

CODICE ETICO E DI COMPORTAMENTO

INTRODUZIONE

Il presente documento, denominato “Codice Etico e di Comportamento” (di seguito anche Codice) è un documento ufficiale che esprime gli impegni e le responsabilità etiche nella conduzione delle attività svolte dall’Associazione Nazionale Social Media Manager e dai suoi associati.

Il presente Codice è stato elaborato per assicurare che i valori etici dell’Associazione siano chiaramente definiti e costituiscano lo standard di comportamento di tutti, dagli organi direttivi, ai collaboratori fino agli associati nella conduzione delle attività e di tutte le iniziative promosse.

Inoltre, regola il complesso di diritti e responsabilità che l’Associazione assume espressamente nei confronti di coloro con i quali interagisce nello svolgimento della propria attività.

Con l’adozione del Codice, l’Associazione ha inteso definire regole chiare, procedure e valori morali a cui uniformarsi.

In particolare l’Associazione e i suoi associati si impegnano ad ispirarsi ai principi contenuti nel Codice e a rispettare e diffondere tali principi e valori etici all’interno e all’esterno dell’Associazione stessa.

Il Codice costituisce un insieme di principi la cui osservanza è di fondamentale importanza per il regolare funzionamento, l’affidabilità della gestione e l’immagine dell’Associazione.

PUBBLICITA’ E MARKETING

Auspichiamo di comunicare in modo responsabile ed efficace tutelando le diversità e fondando le relazioni interne ed esterne principalmente sul dialogo.

Dobbiamo

- Seguire processi di convalida interni per la pubblicità e le comunicazioni commerciali.
- Garantire che tutto il materiale pubblicitario e promozionale sia basato su fatti dimostrabili e verificati.
- Essere sensibili alle possibili reazioni di gruppi sociali, etnici, culturali nei confronti della pubblicità.
- Verificare le fonti delle notizie che diffondiamo sia internamente che esternamente tramite i canali web e social.
- Prestare particolare attenzione al fine di assicurare che le nostre iniziative siano coerenti con i nostri principi etici.
- Proteggere i dati personali e la privacy degli utenti in osservanza delle normative nazionali ed europee vigenti.
- Bilanciare il diritto di satira, l’irriverenza o l’ironia con il rispetto delle sensibilità di tutti i soggetti indistintamente.

Non dobbiamo

- Cercare di sfruttare l’ingenuità, la mancanza di conoscenze o di esperienza.
- Ledere la dignità umana o presentare stereotipi degradanti.

- Diffondere pubblicità su media caratterizzati da violenza, sesso esplicito, superstizione o dall'incitamento all'odio e alla discriminazione. Tali strategie sono contrarie ai principi etici dell'Associazione Nazionale Social Media Manager
- Raccogliere informazioni a fini di marketing comportamentale senza prima informare gli utenti Internet (ad es. usando i cookie).
-

CONFLITTI DI INTERESSI

L'Associazione deve porre particolare attenzione ai conflitti di interessi. Tutti gli associati devono evitare le situazioni in cui gli interessi personali potrebbero entrare in contrasto con gli interessi dell'Associazione.

Chiunque si trovi in tale situazione o condizione deve comunicarlo all'Organo associativo di riferimento, ed è obbligato ad astenersi dal proseguire nel rapporto o relazione di lavoro o collaborazione fino a quando il predetto Organo non gli abbia comunicato le decisioni in merito alla sua posizione.

Dobbiamo

- Rivelare all'Organo associativo di riferimento se sussiste un conflitto di interessi anche potenziale che potrebbe effettivamente o apparentemente recare pregiudizio all'Associazione.
- Garantire che tali ed eventuali conflitti d'interesse siano suffragati da elementi probatori reali e certificabili.

Non dobbiamo

- Nascondere informazioni relative a qualsiasi conflitto di interessi anche potenziale.

DIVERSITA'

L'ANSMM è un'associazione inclusiva e imparziale. Facilita l'integrazione all'interno dell'associazione.

Dobbiamo

- Supportare e promuovere l'impegno di ANSMM a favore della diversità, soprattutto per quanto riguarda le risorse umane, il marketing, l'approvvigionamento e il contributo alle comunità.
- Incentivare sinergie tra realtà che già si occupano delle diversità sociali o culturali.
- Implementare l'utilizzo del linguaggio inclusivo come valore etico e professionale.

Non dobbiamo

- Discriminare, molestare o fare mobbing sulla base di: sesso, disabilità, stato coniugale o situazione familiare, orientamento sessuale, età, opinioni politiche e filosofiche, credenze religiose, attività sindacale, origine etnica, sociale, culturale o nazionale.
- Utilizzare uno slang che sia entrato nel linguaggio comune e sdoganato socialmente, ma che risulti offensivo per le categorie interessate.

MOLESTIE E MOBBING

Ogni associato ha il diritto al rispetto della dignità umana. Per l'Associazione Nazionale Social Media Manager, tale principio è fondamentale.

Tutti i comportamenti o le azioni che probabilmente violano tale diritto e, in particolare, tutte le forme di molestie, anche sessuali o mobbing non sono accettabili.

Dobbiamo

- Essere cortesi: gli associati devono essere trattati come tutti vorrebbero essere trattati.
- Rispettare l'opinione di tutti e costruire su di essa un dialogo stimolante e pro-attivo per il benessere associativo.
- Astenerci da qualsiasi tipo di molestia sessuale sia interna che esterna, rivolta a terze parti con cui teniamo relazioni professionali

Non dobbiamo

- Nuocere o molestare deliberatamente una persona.
- Stimolare una persona a commettere un errore.

TRASPARENZA

Gli Associati sono tenuti a rispettare il principio di trasparenza, inteso come chiarezza, completezza e pertinenza delle informazioni riguardanti l'attività sociale, ed in particolare quelle attinenti la gestione e utilizzo delle risorse finanziarie, sia verso l'interno sia verso l'esterno.

Dobbiamo

- Fornire informazioni in modo chiaro e semplice, di norma tramite comunicazione scritta.

Non dobbiamo

- Fornire informazioni errate, inadeguate e incomplete sia all'interno che all'esterno dell'Associazione.

RISERVATEZZA

Gli Associati sono tenuti a rispettare il valore e la proprietà delle informazioni di cui vengano a conoscenza, nonché delle informazioni di qualsiasi natura e in qualsiasi forma che vengono raccolte e/o elaborate durante la vita associativa, e sono altresì tenuti a non divulgarle senza autorizzazione del rispettivo titolare, salvo che lo impongano motivi di ordine legale o deontologico.

Dobbiamo

- adoperare la dovuta cautela nell'utilizzo delle informazioni acquisite durante la vita associativa;

Non dobbiamo

- usare le informazioni ottenute né per vantaggio personale né secondo modalità contrarie alle leggi o che siano o possano costituire nocumento agli scopi ed ai valori dell'Associazione.

TUTELA DEL NOME

Dobbiamo

- tutelare il nome dell'Associazione e conformarci alle finalità associative in modo da non arrecare pregiudizio al prestigio e al buon nome dell'Associazione stessa.

Non Dobbiamo

- commettere azioni che possano mettere in pericolo o compromettere i valori, l'immagine e il buon nome dell'Associazione.

RELAZIONE CON I SOCI

L'Associazione garantisce la trasparenza e promuove l'informazione nei confronti dei Soci, nel rispetto del presente Codice e delle norme vigenti.

L'Associazione sostiene una consapevole ed informata partecipazione dei Soci alla vita associativa. Garantisce inoltre la massima riservatezza delle informazioni sensibili e confidenziali riguardanti i Soci. I Destinatari coinvolti devono mantenere riservate tali informazioni e non abusarne.

Dobbiamo

- diffondere, verso l'esterno informazioni riguardanti i rapporti con i Soci con prudenza e cautela.

Non dobbiamo

- diffondere notizie false e tendenziose.

TUTELA DEL PATRIMONIO DELL'ASSOCIAZIONE

Ciascun associato o collaboratore è tenuto ad operare con diligenza per tutelare i beni dell'Associazione da utilizzi impropri o non corretti.

Risorse Finanziarie

L'ANSMM può sostenere finanziariamente la propria attività anche ricorrendo a forme di contribuzione diverse dalle quote associative (ad esempio accettando sponsorizzazioni per l'organizzazione di singoli eventi nonché incarichi di collaborazione, consulenze, progettazioni, ecc.), purché queste non la distolgano dal perseguimento dei suoi scopi e non si pongano in contrasto con i valori espressi dal presente Codice.

L'ANSMM s'impegna a fornire anche ai soggetti che contribuiscono una chiara e veritiera rappresentazione circa gli scopi che essa persegue, le finalità, i tempi e le modalità d'attuazione delle iniziative e dei progetti da sostenere, nonché circa le attività svolte con l'impiego dei fondi.

Dobbiamo

- garantire che le risorse finanziarie siano reperite in maniera etica, professionale e trasparente, secondo l'interesse esclusivo dell'Associazione e mai a vantaggio personale di alcuno.

Non dobbiamo

- finanziare le nostre attività con il ricorso al credito.

TRASPARENZA DELLA CONTABILITA' DELL'ASSOCIAZIONE

L'Associazione garantisce la massima trasparenza, affidabilità ed integrità delle informazioni inerenti la sua contabilità.

Ogni operazione e transazione deve essere correttamente registrata, autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua.

Tutte le azioni ed operazioni dell'Associazione devono avere una registrazione adeguata e deve essere possibile la verifica dei processi di decisione, autorizzazione e svolgimento.

Per ogni operazione deve esserci un adeguato supporto documentale al fine di poter procedere, in ogni momento, all'effettuazione di controlli che attestino le caratteristiche e le motivazioni dell'operazione ed individuino chi ha autorizzato, effettuato, registrato, verificato l'operazione stessa.

Dobbiamo

- Riferire agli Organismi direttivi dell'Associazione omissioni, falsificazioni o negligenze.

Non dobbiamo

- Renderci complici di omissioni falsificazioni o negligenze.

COMUNICAZIONE E FORMAZIONE

Il Codice Etico è portato a conoscenza di tutti i Destinatari, interni ed esterni, mediante apposite attività di comunicazione, e comunque collocandolo sul sito internet dell'Associazione.

Allo scopo di assicurare la corretta comprensione del Codice, il Consiglio Direttivo predispone e realizza un piano periodico di comunicazione/formazione inteso a favorire la conoscenza dei principi e delle norme etiche contenute nel Codice.

Le iniziative di formazione possono essere differenziate secondo il ruolo e la responsabilità dei collaboratori.

ADOZIONE E AGGIORNAMENTO DEL CODICE ETICO

L'adozione del presente Codice è deliberata dal Consiglio Direttivo, eventuali sue modifiche e integrazioni sono proposte dal Presidente e devono essere sottoposte all'approvazione dello stesso Consiglio Direttivo.