



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO



CODICE DI AUTODISCIPLINA DI ASSO TEMPORARY

Relativo al settore Business Center

Associazione Italiana dei Temporary
Shop, Showroom, Business Center,
Event space e dei servizi connessi.

Sede | Corso Venezia, 47 - Milano
Tel. 02 7750250 - Fax.02 7750490
e-mail: assotemporary@unione.milano.it
www.assotemporary.it



CODICE DI AUTODISCIPLINA

PREMESSA

1. DISPOSIZIONI PRELIMINARI E PRINCIPI GENERALI

Art. 1 Finalità del Codice

Art. 2 Clausola di adesione

Art. 3 Aggiornamento delle disposizioni del Codice e sua divulgazione

Art. 4 Rispetto dei principi e delle norme dell'ordinamento, delle disposizioni del codice e degli usi

Art. 5 Obbligo di lealtà verso gli altri Associati

Art. 6 Obbligo di riservatezza e rispetto della normativa in materia di trattamento dei dati personali

2. NORME GENERALI DI COMPORTAMENTO

Art. 7 Rispetto dei principi di correttezza, lealtà, imparzialità e trasparenza

Art. 8 Salvaguardia dell'ambiente

Art. 9 Formazione

Giugno 2013

Si ringraziano gli avvocati
Carmen Leo e **Flaminia Besozzi** per la collaborazione
prestata nella redazione del codice.

3. OBBLIGHI RELATIVI AI RAPPORTI CON I PRINCIPALI SOGGETTI COINVOLTI NELLO SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITA' DEGLI ASSOCIATI

Sezione I – Clienti

Art. 10 Qualità del servizio

Art. 11 Trattative ed esecuzione dei rapporti contrattuali

Art. 12 Regole e canoni di condotta

Sezione II – Fornitori

Art. 13 Rapporti con i fornitori

Sezione III – Dipendenti e collaboratori

Art. 14 Sicurezza sul lavoro

Art. 15 Selezione e formazione del personale

Art. 16 Istruzioni ed ordini sul rispetto del Codice

Art. 17 Coinvolgimento nelle politiche aziendali

Sezione IV – Concorrenza e pubblicità

Art. 18 Divieto di concorrenza sleale

Art. 19 Pubblicità

4. DISPOSIZIONI FINALI

Art. 20 Segnalazioni ad Assotemporary delle violazioni del Codice

Art. 21 Rilevanza disciplinare delle violazioni del Codice

Art. 22 Attività di vigilanza sul rispetto del Codice

Art. 23 Rendiconto annuale delle segnalazioni pervenute

Art. 24 Conciliazione

Art. 25 Diffusione del Codice

PREMESSA

Mercati e regole in evoluzione

Il mercato su cui operano imprese e consumatori negli ultimi anni è cambiato radicalmente. Da un lato, la libera circolazione di persone, merci e capitali ha spinto verso una sempre maggiore globalizzazione, con una progressiva internazionalizzazione non solo degli scambi, ma anche della filiera produttiva; dall'altro lato, l'innovazione tecnologica ha accentuato e accelerato le dinamiche concorrenziali, rendendo ipercompetitivi i mercati tradizionali e aprendo nuove arene competitive, in cui le imprese si confrontano con nuovi operatori, spesso internazionali.

In uno scenario così dinamico, è importante che esista un corpus di regole semplici, precise e flessibili e un sistema di controlli efficace, in grado di prevenire le possibili distorsioni, i comportamenti illeciti e tutelare così le imprese e i consumatori. Solo con queste condizioni è possibile lo sviluppo armonioso di un mercato realmente efficiente e concorrenziale.

Le funzioni di regolazione del mercato della Camera di commercio

La Camera di commercio svolge alcune importanti attività per la tutela e la trasparenza del mercato, a livello locale, che possono essere

divise in tre insiemi, corrispondenti a tre funzioni tra loro sequenziali: Regolazione, informazione e prevenzione; Vigilanza; Risoluzione delle controversie. Si tratta di funzioni svolte istituzionalmente dalla Camera ; inoltre, per quanto riguarda la vigilanza del mercato, la Camera effettua alcune attività anche in base ad una convenzione tra il Ministero dello Sviluppo Economico e il sistema camerale nazionale, per garantire una maggiore uniformità sul territorio nazionale.

1. Regolazione, informazione e prevenzione per un funzionamento del mercato corretto e trasparente

La presenza di regole certe ed eque e l'utilizzo di pratiche commerciali corrette sono condizioni imprescindibili per un mercato efficiente, che permetta lo sviluppo delle imprese che vi operano. In quest'ambito la Camera, in collaborazione con le Associazioni imprenditoriali e dei consumatori:

- realizza iniziative e servizi tesi a favorire condizioni di equilibrio contrattuale, in particolare tra consumatori e imprese, ma anche tra le imprese stesse. Cura l'elaborazione e la promozione di modelli contrattuali, verifica la presenza di clausole inique nei contratti tra imprese e di clausole vessatorie in quelli tra imprese e consumatori, accerta e raccoglie gli usi e le consuetudini, promuove la predisposizione di codici di autodisciplina;
- provvede a rilevare i prezzi di mercato e a pubblicare le relative quotazioni nei settori delle merci all'ingrosso e dei materiali e delle opere edili;
- promuove la diffusione della conoscenza e il corretto utilizzo degli strumenti di tutela della proprietà intellettuale.

2. Vigilanza del mercato

Non esiste regolazione del mercato efficiente senza la cultura della legalità degli operatori e l'esistenza di un sistema di controlli per la verifica del rispetto delle regole. La Camera verifica il rispetto delle normative nazionali e comunitarie mediante la vigilanza del mercato (ed esercitando il potere sanzionatorio), in collaborazione con le altre autorità. Gli ambiti di controlli sono i seguenti:

- sicurezza dei prodotti posti in commercio (settori giocattoli, materiale elettrico a bassa tensione, dispositivi di protezione individuale, prodotti industriali in genere);
- correttezza delle informazioni al consumatore (settori tessili, calzature, credito al consumo, consumo carburante e emissione CO2 delle auto nuove, efficienza energetica, ecc.);
- affidabilità degli strumenti di misura impiegati per lo svolgimento delle attività commerciali (e saggio e marchio dei metalli preziosi), tramite le verifiche prime degli strumenti, preliminari alla loro immissione in commercio, e tramite ispezioni periodiche, per l'accertamento del mantenimento nel tempo dell'affidabilità degli strumenti.

3. Risoluzione delle controversie

In un mercato efficiente la risoluzione di eventuali controversie deve avvenire tramite un processo rapido, economico ed efficace. La Camera offre alle imprese e ai consumatori un agile strumento di risoluzione delle controversie mettendo a loro disposizione, tramite la Camera Arbitrale di Milano, procedure di risoluzione extragiudiziale delle controversie (ADR) quali l'arbitrato e la mediazione.

Il tratto distintivo della Camera rispetto a questi tre insiemi di attività è di agire nell'interesse non solo dei consumatori, ma anche delle imprese che intendano operare sul mercato nel rispetto delle regole, supportandole nel percorso verso una sempre maggiore trasparenza e compliance normativa. A tal fine l'Ente opera da sempre in stretto coordinamento con il mondo associativo e istituzionale locale e nazionale.

Codice di autodisciplina “Assotemporary”

Nonostante la crescita esponenziale dei contatti virtuali anche nel mondo del business, gli imprenditori hanno ancora necessità di incontrarsi fisicamente per fare affari. In Italia Milano viene normalmente identificata ancora come il luogo fisico dove ci si reca a tale scopo: gli imprenditori vi arrivano per entrare quotidianamente in contatto tra loro per vendere e comprare beni e servizi, spesso con ricadute sull'intero sistema paese.

In questo contesto estremamente dinamico gli operatori economici hanno sempre più bisogno di una serie di servizi di supporto per tutte quelle attività continuative che devono svolgersi fuori dalla sede aziendale come uffici temporanei, uffici virtuali, sale riunioni, servizi di segreteria ed altri. Una risposta a questa esigenza è data dai Business Center. Su input dell'associazione di categoria Assotemporary, la Camera di Commercio ha inteso svolgere il suo ruolo di supporto e promozione a fianco delle realtà imprenditoriali con un classico strumento di regolazione del mercato: il codice di autodisciplina. Riprendendo un

lavoro di autoproduzione normativa già in essere, la Camera si è posta l'obiettivo di raccogliere e stabilizzare le prassi virtuose presenti nel settore di mercato in questione. In tal modo Assotemporary ha avuto, grazie all'opera degli esperti nominati dalla Camera, la possibilità di riscrivere in modo giuridicamente più stringente delle norme di condotta già esistenti, di adottare efficaci strumenti di prevenzione del contenzioso giurisdizionale e di promuovere un'immagine associativa in linea con le più attuali esigenze di trasparenza del mercato.

Quest'ultimo lavoro si aggiunge ad una lunga serie di strumenti autodisciplinari messi a disposizione delle varie categorie produttive e commerciali in quasi vent'anni di attività regolativa. Prendiamo atto con soddisfazione, oggi, che l'esperienza della Camera di Commercio di Milano abbraccia una gamma molto ampia di settori, dal commercio chimico alle imprese edili, dai servizi turistici alla vendita di prodotti elettronici, solo per fare alcuni esempi. Gli obiettivi già raggiunti ci incoraggiano a mettere in campo sfide sempre più difficili, per far sì che la cultura dell'autoregolazione normativa “dal basso” diventi una caratteristica essenziale delle imprese chiamate a competere, oggi più di ieri, sul terreno della qualità totale dei servizi resi ai propri clienti.

Pier Andrea Chevallard

Segretario Generale

Camera di commercio di Milano

1. DISPOSIZIONI PRELIMINARI E PRINCIPI GENERALI

Art. 1 Finalità del codice

Il presente Codice si compone di una serie di regole di condotta e di principi etici ed è rivolto alle imprese aderenti ad Assotemporary, esercenti l'attività di Business Center, che si impegnano a rispettarlo, a farlo rispettare ai propri dipendenti e collaboratori e a diffonderlo ai soggetti con cui intrattengono rapporti commerciali. Assotemporary, quindi, persegue con il presente Codice le seguenti finalità:

- impegnare i propri Associati all'osservanza di precise regole di comportamento;
- sviluppare e consolidare la professionalità degli Associati;
- promuovere e sollecitare il massimo rispetto delle predette regole e principi, nonché di tutta la normativa applicabile al settore di riferimento.

Art. 2 Clausola di adesione

La piena accettazione del presente Codice è requisito essenziale per ottenere l'iscrizione ad Assotemporary.

Art. 3 Aggiornamento delle disposizioni del Codice e sua divulgazione

Il Consiglio Direttivo di Assotemporary provvede all'aggiornamento delle disposizioni del presente Codice ed alla successiva divulgazione delle modifiche eventualmente apportate.

Art. 4 Rispetto dei principi e delle norme dell'ordinamento, delle disposizioni del Codice e degli usi

Nello svolgimento della propria attività gli Associati si attengono alle norme civili, penali e amministrative, nonché alle disposizioni del presente Codice ed agli usi eventualmente esistenti per il settore.

Art. 5 Obbligo di lealtà verso gli altri Associati

Gli Associati si impegnano a comportarsi con lealtà nei confronti degli altri Associati. In particolare si impegnano a non intervenire, in modo contrario ai principi di correttezza e buona fede o in modo fraudolento, nelle trattative in corso tra un Associato ed i suoi potenziali clienti.

Art. 6 Obbligo di riservatezza e rispetto della normativa in materia di trattamento dei dati personali

Gli Associati si impegnano ad adottare e a far adottare ai propri dipendenti e collaboratori tutte le misure necessarie per garantire la riservatezza delle informazioni trattate e/o apprese nello svolgimento della propria attività e nei rapporti con i soggetti pubblici e privati, siano essi clienti, fornitori, concorrenti, dipendenti o terzi in genere. Gli Associati svolgono la loro attività nel rispetto della normativa vigente in materia di privacy e tutela dei dati personali, attualmente disciplinata dal D.lgs 196 del 30/6/2003, raccogliendo i dati e le informazioni in modo lecito, corretto e conforme alla legge.

2. NORME GENERALI DI COMPORTAMENTO

Art. 7 Rispetto dei principi di correttezza, lealtà, imparzialità e trasparenza

Gli Associati osservano, nello svolgimento delle proprie attività, i principi di imparzialità e trasparenza nei confronti di tutti i soggetti, pubblici e privati, con cui entrano in relazione, siano essi clienti, fornitori, colleghi, concorrenti, terzi, dipendenti e/o collaboratori. Gli Associati devono, inoltre, svolgere la loro attività con competenza e professionalità, ispirandosi ai principi di lealtà, probità e correttezza.

Art. 8 Salvaguardia dell'ambiente

Gli Associati considerano fondamentale l'impatto ambientale derivante dall'erogazione dei propri servizi, privilegiando i comportamenti atti a prevenire gli effetti negativi. Nel caso in cui sia necessario e possibile, gli Associati intervengono in maniera attiva nel dotarsi di strumenti e sistemi atti a minimizzare l'impatto ambientale. Gli Associati mantengono rapporti con il mondo sociale ed economico, investendo risorse a sostegno di progetti, iniziative, enti ed istituzioni volti a salvaguardare il patrimonio ambientale.

Art. 9 Formazione

Gli Associati si impegnano a promuovere i progetti di formazione organizzati da Assotemporary, a partecipare e a far partecipare i propri dipendenti/collaboratori ad iniziative formative interne ed esterne alle associazioni di categoria.

3. OBBLIGHI RELATIVI AI RAPPORTI CON I PRINCIPALI SOGGETTI COINVOLTI NELLO SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITA' DEGLI ASSOCIATI

Sezione I – Clienti

Art. 10 Qualità del servizio

Gli Associati improntano tutta la propria attività al fine di offrire il miglior servizio possibile al cliente. Si impegnano pertanto a recepire le esigenze dei clienti e, ove possibile, a soddisfarle in un'ottica di qualità del servizio, anche oltre le specifiche richieste.

Art. 11 Trattative ed esecuzione dei rapporti contrattuali

Nella fase delle trattative e nei rapporti contrattuali con i clienti, sono sempre evidenziati con precisione:

- a) le tipologie e le caratteristiche del servizio che viene prestato;
- b) le modalità e i tempi di prestazione del servizio;
- c) il corrispettivo dei servizi – base prestati e degli eventuali servizi accessori, nonché le modalità e i termini di pagamento.

Gli Associati nei rapporti con i clienti si impegnano ad utilizzare il contratto – tipo redatto in collaborazione con la CCIAA di Milano.

Art. 12 Regole e canoni di condotta

Gli Associati, nella prestazione dei servizi, si impegnano a:

- individuare con chiarezza le esigenze del cliente per adattarvi le capacità e le competenze di cui dispongono;
- assicurare la conformità del processo di esecuzione del servizio secondo quanto offerto in fase di trattativa, garantendo al cliente il rispetto delle sue esigenze e verificando periodicamente la sua soddisfazione;
- sviluppare un'azione continua di miglioramento delle procedure necessarie per l'esecuzione dei servizi.

Sezione II – Fornitori **Art. 13 Rapporti con i fornitori**

Il rapporto con i fornitori deve essere improntato non esclusivamente sul criterio qualità/prezzo, ma anche su altri fattori quali: adeguamento del fornitore agli sviluppi tecnologici e a tecniche ecocompatibili/eco sostenibili; disponibilità a compiere progetti per il miglioramento dei servizi.

Sezione III – Dipendenti e collaboratori

Art. 14 Sicurezza sul lavoro

Gli Associati si impegnano ad osservare tutte le leggi in materia di lavoro, con particolare riguardo alla legislazione in materia di sicurezza e salute dei lavoratori, rispetto alla quale curano l'aggiornamento e la formazione continua. In particolare, gli Associati si impegnano a garantire e promuovere un'adeguata formazione ed un aggiornamento costante dei propri dipendenti e/o collaboratori.

Art. 15 Selezione e formazione del personale

Il personale verrà selezionato nel rispetto del principio delle pari opportunità. Le informazioni ed i dati conosciuti in fase di selezione verranno trattati nel rispetto dei principi di cui ai precedenti artt. 6 e 7.

Il rapporto con il personale verrà disciplinato con regolari contratti di lavoro, secondo le normative vigenti in materia.

Il personale è formato al contatto con il cliente, compatibilmente con il proprio ruolo e con lo scopo di avvicinare e fidelizzare il cliente agli Associati.

Gli Associati curano la formazione e la cultura professionale del personale.

Art. 16 Istruzioni ed ordini sul rispetto del Codice

Gli Associati vigilano affinché l'operato di tutto il personale non si ponga in contrasto con i principi del presente Codice. Gli Associati, inoltre, richiedono l'attiva partecipazione di tutto il personale, nella consapevolezza che il comportamento e le prestazioni dei singoli individui influiscono direttamente sulla qualità del servizio prestato al cliente.

Art. 17 Coinvolgimento nelle politiche aziendali

Gli Associati coinvolgono opportunamente i propri dipendenti e/o collaboratori nel perseguimento degli obiettivi aziendali, anche attraverso iniziative di formazione. I rapporti con il personale sono improntati sul rispetto e sulla stima reciproca.

Sezione IV – Concorrenza e pubblicità

Art. 18 Divieto di concorrenza sleale

La 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. Gli Associati si astengono tassativamente dal compiere atti di concorrenza sleale come definiti dall'art. 2598 c.c., nonché dal formulare giudizi sulla professionalità delle imprese concorrenti, ancorché richiesti dai clienti, anche potenziali. Nella prestazione al cliente dei propri servizi, agli Associati è consentito effettuare raffronti e comparazioni con i servizi offerti dalle imprese concorrenti, purché concernenti elementi veritieri ed obiettivi.

Gli Associati si astengono dal fornire ad altre imprese del settore, anche in caso di collaborazioni con queste ultime, informazioni e dati sui propri clienti.

Art. 19 Pubblicità

Gli Associati si impegnano ad osservare, nelle comunicazioni pubblicitarie, i principi di veridicità, trasparenza e correttezza e a non porre in essere pubblicità ingannevole.

4. DISPOSIZIONI FINALI

Art. 20 Segnalazioni ad Assotemporary delle violazioni del Codice

L'Associato è tenuto a segnalare, senza vincoli di forma, eventuali violazioni del Codice di cui venga in qualunque modo a conoscenza, ai fini dell'eventuale avvio del procedimento disciplinare da parte del Consiglio Direttivo Assotemporary.

Art. 21 Rilevanza disciplinare delle violazioni del Codice

In conseguenza delle violazioni del presente Codice, il Consiglio Direttivo di Assotemporary potrà comminare, previa diffida e richiamo scritto indirizzati all'Associato, la sospensione (con conseguente preclusione per l'Associato della facoltà di partecipare all'attività degli Organi Sociali), o l'espulsione dall'associazione.

Art. 22 Attività di vigilanza sul rispetto del Codice

Assotemporary si impegna a svolgere una costante attività di controllo sui suoi iscritti volta a monitorare il grado di osservanza delle disposizioni contenute nel Codice e garantire la corretta applicazione delle norme dello stesso. A tal fine, il Consiglio Direttivo di Assotemporary potrà valutare i livelli di effettiva attuazione del Codice, adottando misure informative, eventualmente tramite sondaggi a campione effettuati tra gli Associati e i loro clienti.

Art. 23 Rendiconto annuale delle segnalazioni pervenute

Assotemporary si impegna a comunicare annualmente alla Camera di Commercio, Industria, Artigiano ed Agricoltura di Milano le segnalazioni pervenute al Consiglio Direttivo, i casi esaminati, il numero ed il tipo di sanzioni irrogate, le controversie risolte o ancora in corso.

Art. 24 Conciliazione

Ferma restando la competenza degli organi statutari (Consiglio Direttivo e Collegio dei Probiviri), gli Associati adottano, in via preferenziale, strumenti di composizione delle controversie che dovessero insorgere tra gli Associati e tra gli Associati ed i terzi favorendo la conciliazione e l'arbitrato ed avvalendosi, particolarmente, dei servizi prestati in tal caso dalle Camere arbitrali istituite presso le Camere di Commercio, competenti per territorio.

Art. 25 Diffusione del Codice

Il presente Codice verrà divulgato, a livello nazionale, attraverso apposite iniziative con l'eventuale ausilio della Camera di Commercio, Industria, Artigiano e Agricoltura di Milano e di partner di Assotemporary che si rendessero all'uopo disponibili.

Gli Associati rendono edotti i propri clienti dell'esistenza, dei contenuti e degli effetti del presente Codice. Assotemporary a sua volta si impegna ad assicurare la diffusione del presente Codice anche mediante la pubblicazione sul suo sito internet e la predisposizione di strumenti conoscitivi, esplicativi, di informazione e sensibilizzazione con riferimento ai contenuti del Codice.

Pubblicazione a cura di:
Servizio Armonizzazione del Mercato
Camera di Commercio di Milano.