

## **CODICE DI ETICA PROFESSIONALE PER GLI ASSOCIATI ASSIRM**

### **1 - PREMESSA**

Lo sviluppo sociale ed economico dipende, in larga misura, da un efficace sistema di scambi. E' dunque importante alimentare dialogo, conoscenza e fiducia fra gli attori economici e sociali. Le ricerche di mercato rilevano, descrivono e spiegano i comportamenti, le opinioni, gli atteggiamenti dei consumatori e dei clienti e li comunicano alle imprese e agli altri soggetti economici e sociali interessati a conoscerli. Il ruolo della ricerca è di creare e diffondere conoscenza.

Gli Associati Assirm si considerano impegnati nella creazione di conoscenza. Qui sta il loro limite e la loro forza. Il limite esclude che essi possano mai esercitare l'attività diretta di promozione e di vendita, né possano assumere, nei confronti dei propri Clienti incarichi operativi che possano risultare in conflitto, non solo rispetto al Cliente, ma anche rispetto all'insieme dei soggetti con i quali entrano in relazione per la loro attività di ricerca: fornitori, intervistati, il pubblico in generale. In particolare, gli Associati Assirm si dissociano da qualsiasi attività che abbia lo scopo di sfruttare le relazioni attivate con la ricerca per vendere alcunché agli intervistati.

Questo Codice definisce quindi il ruolo degli Istituti di ricerca e dei ricercatori, le norme di deontologia professionale, le regole di comportamento. Esso definisce anche le responsabilità degli Istituti che si impegnano a rispettarle con l'adesione ad Assirm. Gli Associati riconoscono queste norme di deontologia professionale e queste regole di comportamento come pienamente rispondenti alla salvaguardia del loro ruolo nell'economia e nella Società e accettano di sottoporsi al giudizio degli organi associativi per la valutazione dei loro comportamenti che fossero ritenuti in contrasto con i principi qui di seguito enunciati.

### **2 - SCOPO E CONTENUTI DEL CODICE**

Questo Codice è inteso come un quadro di riferimento per l'autoregolamentazione che ciascuno degli Associati si impegna a realizzare, con i seguenti scopi:

- Mantenere elevati standard di qualità della ricerca e della professione
- Accrescere la fiducia dei cittadini, delle imprese e delle Istituzioni nella ricerca sociale e di mercato;
- Rendere esplicite le speciali responsabilità dei Ricercatori nei confronti di particolari gruppi: i minori e altri soggetti con limitate conoscenze e limitate capacità di giudizio critico.

Gli Associati Assirm sono anche consapevoli che l'osservanza di questo codice e il mantenimento di elevati standard etico-professionali contribuisce a garantire la libertà dei ricercatori di mercato di

cercare, ricevere e comunicare informazioni (come previsto dall'articolo 19 della Convenzione Internazionale delle Nazioni Unite sui Diritti Civili e Politici) e contribuisce anche a ridurre l'esigenza di leggi e regolamenti che disciplinino dall'esterno la propria attività.

Questo Codice si applica a tutte le ricerche di mercato. Esso deve essere letto congiuntamente ad altri codici e linee guida ICC e ESOMAR, così come ai relativi documenti interpretativi, le norme dettate dall'Autorità Garante della Privacy e le altre norme rilevanti, come quelle, ad esempio, relative alla protezione dei dati personali e alla pubblicazione dei sondaggi.

Il Codice è composto di tre parti:

- I **principi generali** che definiscono in termini generali, i valori di riferimento nelle attività degli Associati verso i propri Clienti e definiscono gli altri pubblici di riferimento (stakeholders)
- I **criteri di condotta** verso ciascuna classe di stakeholder, che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali gli Associati sono tenuti ad attenersi;
- I **meccanismi di attuazione**, che descrivono il sistema di controllo per l'osservanza del codice etico e per il suo continuo miglioramento, che vengono delineati in uno specifico documento.

### **3 - PRINCIPI GENERALI NEL RAPPORTO CON I CLIENTI**

Gli Associati Assirm, nel rapporto con i loro **Clienti** si impegnano ad attenersi a cinque principi guida, i valori caratteristici che definiscono la loro responsabilità e quella dei loro Ricercatori:

1. Competenza
2. Onestà
3. Partnership
4. Impegno
5. Informazione

Porre al primo posto la **Competenza**, vuol dire che il primo dovere degli Associati è di saper fare bene le ricerche. Essi condividono infatti la convinzione che la ricerca, se è fatta bene, produce conoscenza e che la conoscenza, in sé, è un valore. Gli Associati Assirm pongono l'etica della conoscenza alla base della loro missione.

Come conseguenza gli Associati si impegnano a

- condurre la ricerca in modo professionale in modo che tutte le fasi di impostazione e di esecuzione corrispondano a criteri di eccellenza

- adottare criteri rigorosi di selezione dei collaboratori e dei fornitori e di riconoscimento e promozione dei migliori.
- promuovere formazione e aggiornamento di tutti all'interno delle proprie strutture.

**Onestà.** Significa non mentire, nemmeno per far piacere al Cliente e nemmeno nel suo interesse; significa non vantare competenze che non si hanno; significa mantenere riservatezza su circostanze di cui si viene a conoscenza per motivi professionali, significa anche evitare i sospetti che queste cose possano accadere (es. mantenere indipendenza di giudizio, evitare conflitti di interesse).

Vale nei confronti dei Clienti, ma anche nei confronti delle altre categorie di *stakeholders*. Principalmente nei rapporti con il pubblico e con i soggetti da intervistare o di cui si rilevano i comportamenti.

**Partnership.** Saper ascoltare il Cliente, capire i suoi problemi e i suoi interessi, anche sapendo correttamente interpretare le sue richieste. Adattare sempre il servizio e le prestazioni agli interessi del Cliente. Questo è vero particolarmente nelle fasi di progettazione e di consegna del prodotto quando è necessario adottare modalità di comunicazione trasparenti ed efficaci.

Identificarsi con il Cliente significa che non basta far bene la ricerca. Occorre proporgli la ricerca che davvero gli serve e, nei limiti di ciò che è possibile, fare in modo che gli serva.

**Impegno.** Significa capacità di non sottrarsi a problemi nuovi e difficili, di sforzarsi di trovare la risposta vera e utile. Occorre che l'Istituto e i ricercatori siano impegnati in tutte le fasi: nel progetto, nei processi di ricerca, nel servizio, nell'assistenza post ricerca. Occorre incoraggiare gli Associati a valorizzare la prestazione in termini di risorse professionali (tempi e qualificazioni). Occorre evitare che un prezzo molto basso serva a giustificare una prestazione e un servizio scadenti.

**Informazione.** Poiché riteniamo che l'informazione, quindi la ricerca, siano una componente fondamentale della capacità di prendere decisioni appropriate, gli Associati si impegnano a diffondere la conoscenza del proprio lavoro, dei suoi risultati e di come questi risultati aiutino a risolvere i problemi. Questo non significa solo dare le informazioni corrette quando ci vengono chieste (Onestà): significa, in forma più attiva, trasparenza, capacità e volontà di comunicare.

Gli Associati Assirm ritengono che il proprio comportamento nei confronti dei Clienti debba generare **fiducia e valore**. Si lavora per l'Azienda, non per le persone che sono i nostri interlocutori. La fiducia del Cliente va perseguita come valore chiave fondante della relazione. Per valore si intende il valore della ricerca, la sua necessità, la sua utilità.

Sulla base di questi principi è stato qualificato un insieme di norme che, a tutela dei **Clienti**,

- definiscano il ruolo professionale dei Ricercatori e degli Istituti Assirm, anche in assenza di specifiche pattuizioni (**Criteri di Condotta**),
- garantiscano la qualità dei processi di ricerca degli Istituti Assirm (le **Norme di Qualità**).

#### **4 - I RAPPORTI CON LE ALTRE CATEGORIE**

La responsabilità degli Associati Assirm non riguarda solo il rapporto con i Clienti. Sono rilevanti le relazioni con le seguenti altre categorie di pubblici di riferimento:

- Intervistati
- Risorse umane (es. dipendenti, intervistatori, consulenti, ecc.)
- Fornitori
- Università
- Istituzioni pubbliche
- Mezzi di comunicazione

Nella relazione con ciascuno di questi pubblici, l'attività degli Istituti sarà ispirata a questi specifici obiettivi di sviluppo della professione:

- **Intervistati.** Obiettivi: **consenso e fiducia.** Attraverso la capacità di motivare, creare interesse, informare e mantenere con ciascuno un rapporto positivo. Nei confronti degli Intervistati, gli Istituti Assirm si impegnano anche a rispettare gli specifici criteri di condotta indicati al Capitolo 5 del presente Codice.
- **Risorse umane.** Obiettivi: **crescita** delle competenze, delle responsabilità, delle ricompense. Offrire opportunità e riconoscere i meriti.
- **Fornitori.** Obiettivi: **coinvolgimento, partnership.** Attività che ne conseguono: criteri di selezione allineati agli standard, comunicazione, sensibilizzazione, condivisione, controllo, ricerca di relazioni di lunga durata.
- **Università.** Obiettivi: **scambio, integrazione.** Sviluppare capacità di influenza e di fertilizzazione reciproca. Riconoscere e promuovere indirizzi scientifici e didattici coerenti con i valori e la pratica della ricerca.
- **Istituzioni Pubbliche.** Obiettivi: **conoscenza, influenza.** Promuovere la conoscenza del settore al fine di creare consenso attorno alle attività del settore.

- **Mezzi di comunicazione.** Obiettivi: **chiarezza, promozione.** Si intende la promozione del valore della ricerca, che deve essere comunicato in modo semplice e completo, senza aree di ambiguità né banalizzazioni che potrebbero generare discredito.

## **5 - I CRITERI DI CONDOTTA CON GLI INTERVISTATI**

- (a) La collaborazione dei rispondenti è volontaria e deve essere basata su informazioni adeguate, e non fuorvianti, sullo scopo generale e sulla natura del progetto nel momento in cui accettano di partecipare
- (b) I rispondenti devono essere in grado di controllare l'identità e la buona fede del ricercatore senza difficoltà. Quando il contatto si svolge a distanza, come ad esempio per telefono, i ricercatori devono prontamente dichiarare il nome dell'organizzazione che rappresentano e dichiarare lo scopo della chiamata senza alcuna ambiguità.
- (c) I ricercatori devono prendere tutte le ragionevoli precauzioni per assicurarsi che i rispondenti non siano in alcun modo danneggiati o abbiano ricadute negative come risultato diretto della loro partecipazione ad un progetto di ricerca di mercato.
- (d) La ricerca di mercato non deve abusare della fiducia dei rispondenti o sfruttare la loro mancanza di esperienza o di conoscenza.
- (e) In particolare all'intervistato deve essere garantito che le informazioni personali o riservate che vengano fornite nel corso di una indagine non saranno, senza il suo consenso, rivelate nominativamente a terzi - persone o organizzazioni - ma saranno espresse solo in forma tale che non si possa risalire ai singoli rispondenti e ricollegarli con le loro affermazioni, salvo il loro esplicito consenso. In ogni caso al pubblico verrà garantito che tali informazioni non saranno usate per scopi che non siano esclusivamente conoscitivi.
- (f) I rispondenti devono essere informati delle tecniche di osservazione o degli strumenti di registrazione usati per scopi di ricerca, fatta eccezione per i casi in cui questi vengono usati apertamente in luogo pubblico e nessun dato personale viene rilevato. Se i rispondenti lo desiderano, la registrazione o la sezione pertinente di essa, deve essere distrutta o cancellata. In assenza di un consenso esplicito l'identità dei rispondenti deve essere protetta.

### **Interviste e rilevazioni su minori**

- (a) I ricercatori devono usare una speciale attenzione quando intervistano bambini e giovani di età inferiore a 15 anni. Per argomenti particolarmente delicati il limite viene esteso ai 18 anni. Il consenso informato dei genitori o di un adulto responsabile deve essere ottenuto prima di intervistare bambini.
- (b) Gli Associati si impegnano a far descrivere dagli intervistatori la natura dell'intervista con sufficiente dettaglio affinché la persona responsabile possa decidere con cognizione di causa.

- (c) Qualora si preveda di far provare al bambino prodotti o campioni, la persona responsabile sarà esplicitamente informata e dovrà avere la possibilità di verificare l'intero processo di intervista e la natura del materiale e dei prodotti sottoposti a test.

## **6 - I CRITERI DI CONDOTTA CON I CLIENTI**

### ***Trasparenza***

L'Associato deve fornire al proprio Cliente che ne faccia richiesta i dettagli tecnici e le modalità di svolgimento di tutti i processi della ricerca che viene svolta per suo conto. Gli Associati devono garantire al Cliente che ne faccia richiesta la possibilità di controllare la rilevazione dei dati e il loro trattamento.

Gli Associati Assirm consentono che il Cliente o un suo rappresentante accettato sia dal Cliente che dall'Istituto assista ad un numero limitato di interviste, al fine di osservare le modalità e la qualità di esecuzione del lavoro di rilevazione.

Nel caso di un'indagine Multi-Client, l'Associato può esigere che l'osservatore incaricato di controllare la qualità del lavoro sia del tutto indipendente da tutti i Clienti di quell'indagine.

Le disposizioni dei tre paragrafi precedenti si intendono subordinate al rispetto delle norme sulla *Privacy*.

Il ricercatore deve dichiarare con onestà al Cliente le proprie competenze ed esperienze e non vantare, né lasciar intendere di possedere competenze che non ha. I ricercatori non devono fare dichiarazioni false sulle proprie competenze, esperienze o attività proprie né dell'istituto per cui lavorano.

### ***Proprietà***

L'Associato conserva la proprietà intellettuale di Progetti e Proposte di ricerca consegnati ai Clienti, salvo diverso accordo. Allo stesso modo, il brief di ricerca e le specifiche fornite dal Cliente rimangono di proprietà del Cliente.

I dati e i risultati delle ricerche sono di proprietà del Cliente. Gli Associati Assirm non divulgheranno a terzi né dati né risultati senza averne preventivamente ottenuto il consenso scritto da parte del Cliente. Le tecniche e metodologie (compresi programmi di elaborazione dati) usate dagli Associati Assirm per le ricerche non diventano proprietà del Cliente, il quale non ha alcun diritto esclusivo al loro utilizzo, salvo laddove non venga esplicitamente convenuto diversamente.

Tutti i documenti degli Associati Assirm, ad eccezione del rapporto, saranno di proprietà degli Istituti stessi, che avranno il diritto di distruggerli senza informare il Cliente.

### ***Ricerche e servizi multivalente***

I ricercatori devono informare i Clienti se il lavoro che devono svolgere per essi è abbinato al lavoro per altri clienti o fa parte di uno studio offerto a più Clienti.

Quando un'unica rilevazione/ricerca viene realizzata per conto di più Clienti, o quando una ricerca o un servizio viene offerto a più Clienti, ciascun di essi sarà informato dall' Istituto di questa particolare modalità di offerta. In questi casi l'Associato si impegna a:

- applicare condizioni uniformi e trasparenti nella propria proposta commerciale
- informare i Clienti del livello di condivisione previsto, cioè se esso riguardi solo le procedure oppure anche i risultati finali
- se e quale parte dei risultati verrà resa pubblica

Per questo tipo di ricerche l'Associato dovrà tenere una adeguata documentazione sulle scelte tecnico metodologiche e sui processi. Le condizioni di offerta dovranno corrispondere alle procedure effettivamente seguite.

### ***Pubblicazione e divulgazione dei risultati***

I rapporti e gli altri documenti relativi a una ricerca forniti da un Associato Assirm sono normalmente destinati ad essere utilizzati esclusivamente da parte del Cliente e dei suoi consulenti e collaboratori. Il contratto fra Istituto e Cliente deve normalmente precisare a chi è riservato il copyright dei risultati dell'indagine e tutti gli accordi riguardanti la loro successiva pubblicazione. In assenza di un accordo specifico, se il Cliente intende dare più vasta diffusione a tutta o parte dell'indagine si applicano disposizioni particolari.

La pubblicazione dei risultati di ricerca è disciplinata dalle norme emanate dall'Autorità Competente e da accordi fra Assirm e i sindacati che rappresentano gli Editori e i giornalisti. Oltre a quanto disposto da tali norme, gli Associati Assirm sono tenuti a:

- (a) rendere disponibili le informazioni tecniche necessarie per stabilire la validità di qualsiasi risultato pubblicato.
- (b) mantenere una chiara distinzione tra i risultati della ricerca e la loro interpretazione o le raccomandazioni che ne derivano e che vanno ascritte alla personale, soggettiva, responsabilità del ricercatore o del commentatore.
- (c) assicurarsi che, in caso di pubblicazione dei risultati, il Cliente consulti l'Istituto sulla forma e sul contenuto della pubblicazione, quando l'Istituto venga citato come autore della ricerca stessa.

- (d) impedire che i loro nomi siano usati in relazione a qualsiasi ricerca come garanzia che questa è stata condotta in conformità di questo Codice, se non sono fiduciosi che la ricerca soddisfi sotto tutti gli aspetti i requisiti di questo Codice.

## **7 - I CRITERI DI CONDOTTA CON GLI ALTRI ASSOCIATI**

Gli Associati Assirm devono tenere comportamenti tali da non danneggiare, screditare o altrimenti compromettere l'immagine dell'Associazione, degli altri Istituti associati e non associati e della stessa professione. Gli Associati Assirm sono liberi di esprimere le proprie opinioni anche se in contrasto con quelle di altri Istituti, ma sono tenuti a non denigrare questi ultimi o il loro operato in qualsiasi forma. Un Associato non deve appropriarsi consapevolmente, in qualsiasi modo, di materiale - non di dominio pubblico - prodotto da un altro Istituto.

La libera concorrenza fra gli Associati 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 specifica capacità delle persone che compongono l'Istituto. Il ricorso ad ogni diversa forma di persuasione o incentivazione nei confronti degli Utenti è da ritenersi contrario alla deontologia professionale ed allo spirito associativo.

## **8 - COMITATO DISCIPLINARE**

### **Osservanza**

Gli Associati Assirm si impegnano a fare tutto quanto in loro potere per applicare le disposizioni di questo Codice, sia nello spirito che nella lettera. Gli Associati Assirm, impegnandosi al rispetto del Codice, si rendono garanti nei confronti dell'Associazione e degli altri Associati che il comportamento dei propri collaboratori che rivestono, a qualsiasi livello, mansioni di responsabilità, sarà conforme ai principi del Codice stesso.

### **Sanzioni**

Gli Associati Assirm dichiarano che la non osservanza delle disposizioni di questo Codice da parte di un Associato debba ritenersi lesiva degli interessi della categoria e dell'Associazione che lo rappresenta, e costituisca ragione sufficiente per l'approvazione delle sanzioni disciplinari previste.

La non osservanza delle disposizioni può risultare da segnalazioni che pervengano all'Assirm da parte di altri Istituti associati, da Clienti, da soggetti intervistati o da componenti delle altre categorie di riferimento citate alla sezione 3.

Qualora uno degli Associati ritenesse che altro Istituto non abbia conformato il proprio comportamento ai principi esposti nel presente Codice, potrà denunciare il fatto al Consiglio Direttivo,

astenedosi dal divulgare in qualsiasi modo l'oggetto della denuncia. A seguito della denuncia, come pure in ogni altro caso in cui gli pervenga comunque notizia del comportamento di un Associato non conforme ai principi del presente Codice, il Consiglio Direttivo deferirà il caso **al Comitato Disciplinare**.

Il Comitato Disciplinare provvederà alla istruzione del caso ed esprimerà il proprio giudizio, secondo quanto previsto dal Regolamento del Comitato Disciplinare Assirm, approvato dall'Assemblea.

Il Comitato Disciplinare potrà deliberare le seguenti sanzioni:

- 1. Richiamo**
- 2. Rimprovero ufficiale**
- 3. Sospensione**
- 4. Espulsione**

La delibera di espulsione di un Istituto da parte del Comitato sarà sottoposta alla ratifica dell'Assemblea, che la renderà operativa. Le norme del Comitato Disciplinare si applicano a tutti i soci Assirm, che sono tenuti a sottoscriverle per accettazione.

Il Comitato presenterà un rapporto annuale al Consiglio ed all'Assemblea.

## **9 - DEFINIZIONI**

### **“Ricerca”**

è una componente della ricerca Scientifica Applicata, e designa la raccolta sistematica, la registrazione, classificazione, analisi e interpretazione di dati che riguardano i comportamenti e le opinioni di individui e gruppi (comprendendo imprese, istituzioni e organizzazioni) e il sistema di cognizioni, emozioni e scopi che li spiegano. Il termine “ricerca” comprende anche le indagini sociali e di opinione e gli studi documentari e statistici relativi a settori di attività economica (“ricerche industriali”) e le attività di raccolta, compilazione, trattamento e analisi critica di dati già disponibili da altre fonti (per es. le attività correntemente designate “desk research” e “data mining”).

### **"Istituto"**

designa le società o Enti dotati di personalità giuridica, secondo la legislazione italiana; che abbiano come attività prevalente riconosciuta la ricerca di mercato, le ricerche di opinione pubblica, la ricerca sociale, e che possiedano le necessarie competenze tecniche e professionali per assicurare un'adeguata qualità del servizio.

**“Ricercatore”** si definisce la persona fisica nel momento in cui fa progetti di ricerca, oppure ne supervisiona l’esecuzione, oppure svolge attività di analisi e di interpretazione e ha le competenze per condurre ciascuna di queste attività.

**"Documenti"** indica qualsiasi istruzione, proposta, questionario, elenchi, moduli, schede, nastri di magnetofono, films, tabulazioni, fogli di stampa del calcolatore, nastri EDP o altri sistemi di archiviazione e memorizzazione dei dati, formule, grafici, rapporti, ecc. in qualsiasi forma, inerenti a una determinata ricerca, sia che si tratti dell'indagine nel suo insieme o che si tratti di una parte di essa. Questo termine comprende sia i documenti preparati dal Cliente che quelli preparati dall'Istituto. **“Documenti”** sono anche il principale prodotto dell’attività degli Istituti di ricerca e dei ricercatori.

**“Processi”** il termine indica le operazioni che vengono compiute per svolgere una ricerca. Gli Associati Assirm riconoscono che la qualità di una ricerca si giudica dal Progetto e dai processi che lo realizzano praticamente. Lo svolgimento dei processi di ricerca viene registrato nei Documenti.