

CODICE DEONTOLOGICO

PREMESSA

Le Associate aderenti ad ASSOCOM in considerazione dell'importanza assunta dalle aziende di comunicazione e consapevoli delle delicate funzioni che svolgono in relazione ai rapporti con gli altri operatori del mondo della comunicazione, ritengono rispondente ad un loro dovere primario esprimere le presenti regole di comportamento, in armonia con i principi statutari dell'Associazione.

Le Associate si impegnano al più scrupoloso rispetto di queste norme, e si obbligano a sottoporsi al giudizio dei competenti organi associativi per la valutazione dei comportamenti da esse posti in essere che fossero ritenuti in contrasto con i principi qui di seguito enunciati, accettandone le relative decisioni.

SERietà E CORRETTEZZA

ART. 1

Le Associate sono tenute ad esplicitare la propria attività con serietà e correttezza, come si conviene alla professionalità delle funzioni che sono chiamate ad esercitare.

STATUTO DELL'ASSOCIAZIONE

ART. 2

Le Associate sono tenute ad agire nel rispetto dello Statuto Associativo, uniformando la propria attività agli scopi in esso enunciati ed adeguandosi alle delibere e ad ogni altra iniziativa assunta a tal fine dall'Associazione.

CODICE DI AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA

ART. 3

Le Associate, riconoscendo nel Codice di Autodisciplina Pubblicitaria l'espressione del costume cui l'attività di comunicazione deve uniformarsi, sono tenute alla piena osservanza delle regole enunciate in tale Codice e a far sì che quest'ultimo venga riconosciuto e rispettato anche dai propri clienti.

IMMAGINE DELL'ASSOCIAZIONE E DELLE ASSOCIATE

ART. 4

Le Associate devono tenere comportamenti tali da non danneggiare, screditare o altrimenti compromettere l'immagine dell'Associazione, delle altre Associate e della stessa comunicazione.

Le Associate sono libere di esprimere le proprie opinioni anche se in contrasto con quelle di altre Associate, ma sono tenute a non denigrare queste ultime o il loro operato, con annunci, articoli, interviste o in qualsiasi altra forma.

Nei messaggi ideati e realizzati nell'interesse dei propri clienti, come pure in quelli che le riguardano direttamente, le Associate devono evitare qualsiasi riferimento alla comunicazione tale da screditarla o da farla ritenere superata od inutile, o da comprometterne comunque in qualsiasi modo l'immagine.

ESATTEZZA E VERIDICITÀ

ART. 5

Le Associate devono comunicare all'Associazione, in forma esatta e veritiera, tutti i dati strutturali fissati nei regolamenti di ogni singolo settore di cui all'art. 35.

Inoltre le Associate sono tenute a riportare e aggiornare, sul sito www.ASSOCOM.it l'elenco clienti impegnandosi a cancellare i Clienti con i quali è cessato qualunque rapporto di collaborazione.

Eguale esattezza e veridicità dovranno essere osservate nella comunicazione degli stessi dati ad altri soggetti.

Sarà garantita la massima riservatezza per le informazioni che le Associate forniranno anche nei confronti del Consiglio Direttivo, fatte salve le informazioni che sono richieste con finalità di diffusione alle Associate o all'esterno.

LEALE CONCORRENZA

ART. 6

La libera concorrenza fra Associate deve svolgersi in forma corretta e basarsi esclusivamente su elementi reali quali:

- * la competenza professionale,
- * l'esperienza,
- * la natura e la consistenza dei servizi offerti,
- * la congruità della remunerazione in relazione ai servizi offerti,
- * la specifica capacità delle persone che fanno parte dell'azienda associata.

Il ricorso ad ogni diversa forma di persuasione o incentivazione nei confronti degli utenti è da ritenersi scorretto e contrario allo spirito associativo.

COMPENSO

ART. 7

La giusta remunerazione è l'elemento fondamentale che assicura la qualità dei servizi offerti e l'indispensabile professionalità. Il compenso è riconosciuto come l'elemento portante che regola i rapporti fra Associate e utenti.

L'applicazione del giusto compenso e la difesa della sua integrità costituiscono principi fondamentali da ribadire a salvaguardia delle professionalità del settore.

ACQUISTO MEZZI, STRUMENTI E FORNITURE IN GENERE

ART. 8

Le Associate riconoscono che l'acquisto di mezzi, strumenti e forniture in genere sono un elemento integrante del piano complessivo di comunicazione.

Esse auspicano che, da parte di tutte le organizzazioni, siano adottate regole rigidamente professionali ed una politica commerciale corretta con il riconoscimento del ruolo fondamentale delle aziende di comunicazione nelle trattative per conto dei propri clienti.

RAPPORTI CON I FORNITORI

ART. 9

I principi espressi nell'articolo precedente rappresentano per le Associate un punto di riferimento ed un vincolo anche nelle trattative economiche con tutti i fornitori impiegati per conto dei loro clienti (case di produzione, stampatori, fotografi, ecc.).

ACQUISTO MEZZI E BROKERAGGIO – DIVIETO DI PRATICARE IL BROKERAGGIO

ART. 10

Le Associate riconoscono che la pianificazione e l'acquisto degli spazi e tempi sui Mezzi sono un elemento integrante del piano complessivo di comunicazione. Esse auspicano che da parte dei Mezzi siano adottate regole rigidamente professionali e commercialmente corrette e trasparenti con il riconoscimento del ruolo fondamentale dell'agenzia nelle trattative, se condotte per conto dei propri clienti.

Le Associate si impegnano conseguentemente a non praticare il Brokeraggio con i Mezzi e quindi ad agire sempre con mandato, giudicandone le modalità inconciliabili con l'etica professionale ed associativa.

Con il termine Brokeraggio nel presente art. 10 del Codice Deontologico, si intende *“la modalità di acquisto di spazi e tempi dai Mezzi, utilizzata da una Associata, o comunque da una società da essa controllata secondo la definizione dell’art. 2359 cc n.1. codice civile, in assenza di uno specifico mandato con o senza rappresentanza ricevuto dal cliente e tale da originare a favore dell’Associata sconti di cumulo o benefici commerciali e/o finanziari simili”*; Con il termine Mezzo nel presente art. 10 del Codice Deontologico, si intende *“le Società Editrici e/o le loro Concessionarie proprietarie di mezzi televisivi, radio, stampa, affissioni.”*

GARE NON PUBBLICHE

ART. 11

Le Associate sono concordi nel riconoscere convenzionalmente che con il termine "gara", ai fini del presente Codice Deontologico, si deve intendere: "qualsiasi presentazione di un progetto strategico e/o creativo richiesta da un utente" (non pubblico ai sensi del successivo articolo 11) a più Associate, restando inteso inoltre che con il termine "progetto strategico e/o creativo" si deve intendere "ogni forma di presentazione e raccomandazione di qualsiasi natura, creativa e non fatta dall'Associata direttamente o dalle società da lei controllate o collegate".

Le Associate, preso atto del contenuto del testo denominato "Raccomandazioni in materia di gare private" realizzato da AssAP nel riconoscerne la validità ai fini della salvaguardia dei corretti criteri di trasparenza e professionalità, si impegnano, per quanto possibile, a rispettare le indicazioni.

APPALTI PUBBLICI

ART. 12

Opportune deroghe a quanto disposto nell'articolo precedente sono necessarie nel caso di gare indette da operatori pubblici, in quanto ASSOCOM prende atto delle particolari modalità legali che le caratterizzano in funzione della natura specifica del committente.

Le Associate sono concordi nel riconoscere convenzionalmente che con il termine "appalti pubblici" si deve intendere: qualsiasi gara o appalto indetti da uno dei seguenti operatori pubblici:

- Amministrazioni Statali
- Enti Pubblici non territoriali con esclusione degli Enti Pubblici Economici
- Regioni
- Enti Locali e loro aziende.

Nel caso di un appalto in cui la natura del committente sia dubbia, il Direttore Generale di ASSOCOM fornirà la sua valutazione circa l'appartenenza dello stesso alla sfera pubblica o meno, con riferimento sia alle finalità dell'attività del committente sia alle finalità della campagna di comunicazione oggetto dell'appalto.

Le Associate auspicano e si impegnano, per quanto possibile, a ottenere dai committenti pubblici l'osservanza delle procedure contenute nel testo "Raccomandazioni in materia di gare pubbliche" realizzato da AssAP.

COMPORAMENTI CONTRARI AL CODICE - PROCEDIMENTO - SANZIONI

ART. 13

Le Associate prendono atto che tutti i principi e le regole formulati nel presente Codice costituiscono altrettanti cardini fondamentali della deontologia associativa e concordano che la non osservanza di anche uno soltanto di essi da parte di una Associata abbia a ritenersi lesiva degli interessi dell'Associazione e costituisca ragione valida e sufficiente per l'applicazione delle sanzioni disciplinari previste dagli artt. 12 e 13 dello Statuto.

Qualora una delle Associate ritenesse che un'altra Associata non abbia uniformato il proprio comportamento ai principi esposti nel presente Codice può denunciare il fatto al Consiglio Direttivo, astenendosi dal divulgare in qualsiasi modo l'oggetto della denuncia.

A seguito della denuncia di cui al paragrafo precedente, come pure in ogni altro caso in cui pervenga comunque notizia del comportamento di una Associata non conforme ai principi del presente Codice, il Consiglio Direttivo deferisce il caso al Collegio dei Probiviri.

Il Collegio dei Probiviri provvede alla convocazione delle parti interessate avanti a sé ed esprime il proprio giudizio, riferendone al Consiglio Direttivo.

A fronte del giudizio espresso dal Collegio dei Probiviri, il Consiglio Direttivo procede a norma degli artt. 12 e 13 dello Statuto.

Qualora ritenga che la comunicazione realizzata da una Associata sia in contrasto con il terzo comma dell'art. 5 del Codice Deontologico, il Consiglio Direttivo ha la facoltà di invitare l'Associata a desistere immediatamente dalla comunicazione in questione, considerando chiuso il caso ove l'Associata stessa si uniformi immediatamente all'invito e deferendolo invece al Collegio dei Probiviri ove ciò non avvenga.

RESPONSABILITÀ

ART. 14

Impegnandosi al rispetto del Codice Deontologico, ogni Associata si rende garante sia nei confronti dell'Associazione sia delle altre Associate, che il comportamento dei propri collaboratori che rivestono cariche di Presidente, Amministratore o Direttore Generale anche di società controllate nel settore della comunicazione, sia conforme ai principi del Codice stesso.