

ÍNDEX

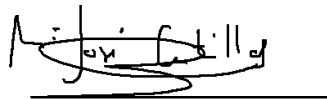
1. Objecte	3
2. Abast	3
3. Serveis i òrgans que intervenen	3
3.1 Servei d'Organització i Recursos Humans	3
3.2 Servei de Gestió Administrativa i Econòmica	3
3.3 Comitè d'ètica	3
4. Normes bàsiques del codi de conducta en publicitat de Grameimpuls	3
4.1 Respecte a la legalitat vigent	3
4.2 Interpretació dels anuncis publicitaris	4
4.3 Explotació de la por	4
4.4 No incitació a la violència	4
4.5 No incitació a comportaments il·legals	4
4.6 Respecte al bon gust	4
4.7 Pràctiques perilloses i seguretat	4
4.8 Publicitat discriminatòria	4
4.9 Dret a l'honor	5
4.10 Respecte al medi ambient	5
4.11 Exigència d'autenticitat i veracitat	5
4.12 Disponibilitat de serveis	5
4.13 Dades tècniques	5
4.14 Explotació del prestigi aliè i imitació	5
4.15 Denigració	5
4.16 Participació en campanyes publicitàries externes a Grameimpuls	6
4.17 Protecció de la salut	6
4.18 Altres Institucions	6
5. Ús d'imatge i reclamacions	6
6. Incompliment del codi	6
7. DOCUMENTACIÓ DE REFERÈNCIA	6
8. REGISTRES	7

Modificacions efectuades en aquesta darrera revisió:

- Es revisa el llenguatge sexista, s'actualitzen les responsabilitats i els noms dels procediments i es substitueix els departaments per serveis en tot el document.
- En el punt 8 s'elimina l'FR-SI-17 com registre.

Elaborat i revisat per: DIRECCIÓ DE QUALITAT
Data: 24 DES 08

Signat:



Aprovat per: GERENT
Data: 24 DES 08

Signat:



1. OBJECTE

Contribuir que la publicitat constitueixi un instrument particularment útil en el procés econòmic, vetllant pel respecte a l'ètica publicitària i pels drets de les persones destinatàries de la publicitat.

2. ABAST

Les presents normes de conducta s'apliquen a tota activitat de comunicació publicitària que realitzi la Societat Municipal Grameimpuls, de manera directa o indirecta, o a través de qualsevol mitjà.

3. SERVEIS I ÒRGANS QUE INTERVENEN

3.1 Servei d'Organització i Recursos Humans

El personal tècnic d'imatge i comunicació és el responsable del disseny, creació i supervisió de la publicitat.

3.2 Servei de Gestió Administrativa i Econòmica

Les persones encarregades de les compres contractaran els mitjans a través dels quals es difondrà la publicitat.

3.3 Comitè d'ètica

S'encarrega de vetllar que la publicitat respecti les normes bàsiques d'aquest codi.

4. NORMES BÀSIQUES DEL CODI DE CONDUCTA EN PUBLICITAT DE GRAMEIMPULS

4.1 Respecte a la legalitat vigent

La publicitat ha de respectar la legalitat vigent i de manera especial els valors, drets i principis reconeguts en normatives aplicables.

En aquells casos de publicitat de programes subvencionats per entitats que tenen una normativa legal de publicitat, es seguiran els seus criteris.

4.2 Interpretació dels anuncis publicitaris

Els anuncis i les expressions publicitàries s'han de transmetre amb claredat i ser analitzades en el seu conjunt, atenent a la impressió global que generi en les persones destinatàries.

4.3 Explotació de la por

La publicitat no oferirà arguments que s'aprofitin de la por o supersticions de les persones destinatàries. Les persones i entitats anunciants només podran recórrer a algun dels arguments citats, sempre que donin a conèixer el risc que implica, amb la finalitat d'encoratjar un comportament prudent o desencoratjar accions perilloses, imprudents o il·legals.

4.4 No incitació a la violència

La publicitat no incitarà a la violència, ni suggerirà beneficis de les actituds de violència.

4.5 No incitació a comportaments il·legals

La publicitat no incitarà a comportaments il·legals.

4.6 Respecte al bon gust

La publicitat no haurà d'incloure continguts que atemptin contra els criteris generals del bon gust i del decòrum, i dels bons costums.

4.7 Pràctiques perilloses i seguretat

La publicitat no haurà d'encoratjar pràctiques perilloses excepte quan ho faci en un context que precisament es pugui deduir que fomenta la seguretat.

4.8 Publicitat discriminatòria

La publicitat no suggerirà circumstàncies de discriminació ja sigui per raó d'ètnia, nacionalitat, religió, sexe o orientació sexual, ni atemptarà contra la dignitat de les persones.

La publicitat adreçada a col·lectius específics on algun d'aquests aspectes (edat, sexe...) ens ve determinat per l'entitat subvencionadora, no serà considerada discriminatòria.

4.9 Dret a l'honor

La publicitat ha de respectar necessàriament els drets a l'honor, a la intimitat i a la pròpia imatge.

4.10 Respecte al medi ambient

La publicitat no incitarà ni encoratjarà comportaments que perjudiquin al medi ambient.

4.11 Exigència d'autenticitat i veracitat

La publicitat no haurà de ser enganyosa. La informació ha de ser comprensible, precisa i susceptible de prova, havent la persona o entitat anunciant d'esmentar com a mínim, les dades següents:

- Les característiques de les activitats o serveis.
- Preu.
- Condicions jurídiques i econòmiques de la prestació dels serveis, incloses en el seu cas les garanties que s'ofereixin.
- Servei postvenda.

4.12 Disponibilitat de serveis

No es podran oferir serveis que no es puguin prestar, a menys que s'expressi en l'anunci el moment o termini de realització.

4.13 Dades tècniques

Quan en la publicitat es difonguin dades tècniques o d'estadístiques han de ser rellevants i comprovables, i si s'utilitzen dades d'altres fonts, s'haurà d'especificar el seu origen.

4.14 Explotació del prestigi aliè i imitació

La publicitat no haurà de fer referència explícita als signes distintius d'un altra persona o entitat anunciant i tampoc haurà d'imitar textos, eslògans, signes distintius, presentació visual, ni efectes sonors d'altres anuncis.

4.15 Denigració

La publicitat no haurà de denigrar ni menysprear, implícita o explícitament a altres persones, empreses, activitats, serveis o productes.

4.16 Participació en campanyes publicitàries externes a Grameimpuls

Quan en la publicitat es faci referència a la participació de Grameimpuls en un acte o causa social, la publicitat ha de respectar de manera escrupolosa els principis de veracitat i bona fe. A més caldrà especificar, de manera explícita, inequívoca i sense induir a error, l'abast de la seva participació.

4.17 Protecció de la salut

La publicitat evitarà incitar als seus receptors a l'adquisició de pautes i comportaments que puguin resultar nocius per a la salut.

4.18 Altres Institucions

Poden existir organitzacions que, per la relació que mantenim amb elles, haguem de complir amb normatives específiques de publicitat o us de marca.

5. ÚS D'IMATGE I RECLAMACIONS

Quan la publicitat inclogui imatges de persones (clientes, treballadores, i altres), se'ls demanarà l'autorització per a la seva utilització i/o difusió.

En el cas de rebre reclamacions referents al disseny i difusió de la publicitat, la Direcció de Qualitat les remetrà al Comitè d'ètica, per a la seva resolució (veure PR-GR-02).

En el cas que les reclamacions rebudes facin referència als compromisos i serveis publicitats, seguiran el mateix procés que la resta de reclamacions (vegeu PR-DQ-07 Millora contínua).

6. INCOMPLIMENT DEL CODI

En els cas d'incompliment dels principis d'aquest Codi de conducta en matèria de publicitat, el Comitè d'ètica aplicarà les mesures sancionadores recollides al DI-GR-07.

7. DOCUMENTACIÓ DE REFERÈNCIA

Legislació vigent aplicable

DI-GR-04 Codi ètic

PR-GR-02 Comitè d'ètica

DI-GR-07 Mesures sancionadores



PR-DQ-07 Millora contínua

8. REGISTRES

Reclamacions vinculades