principi etici del Regolamento (v. dettaglio in Tabella 4), in particolare relative ai principi di tutela ambientale e al settore delle armi.

Oppidum ha inviato la relativa segnalazione al Sindaco di Roma e al Comitato Etico in data 14 Maggio 2007.

Ad oggi non è ancora arrivata risposta.

IMPRESA	AMBIENTE	ARMİ	CONSUM	DISCRİM	LAVORAT	LEGALIT	SALUTE	TOTALE
BNL	2	3	3				1	9
Capitalia	4	4	3		1	4		16
Daimler Chrysler	2	2			2	2		6
TOTALE	8	9	6	0	3	6	1	33

Tabella 4 Sponsor Festival delle Letterature: violazioni per tipo ed impresa

➤RACE FOR THE CURE

Data: 20 Maggio 2007

Ruolo del Comune di Roma: co-organizzatore

Sponsor monitorati: Bristol-Myers Squibb, Exxon Mobil, Pfizer, Johnson&Johnson

I 4 sponsor monitorati totalizzano nel loro insieme 46 sospette violazioni dei principi etici del Regolamento (v. dettaglio in Tabella 4), in particolare relative alla tutela della salute e della sicurezza, dei consumatori e dell'ambiente.

IMPRESA	AMBIENTE	ARMİ	CONSUM	DISCRİM	LAVORAT	LEGALIT	SALUTE	TOTALE
Bristol Myers Squibb						3	2	5
Exxon Mobil	9		2		2	1		14
Johnson & Johnson			4			1	6	11
Pfizer	2		3			2	9	16
TOTALE	11	0	9	0	2	7	16	46

7.LA CAMPAGNA SPONSOR ETICI RIPARTE: ECCO LE RICHIESTE

Campagna Sponsor Etici per Roma – www.sponsoretici.org

Sito della campagna 2004:

http://www.mclink.it/personal/MC6065/RPCC/comuneroma/appello_commissione_etica_roma.htm

A causa della continua e persistente violazione del Regolamento sugli sponsor etici da parte del Comune, siamo costretti a riaprire la Campagna Sponsor Etici per Roma, avendo riscontrato che, nonostante le nostre numerose segnalazioni al Comitato Etico e la nostra disponibilità per individuare insieme i necessari correttivi per assicurare l'applicazione del regolamento, l'inerzia del Comune non ha reso possibile affrontare la questione nei modi più opportuni e nelle normali sedi politiche.

Le richieste che la campagna fa al Comune di Roma sono:

1. Il rispetto del Regolamento vigente;
2. L'obbligo del parere del Comitato Etico anche per i patrocini, per evitare l'elusione del Regolamento;
3. L'istituzione dell'Osservatorio Comunale sulle Sponsorizzazioni previsto dal Regolamento;
4. L'aggiunta tra i principi etici di riferimento dell'obbligo di non tenere rapporti con regimi oppressivi.

Le proposte che la campagna fa al Comune di Roma sono:

1. Assicurare al Comitato Etico il supporto di una struttura di ricercatori interna o di un advisor etico esterno, coprendo i relativi costi con l'1% dei proventi derivanti dalle sponsorizzazioni;
2. La previsione di una campagna promozionale per valorizzare l'iniziativa Sponsor Etici, che avrebbe la capacità di diffondere ulteriormente il consumo critico tra le altre pubbliche amministrazioni ed i cittadini;
3. Lo spostamento della competenza sul regolamento e sull'attività del Comitato dall'Assessorato e dal Dipartimento Cultura, che in questi 2 anni ha gestito l'applicazione del regolamento in modo inadeguato, non riuscendo a fornire al Comitato Etico né il necessario supporto tecnico né la visibilità che l'iniziativa meritava, forse anche perché è lo stesso Dipartimento Cultura quello che all'interno del Comune di Roma più si avvale di sponsorizzazioni e finanziamenti privati;
4. Un'azione capillare di formazione sui dirigenti comunali in merito ai contenuti e all'attuazione del Regolamento e il coordinamento per la raccolta dei dati sulle sponsorizzazioni delle varie strutture comunali e municipali in capo al Segretario Generale.

Tra le prime iniziative della campagna:

- **L'avvio di una raccolta firme su una petizione da indirizzare al Sindaco e al Consiglio Comunale per chiedere l'applicazione del Regolamento;**
- **La diffusione di adesivi con la scritta 'Il Comune di Roma usa Sponsor Non Etici' che i cittadini potranno attaccare sui materiali promozionali delle iniziative comunali sponsorizzate da imprese irresponsabili;**
- **Azioni dirette non-violente di protesta nel corso di eventi con sponsor non etici.**

OPPIDUM: CONSULTA IL NOSTRO SITO PER SCOPRIRE I MISFATTI DI QUESTE IMPRESE

Oppidum promuove il consumo critico presso i singoli cittadini, le Pubbliche Amministrazioni, le forze sociali e politiche.

Oppidum indaga il rispetto dei diritti umani, sociali e ambientali da parte delle imprese nazionali e transnazionali.

Oppidum invita a consumare meno e meglio, scegliendo prodotti ecocompatibili e aziende responsabili.

Vuoi conoscere le violazioni che si nascondono dietro ad un marchio o ad un'impresa?

Sul sito di OPPIDUM www.osservatorioimprese.org sono presenti alla data del 15 Maggio 2007 le schede relative alle seguenti imprese:

A&W	ENEL
ACEA ELECTRABEL S.P.A.	ENI
ACEA S.P.A.	FABRICA SPA
ACQUA VERA-SANPELLEGRINO S.P.A.	GRUPPO INTESA SANPAOLO
ADIDAS	GRUPPO UBI BANCA
ALCATEL-LUCENT	JOHNSON & JOHNSON
ALTRIA	KFC
AMA INTERNATIONAL	KRAFT
AMA SPA	KRAFTS FOOD ITALIA
API SPA	LONG JOHN SILVERS
ASICS CORPORATION	MACCARESE SPA
ASSICURAZIONI GENERALI S.P.A.	MCC SPA
ATAC SPA	MCDONALDS CORPORATION
AUTOSTRADA SPA	MET.RO. SPA
BAE SYSTEMS	MICROSOFT
IBM	NESTLE
BANCA DI ROMA S.P.A.	NESTLE ITALIANA S.p.A.
BANCA MONTE DEI PASCHI DI SIENA S.P.A.	NESTLE WATERS
BANCA NAZIONALE DEL LAVORO S.P.A.	NEWSCORP
BANCO DI BRESCIA	NIKE
BANCO DI SICILIA	PALLACANESTRO TREVISO SPA
BENETTON	PEPSICO INC
BIPOP CARIRE	PFIZER
BNP PARIBAS	PIZZA HUT
BRISTOL-MYERS SQUIBB	TACO BELL
CAPITALIA S.P.A.	TELECOM ITALIA
COCA-COLA	TRAMBUS SPA
COMPANIA DE TIERRAS SUD ARGENTINO SA	UNICREDIT SPA
FINMECCANICA	UNILEVER
HOLDING COMUNE DI ROMA	VERDESPORT SPA
DAIMLER CHRYSLER	VODAFONE
EDIZIONE HOLDING SPA	YUM BRANDS INC

Se non trovi quello che cerchi, inviaci una segnalazione e torna a trovarci. Il database di Oppidum è in costante aggiornamento.

Se vuoi informazioni o vuoi collaborare con OPPIDUM scrivi a info@osservatorioimprese.org