

CODICE ETICO E DEONTOLOGICO dei Soggetti che offrono Formazione in Discipline Bio Naturali (DBN)

Il presente Codice è l'insieme delle norme di comportamento alle quali i Soggetti che offrono formazione in DBN (di seguito Soggetti) devono attenersi nell'ambito dello svolgimento delle proprie attività.

PRINCIPI GENERALI

Le disposizioni del Codice Etico e Deontologico, di cui sopra, definiscono i comportamenti da tenersi in ordine a:

- 1) RAPPORTI CON IL PUBBLICO;
- 2) RAPPORTI CON L'UTENTE;
- 3) RAPPORTI FRA SOGGETTI;
- 4) INOSSERVANZE AL CODICE.

1) RAPPORTI CON IL PUBBLICO

Trasparenza nell'informazione.

Ogni Soggetto si impegna a garantire la trasparenza del proprio operato e la veridicità delle proprie dichiarazioni pubbliche, con speciale riguardo alle informazioni relative all'offerta formativa. A tal fine:

- ✓ le dichiarazioni e le comunicazioni dell'offerta devono corrispondere ai principi di chiarezza del significato e di completezza dei contenuti;
- ✓ ciascun Soggetto è responsabile nei confronti di tutti gli altri Soggetti e nei confronti del pubblico e del Consumatore, Cliente/Utente delle informazioni relative alla propria attività (costi, struttura del corso, monte ore, docenza, durata minima e durata massima del percorso formativo ecc.), preoccupandosi di non indurre nell'utenza interpretazioni e/o valutazioni non veritiere, ingannevoli o comunque non chiare.

A tal proposito, quale supporto nella migliore interpretazione e nell'osservanza del presente punto, si allega un documento esplicativo (allegato 1) sulla Pubblicità Ingannevole, che è parte integrante di questo Codice Etico e Deontologico.

In particolare ogni Soggetto ha l'obbligo di indicare con chiarezza, nella propria comunicazione al pubblico:

1. il monte ore, con indicazione se trattasi di ore accademiche di 50' ovvero ore solari di 60'; inoltre va specificato quante di esse sono dedicate all'insegnamento frontale (in presenza di un docente) e quante non lo sono, gli orari e la formula didattica (corsi serali, a week-end, quotidiani, ecc.) e la durata minima e massima del percorso formativo;
2. il costo complessivo, dell'intero percorso formativo sia esso professionalizzante o genericamente formativo, fino all'attestato finale, anch'esso chiaramente riportato (specificando se trattasi di ore solari oppure accademiche), così come l'indicazione di eventuali oneri accessori di legge, indicando se sono inclusi o addizionali (esempio + % IVA), senza

celare costi extra o relativi ad attività non chiaramente riportate nel proprio programma;

3. la distinzione chiara e inequivocabile - a iniziare dal titolo del corso - tra formazione professionalizzante e altre diverse formule (per esempio: a carattere amatoriale, propedeutico, divulgativo o altro...) indicando la formula didattica adottata e la durata. Tale obbligo di distinzione va osservato anche nella stesura di eventuali attestati rilasciati.

2. RAPPORTI CON L'UTENTE

Tutti i Soggetti si impegnano ad assumere una condotta rivolta al rispetto dei diritti fondamentali della persona, qualunque ne sia la provenienza o condizione sociale, culturale, etnica, religiosa e spirituale, con particolare riferimento ai diritti contemplati dal codice civile e all'integrità fisica e morale dell'utente/discente.

In particolare ogni Soggetto dovrà tener conto di:

a) Metodi e Percorsi

Nei programmi di insegnamento dovrà essere indicata con chiarezza la metodologia didattica utilizzata e i contenuti dei corsi con previsione della verifica periodica dell'apprendimento.

La coerenza con le proprie finalità statutarie dovrà costituire principio informatore dell'attività didattica.

b) Locali e Attrezzature

Si avrà cura dell'accoglienza, del rispetto delle norme di igiene e di vivibilità dei locali ove hanno sede le loro attività. Le attrezzature per lo svolgimento dei corsi devono essere idonee.

c) Contratto

Nei rapporti contrattuali con gli utenti dovranno essere forniti e illustrati con chiarezza tutti gli obblighi e i diritti che derivano dall'intraprendere un percorso formativo con il Soggetto, prevedendo sempre una clausola di recesso da entrambe le parti con specifica delle relative conseguenze economiche.

d) Corpo Docente

I Soggetti si impegnano affinché ogni membro del Corpo Docente sia in possesso dei requisiti necessari e di competenze adeguate all'insegnamento che esercita, anche in ordine alla responsabilità del proprio ruolo di insegnante in relazione ai rapporti umani assunti con gli studenti.

e) Codice Etico e Deontologico

I Soggetti si impegnano a rendere noto attraverso il proprio sito web ai propri studenti il proprio Codice Etico e Deontologico professionale, che contempli, oltre al "profilo e ruolo dell'Operatore in DBN", anche il rispetto alle comuni norme di correttezza verso i propri clienti e verso i colleghi e/o colleghe.

3. RAPPORTI FRA SOGGETTI

I Soggetti si impegnano a operare con lealtà e correttezza nei confronti degli altri Soggetti che operano nel settore delle DBN e di rispettare l'ambito professionale di altri settori e attività.

4. INOSSERVANZE AL CODICE

Il presente Codice Etico e Deontologico si intende privo di forza giuridica, ma con valore di codice di auto-disciplina.

A tal proposito, per ogni eventuale inosservanza che dovesse emergere a carico di un Soggetto, la Provincia autonoma di Trento procederà, previa istruttoria e sentito il Tavolo delle DBN, a rivolgere un invito al Soggetto inadempiente, finalizzato a far cessare il comportamento o l'azione difforme.

Qualora il Soggetto non adempisse all'invito si procederà all'esclusione del Soggetto dall'elenco.

ALLEGATO 1

CODICE ETICO E DEONTOLOGICO dei Soggetti che offrono Formazione in Discipline Bio Naturali (DBN)

PUBBLICITÀ INGANNEVOLE

Nei confronti della pubblicità ingannevole, i Soggetti che offrono formazione in DBN della Provincia autonoma di Trento si dotano di uno strumento di auto-disciplina per intervenire autonomamente o in aggiunta alle eventuali sanzioni di Legge, nei casi in cui vengano lesi i principi del Codice Etico e Deontologico, dei diritti del Consumatore Cliente/Utente e quelli della concorrenza.

I Soggetti riconoscono che la pubblicità ingannevole è un atto contrario alla correttezza professionale, realizzato per indurre in errore il Consumatore, Cliente/Utente influenzandone le decisioni con informazioni false, tendenziose o incomplete.

Con riferimento alle leggi vigenti, la pubblicità ingannevole è disciplinata nell'ordinamento dai D. Lgs. 2 agosto 2007 n. 145 (disciplina relativa alla tutela professionale "Attuazione dell'art. 14 della direttiva 2005/29/CEE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole") e D. Lgs. 2 agosto 2007 n. 146 (relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno).

In osservanza dei principi dettati dall'art. 20 del D. Lgs. 6 settembre 2005 n. 206 per "pubblicità ingannevole" deve intendersi "qualsiasi pubblicità che in qualunque modo, compresa la sua presentazione, sia idonea a indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento economico, ovvero che, per questo motivo, sia idonea a ledere un concorrente".

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM - detta anche Anti Trust) può intervenire per la cessazione di una pubblicità ingannevole con vari strumenti fino a sospendere l'attività dell'impresa. Anche il Codice dell'Autodisciplina Pubblicitaria Italiana (C.A.P.), accettato dalla quasi totalità degli operatori pubblicitari italiani e dai loro clienti, all'art. 2 (Pubblicità Ingannevole) dispone che la "pubblicità deve evitare ogni dichiarazione o rappresentazione che sia tale da indurre in errore i Consumatori, Clienti/Utenti per mezzo di omissioni, ambiguità o esagerazioni palesemente iperboliche."