



COMMERCIALI TURISMO ITALIA

Codice Deontologico

<https://commercialiturismoitalia.com/statuto-associazione/>

Nella condotta della promozione turistica spesso i comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia tra colleghi commerciali ed i suoi clienti e possono favorire l'assunzione di atteggiamenti ostili nei confronti della categoria.

Destinatari del codice Deontologico sono tutti i lavoratori, dipendenti, liberi professionisti, senza alcuna eccezione, e tutti coloro che, direttamente, stabilmente, instaurano rapporti di collaborazione con agenzie di viaggio, ed operano per perseguirne gli obiettivi commerciali.

È fatta specifica richiesta ai membri del Cti Commerciali Turismo Italia di condividere e rispettare le disposizioni in esso contenute.

Agli iscritti è richiesto di porre in essere una condotta nel rispetto dei principi contenuti nel presente Codice Deontologico.

Gli associati hanno l'obbligo di conoscere le norme dello statuto, di astenersi da comportamenti contrari ad esse, di rivolgersi al superiore o all'Organismo di Vigilanza stabilito per chiarimenti, segnalando eventuali violazioni da parte di altri associati, di collaborare con tutti gli associati a verificare le violazioni ed informare le controparti non associate dell'esistenza di un Codice Deontologico.

L'osservanza delle norme del Codice è parte essenziale delle obbligazioni di tutti gli associati, Cti si impegna alla diffusione del presente codice, alla corretta interpretazione dei suoi contenuti e alla messa a disposizione di ogni possibile strumento che favorisca la piena applicazione dello stesso.

Cti aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia con i suoi iscritti, e cerca di perseguire la propria missione ricercando il temperamento degli interessi etici coinvolti. Questo codice è improntato dunque a un ideale di cooperazione, in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte. In ogni rapporto di promozione turistica, tutte le controparti devono essere informate dell'esistenza di norme di comportamento e devono rispettarle, pena la conseguente estromissione dal gruppo.

Cti, al fine di migliorare lo scambio di opinioni, ed informazioni ai propri iscritti, si impegna a definire standard qualitativi degli stessi, valutando l'adeguatezza dei propri iscritti, nonché a verificarne ed analizzarne l'attività gestionale di essi.

In particolare richiederà agli iscritti di rispettare almeno i seguenti parametri:

1 Tutela del cliente: svolgendo l'attività di promozione con correttezza, onestà, trasparenza e professionalità, avendo sempre come obiettivo la salvaguardia di tutti gli interessati, si deve considerare fondamentale mantenere elevati standard di qualità dei propri servizi e massimizzare la soddisfazione della clientela.

2 Nell'avviare relazioni commerciali con nuovi clienti, e anche nella gestione di quelle già in essere e nella scelta degli strumenti di promozione in cui ci si investe tempo, deve tener conto delle informazioni disponibili, ed evitare di intrattenere rapporti con soggetti implicati in attività illecite, o di poca affidabilità commerciale.

3 Correttezza: si deve improntare la propria attività alla massima correttezza nei confronti del mercato e dei concorrenti.

4 Imparzialità: Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni dei competitor con le adv .

5 Onestà: Nell'ambito della propria attività professionale, non giustificare una condotta non onesta; anche per questo deve essere rifiutata qualsiasi forma di beneficio o regalo, ricevuto od offerto, che possa essere inteso come strumento volto ad influire sulla indipendenza di giudizio e di condotta delle parti coinvolte.

6 Riservatezza: Cti deve assicurare la riservatezza delle informazioni in proprio possesso, in conformità alle disposizioni di legge. I collaboratori del gestore sono tenuti a non utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi all'esercizio del proprio compito assegnato.

7 Trasparenza delle informazioni: I collaboratori e gli iscritti sono tenuti a dare informazioni complete, trasparenti, comprensibili ed accurate.

8 Qualità dei servizi e dei prodotti proposti alla rete agenziale

9 Integrità e tutela degli iscritti: Il Cti deve impegnarsi a tutelare l'integrità morale degli iscritti e collaboratori garantendo loro il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona.

10 Leale concorrenza: si deve tutelare il valore della concorrenza leale astenendosi da comportamenti collusivi, predatori e di abuso di posizione dominante.

Il codice Etico è l'insieme di regole comportamentali condivise ,una carta dei diritti e doveri Morali, che se rispettate da tutti all'interno di un gruppo di lavoro migliorano la reputazione delle aziende rappresentate, infatti viene usato molto dal marketing internazionale per accrescere la reputazione dell'impresa creando fiducia verso l'esterno e migliorando i rapporti interpersonali dall'interno. Negli stati uniti 85% delle aziende adotta un codice etico, mentre

purtroppo in Italia solo pochissime aziende , per di più multinazionali, o della grande distribuzione.

Il Codice Etico si basa su dei principi solidi, applicabili a qualsiasi categoria.

Commerciali Turismo Italia è la nuovissima e innovativa rete di Commerciali in ambito Turistico in Italia.

Associazione "Senza scopo di lucro" regolarmente iscritta e dotata di sede legale e partita iva.

L'obbiettivo primario è il riconoscimento ufficiale e costituzionale della figura del commerciale, anello fondamentale di congiunzione tra il tour operator rappresentato e le agenzie di viaggio. La creazione di tale associazione, il lavoro in sinergia e la condivisione di intenti, siamo certi darà un ulteriore risalto a tale figura professionale. Inoltre per l'importante lavoro svolto, per la professionalità profusa e per i rapporti sviluppati con la rete agenziale deve, a nostro parere , essere inserita come figura imprescindibile nel panorama del turismo e con i relativi giusti riconoscimenti della stessa.