

CODICE ETICO

La International Public Relation Association ha emanato un codice etico in cui mi riconosco e condivido.

Nella pratica professionale, il relatore pubblico:

1. Osservanza

Osserva i principi espressi dalla carta dell'ONU e dalla Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo;

2. Integrità

Agisce in ogni momento con onestà e integrità per assicurare e mantenere la fiducia di coloro con cui entra in relazione;

3. Dialogo

Si adopera per costruire le condizioni morali, culturali e intellettuali che favoriscano il dialogo e riconosce il diritto di tutte le parti coinvolte di affermare le rispettive posizioni ed esprimere i rispettivi punti di vista;

4. Trasparenza

Agisce con apertura e trasparenza affermando la propria identità, l'organizzazione e l'interesse che rappresenta;

5. Conflitto

Evita ogni conflitto di interesse professionale e, qualora si verifichi, lo rende noto alle parti interessate;

6. Confidenzialità

Onora l'informazione confidenziale di cui viene a conoscenza;

7. Accuratezza

Compie ogni ragionevole passo per assicurare l'accuratezza e la verità dell'informazione che utilizza;

8. Falsità

Compie ogni sforzo per non diffondere intenzionalmente informazioni false o fuorvianti, esercita la giusta attenzione affinché questo non si produca anche senza intenzionalità e, qualora accadesse, la corregge tempestivamente;

9. Inganno

Non ottiene informazioni adottando modalità ingannevoli o disoneste;

CODICE ETICO

10. Rendicontazione

Non crea e non si serve di alcuna organizzazione che sbandieri una causa nota, ma in realtà serve interessi non dichiarati;

11. Profitto

Non commercializza con terzi documenti ottenuti da autorità pubbliche;

12. Remunerazione

Fornendo servizi professionali non accetta alcuna forma di pagamento correlata a quegli stessi servizi da altri soggetti al di fuori del committente;

13. Favori

Non offre né eroga, direttamente o indirettamente, favori finanziari o di altra natura a rappresentanti del potere pubblico, dei media o di altri stakeholder;

14. Influenza

Non propone né esercita azioni che potrebbero rappresentare una influenza impropria nei confronti di un rappresentante del potere pubblico, dei media o di altri stakeholder;

15. Concorrenza

Non danneggia intenzionalmente la reputazione professionale di un altro professionista

16. Poaching

Non attiva modalità ingannevoli per assicurarsi clienti di altri professionisti;

17. Reclutamento

Quando recluta persone provenienti da autorità pubbliche o concorrenti applica le regole di confidenzialità di quelle organizzazioni;

18. Colleagues

Osserva questo Codice nel rispetto dei colleghi e della comunità professionale mondiale.