



Estratto del Verbale dell'ASSEMBLEA DEI SOCI

DELIBERA N. 3/2026 DEL

Oggetto: APPROVAZIONE CODICE ETICO DI DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

L'Assemblea dei Soci

PREMESSO CHE:

- la Legge Regionale 25 marzo 2016, n. 4 “Ordinamento turistico regionale – Sistema organizzativo e politiche di sostegno alla valorizzazione e promo-commercializzazione turistica - Abrogazione della Legge Regionale 4 marzo 1998, n. 7 (Organizzazione turistica regionale – interventi per la promozione e la commercializzazione turistica)”, disciplina l'organizzazione turistica della Regione Emilia-Romagna e all'art. 12 prevede l'istituzione delle aree vaste a destinazione turistica;
- che con DGR n. 595/2017 si istituisce l'area vasta a finalità turistica e la Destinazione Turistica Emilia (Province di Parma, Piacenza e Reggio Emilia), Ente pubblico strumentale degli Enti locali approvandone il relativo Statuto, successivamente integrato e modificato dall'assemblea dei Soci con proprio atto n. 15 del 20/12/2017;

CONSIDERATO CHE:

- è stato approvato il bilancio preventivo 2026 con Delibera n. 9/2025 dall'Assemblea dei Soci
- è stato approvato il PEG 2026 con Delibera n. 1/2026 del Consiglio di Amministrazione

DATO ATTO CHE

- nella seduta del 03/10/2025 l'Assemblea dei Soci ha approvato il progetto “Emilia Sostenibile” finanziato dal del Fondo unico nazionale del turismo di parte corrente – annualità 2025 e dalla Camera di Commercio;
- il suddetto progetto prevede obbligatoriamente l'adozione di un Codice Etico dell'Ente che definisce i comportamenti attesi dagli organismi dell'ente e da tutto il personale e regola i rapporti con i soci, le imprese aderenti alle reti turistiche, i partner e i fornitori, ai quali viene chiesta la sottoscrizione formale della carta dei valori;

PREMESSO altresì che l'articolo 227, comma 2, del D.Lgs. 18/08/2000, n. 267 e l'articolo 18, comma 1, lett. b), del D.Lgs. 23/06/2011, n. 118, prevedono che gli enti locali deliberino, entro il 30 aprile dell'anno successivo, il rendiconto della gestione composto dal conto del bilancio, dal conto economico e dallo stato patrimoniale;

RICHIAMATO l'articolo 11, comma 6, del D.Lgs. n.

118/2011 PRESO ATTO:

- della necessità di approvare il suddetto Codice, e prevedere l'istituzione di una Commissione Etica (o di controllo) che avrà il compito di verificare i comportamenti e monitorare il raggiungimento degli obiettivi annuali.

VISTI:

- lo Statuto della DTE;
- i Piani di promocommercializzazione 2025;
- il T.U.E.L.;
- il D.L. 118/2011

All'unanimità dei presenti:

DELIBERA

- di approvare IL Codice Etico dell'Ente;
- di impegnarsi ad istituire una Commissione Etica (o di controllo) che avrà il compito di verificare i comportamenti e monitorare il raggiungimento degli obiettivi annuali.
- di dare mandato agli uffici di pubblicare e trasmettere la presente agli Enti di competenza.

Il Presidente
Simone Fornasari



Codice Etico della Destinazione “Visit Emilia”

Per adozione da parte dell’Ente e degli operatori aderenti

Versione narrativa e breve

1. Premessa e finalità

Visit Emilia promuove e coordina lo sviluppo turistico della destinazione nel rispetto dell’identità dei luoghi, della qualità della vita dei residenti e dell’esperienza autentica dei visitatori. Questo Codice Etico definisce i valori e i comportamenti attesi da Visit Emilia, dai partner pubblici e privati, dagli operatori aderenti e da chiunque collabori alla promozione e fruizione turistica del territorio.

La finalità è duplice: da un lato garantire un modello di turismo **responsabile, inclusivo e trasparente**; dall’altro tutelare il patrimonio naturale, culturale e sociale dell’Emilia, contribuendo a una crescita economica corretta e duratura.

2. Ambito di applicazione

Il Codice si applica a:

- Visit Emilia (organi direttivi, staff, collaboratori, consulenti);
- partner e operatori che utilizzano i canali di comunicazione della destinazione (portali, campagne, eventi, press tour);
- fornitori e subfornitori coinvolti in servizi e progetti promossi o coordinati da Visit Emilia;
- stakeholder pubblici e privati che sottoscrivono formalmente il Codice come condizione di adesione o partecipazione a iniziative.

3. Valori guida

Visit Emilia si riconosce nei seguenti valori, che guidano ogni decisione strategica e operativa:

Integrità: agiamo con onestà, coerenza e responsabilità.

Rispetto: valorizziamo persone, comunità, culture e paesaggi senza sfruttamento o banalizzazione.

Qualità: promuoviamo standard elevati di accoglienza, sicurezza e tutela dell’esperienza.

Trasparenza: comunichiamo in modo chiaro, verificabile e non ingannevole.

Sostenibilità: perseguiamo equilibrio tra benefici economici, impatti ambientali e benessere

sociale.

Inclusione: garantiamo pari dignità, accessibilità e non discriminazione.

4. Principi etici e impegni

4.1 Centralità delle comunità locali

Visit Emilia riconosce i residenti come co-protagonisti della destinazione e si impegna a:

- promuovere un turismo compatibile con i ritmi e gli spazi della vita quotidiana;
- favorire la distribuzione dei flussi nel tempo e nello spazio, evitando sovraffollamento e pressioni eccessive;
- valorizzare filiere locali e micro-imprese, contrastando dinamiche estrattive (profitto senza ritorno sul territorio);
- ascoltare attivamente le comunità (incontri periodici, strumenti di feedback, consultazioni su eventi e campagne).

4.2 Tutela del patrimonio culturale e identitario

La destinazione tutela l'autenticità e l'integrità del patrimonio materiale e immateriale:

- promuovendo narrazioni rispettose, contestualizzate e non stereotipate;
- scoraggiando pratiche di "folklorismo" o appropriazione culturale;
- lavorando con musei, archivi, guide abilitate, associazioni e comunità custodi delle tradizioni;
- adottando criteri di comportamento per i visitatori in luoghi sensibili (borghi, luoghi di culto, aree rurali).

4.3 Responsabilità ambientale e climatica

Visit Emilia si impegna a ridurre gli impatti ambientali generati dal turismo e a promuovere comportamenti consapevoli:

- preferendo mobilità a basso impatto (ferrovia, bici, cammini, intermodalità), e comunicando alternative concrete all'auto privata quando disponibili;
- promuovendo la tutela della biodiversità e il rispetto delle aree naturali, con regole chiare di fruizione;
- incentivando la riduzione dei rifiuti (plastic-free dove possibile), l'uso efficiente di acqua ed energia, e pratiche di acquisto responsabile;
- supportando iniziative locali di adattamento climatico, cura del paesaggio e rigenerazione.

4.4 Accoglienza, diritti, sicurezza e non discriminazione

La destinazione promuove un'ospitalità fondata su dignità, sicurezza e pari opportunità:

- rifiutando ogni forma di discriminazione (genere, età, origine, religione, disabilità, orientamento, condizioni sociali);
- sostenendo l'accessibilità fisica, sensoriale e informativa (linguaggi chiari, informazioni affidabili, servizi per bisogni specifici);
- contrastando molestie, sfruttamento e abusi, con procedure di segnalazione e risposta;
- promuovendo standard di sicurezza per attività outdoor, eventi e servizi turistici, nel rispetto delle normative vigenti.

4.5 Lavoro dignitoso e filiere corrette

Visit Emilia riconosce la qualità del lavoro come parte integrante della qualità turistica e si impegna a:

- favorire partner e fornitori che rispettano contratti, sicurezza sul lavoro, orari e retribuzioni conformi;
- scoraggiare pratiche di dumping sociale e irregolarità contrattuali;
- promuovere formazione continua su ospitalità, sostenibilità, accoglienza inclusiva, sicurezza.

4.6 Trasparenza, comunicazione corretta e marketing responsabile

La promozione della destinazione deve essere credibile e verificabile:

- evitando greenwashing e dichiarazioni non dimostrabili;
- distinguendo chiaramente contenuti editoriali da contenuti sponsorizzati o partnership;
- comunicando limiti e regole di fruizione (prenotazioni necessarie, comportamenti richiesti, capacità massime, stagionalità);
- utilizzando immagini e messaggi rispettosi delle persone e dei luoghi, senza spettacolarizzare povertà, marginalità o fragilità.

4.7 Protezione dei dati e responsabilità digitale

Visit Emilia tratta i dati in modo lecito e rispettoso:

- minimizzando la raccolta dati e proteggendoli con misure adeguate;
- garantendo trasparenza sulle finalità, sui tempi di conservazione e sui diritti degli interessati;

- utilizzando strumenti digitali e AI con criteri di correttezza, evitando manipolazioni e pratiche scorrette.

4.8 Rapporti con la Pubblica Amministrazione e prevenzione dei conflitti di interesse

Visit Emilia adotta comportamenti improntati a legalità e imparzialità:

- prevenendo conflitti di interesse reali o percepiti in selezioni, bandi, partnership e forniture;
- adottando criteri chiari di scelta dei fornitori (qualità, impatto, tracciabilità, regolarità);
- rifiutando regali o vantaggi indebiti che possano influenzare decisioni o comunicazioni.

5. Impegni specifici per gli operatori aderenti (Carta di adesione)

Gli operatori che aderiscono alla destinazione si impegnano, per quanto applicabile, a:

- garantire informazioni chiare su prezzi, condizioni, servizi, accessibilità e policy;
- ridurre sprechi e rifiuti, promuovendo comportamenti sostenibili dei clienti;
- valorizzare prodotti e fornitori locali quando possibile e dichiararlo correttamente;
- gestire reclami e recensioni con rispetto, trasparenza e orientamento alla soluzione;
- adottare un comportamento corretto verso dipendenti e collaboratori, nel rispetto di sicurezza e contratti.

6. Governance, attuazione e miglioramento continuo

Per rendere il Codice operativo, Visit Emilia istituisce:

- un **Referente Etico** (o Comitato Etico) con funzione di indirizzo e verifica;
- un canale di **segnalazione riservata** (email dedicata o modulo) per comportamenti non conformi, con tutela della riservatezza;
- un processo annuale di **monitoraggio** (indicatori minimi: reclami/feedback, accessibilità informativa, sostenibilità eventi, qualità comunicazione);
- un piano di **miglioramento** e formazione, con aggiornamento periodico del Codice.

7. Segnalazioni, gestione delle non conformità e misure

Le segnalazioni vengono raccolte, valutate e gestite in tempi ragionevoli secondo criteri di imparzialità. In caso di violazioni accertate, possono essere previste misure graduate, ad esempio:

- richiesta di adeguamento entro termini definiti;
- sospensione temporanea da campagne o canali della destinazione;
- revoca dell'adesione in caso di gravi o reiterate violazioni.

8. Adozione e pubblicazione

Il Codice viene approvato dagli organi competenti della DMO, pubblicato sui canali ufficiali e sottoscritto dai soggetti aderenti.

CODICE ETICO

Destinazione Visit Emilia

Rev. 00 – [Mese] [Anno]

Approvato con Delibera n. ___ del //___

Sommario

SEZIONE I – Principi Generali

1. Premessa
2. Natura e funzione del Codice
3. Chi siamo
4. Scopo e obiettivi
5. Destinatari e ambito di applicazione
6. Diffusione, conoscenza e responsabilità individuale

SEZIONE II – I Nostri Valori

1. Legalità e responsabilità
2. Integrità e anticorruzione
3. Trasparenza e tracciabilità
4. Riservatezza e protezione delle informazioni
5. Equità e imparzialità
6. Valore delle persone
7. Diversità, inclusione e pari opportunità
8. Tutela del patrimonio della destinazione e dell'organizzazione

9. Correttezza, lealtà e collaborazione
10. Conflitto di interessi
11. Responsabilità nell'uso delle risorse e sostenibilità
12. Responsabilità verso la collettività e il territorio
13. Sicurezza, tutela e prevenzione dei rischi
14. Comunicazione responsabile e reputazione

SEZIONE III – Norme di comportamento nei confronti del personale, degli operatori aderenti e dei terzi

1. Principi generali di condotta
2. Gestione dei rapporti di lavoro e collaborazione
3. Selezione, incarichi e valutazione
4. Comportamenti attesi e doveri di diligenza
5. Regali, omaggi, ospitalità e utilità
6. Utilizzo di beni, strumenti e sistemi informativi
7. Gestione delle informazioni e dei contenuti
8. Rapporti con visitatori e utenti
9. Rapporti con fornitori e terzi (acquisti, incarichi, partnership)
10. Tutela dell'immagine e uso del brand Visit Emilia

SEZIONE IV – Rapporti con l'esterno

1. Rapporti con istituzioni e soggetti pubblici
2. Rapporti con il mercato e concorrenza leale
3. Rapporti con media e comunicazione pubblica
4. Rapporti con comunità locali, associazioni, mondo culturale
5. Rapporti con mondo accademico, ricerca e innovazione
6. Relazioni in eventi, fiere, press tour e attività promozionali

SEZIONE V – Segnalazioni, violazioni e misure conseguenti

1. Principi generali
2. Segnalazioni e canali
3. Istruttoria e gestione

4. Misure conseguenti e provvedimenti
5. Tutela da ritorsioni e riservatezza
6. Misure verso operatori aderenti e terzi

SEZIONE VI – Modalità di attuazione e aggiornamento

1. Referente Etico / Comitato Etico
2. Piano di diffusione e formazione
3. Monitoraggio e miglioramento continuo
4. Revisione del Codice
5. Entrata in vigore

SEZIONE I

PRINCIPI GENERALI

1. Premessa

Visit Emilia considera l'etica non come un tema accessorio, ma come una componente strutturale della qualità della destinazione. La reputazione turistica di un territorio si costruisce nel tempo e si può compromettere rapidamente: bastano comunicazioni scorrette, pratiche opache, comportamenti discriminatori, narrazioni stereotipate o iniziative che generano conflitto con le comunità locali.

Questo Codice Etico nasce per fissare una cornice chiara e condivisa: definisce i valori che orientano l'azione della destinazione e stabilisce le regole di comportamento attese da chiunque operi nel suo perimetro, a qualunque titolo. La sua finalità non è "punitiva", ma preventiva e culturale: fornire riferimenti concreti per decidere e agire in modo coerente, riconoscibile e credibile.

2. Natura e funzione del Codice

Il Codice Etico è un documento di indirizzo e di autoregolamentazione che:

- definisce diritti, doveri e responsabilità della destinazione verso i propri stakeholder;
- orienta il governo dei processi interni (decisioni, gestione risorse, comunicazione);
- stabilisce criteri di condotta nei rapporti con operatori, fornitori, visitatori, partner;
- costituisce riferimento per la gestione di segnalazioni e non conformità;

- integra e ispira procedure, linee guida e regolamenti operativi.

Il Codice si applica trasversalmente: prevale, come principio generale, su prassi o consuetudini non coerenti con i suoi contenuti. Quando sorgono dubbi interpretativi, deve prevalere l'approccio più prudente, trasparente e rispettoso dell'interesse collettivo della destinazione.

3. Chi siamo

Destinazione Turistica Emilia (anche Visit Emilia) è l'Ente pubblico territoriale che promuove e coordina la promozione turistica nelle 3 province dell'Emilia occidentale, valorizzandone il patrimonio culturale, paesaggistico, enogastronomico e identitario. La destinazione non è un "prodotto" isolato: è un ecosistema composto da comunità, imprese, istituzioni, associazioni, luoghi e racconti.

Per questo Visit Emilia agisce come soggetto di raccordo e di garanzia: crea coerenza tra narrazione e realtà, incentiva la qualità dell'offerta, rafforza il posizionamento competitivo e, al tempo stesso, tutela l'autenticità del territorio.

4. Scopo e obiettivi

Lo scopo del Codice è assicurare che lo sviluppo turistico avvenga secondo criteri di:

- **equilibrio** (tra crescita e capacità del territorio),
- **responsabilità** (verso ambiente e comunità),
- **correttezza** (nei comportamenti e nella comunicazione),
- **valore condiviso** (benefici distribuiti lungo la filiera).

Gli obiettivi operativi sono:

1. prevenire comportamenti che danneggiano la reputazione della destinazione;
2. migliorare la qualità delle relazioni con stakeholder e visitatori;
3. rafforzare trasparenza e imparzialità nelle scelte;
4. promuovere standard comuni, senza appesantire inutilmente gli operatori;
5. rendere misurabile il miglioramento attraverso monitoraggi periodici.

5. Destinatari e ambito di applicazione

Sono destinatari del Codice:

- organi di indirizzo e governance della Destinazione;
- personale, collaboratori, consulenti e volontari coinvolti nelle attività;

- operatori aderenti (ricettività, ristorazione, servizi turistici, guide, eventi);
- fornitori e partner tecnici;
- soggetti coinvolti in progetti, campagne, attività promozionali e iniziative con il brand Visit Emilia.

Ogni destinatario è tenuto a conoscere il Codice e ad applicarlo in modo proporzionato al proprio ruolo. L'adesione alla rete o l'utilizzo del brand implica l'accettazione dei principi qui esposti.

6. Diffusione, conoscenza e responsabilità individuale

Visit Emilia assicura la diffusione del Codice tramite pubblicazione sui canali ufficiali, consegna ai destinatari, momenti di presentazione e formazione essenziale. La conoscenza del Codice non è opzionale: ciascun destinatario ha il dovere di informarsi e chiedere chiarimenti quando necessario.

Il Codice è efficace solo se diventa parte della quotidianità: per questo Visit Emilia promuove strumenti pratici (linee guida, checklist, format comunicativi, esempi) coerenti con i principi etici.

SEZIONE II

I NOSTRI VALORI

1. Legalità e responsabilità

Visit Emilia fonda la propria azione sul rispetto delle regole e sulla responsabilità individuale. Legalità significa anche correttezza sostanziale: non basta evitare l'illecito, occorre evitare comportamenti "formalmente corretti" ma sostanzialmente opachi, iniqui o dannosi per la reputazione collettiva.

Ogni destinatario è responsabile delle proprie scelte e del loro impatto: verso colleghi, partner, visitatori e comunità.

2. Integrità e anticorruzione

Visit Emilia rifiuta qualsiasi forma di corruzione, pressione indebita o scambio improprio. L'integrità richiede di mantenere indipendenza di giudizio, evitare scorciatoie e non subordinare decisioni o vantaggi a relazioni personali, regali, utilità o favori.

Sono incompatibili con la destinazione:

- richieste, offerte o accettazioni di utilità che condizionino decisioni;
- promesse di visibilità, inserimenti o vantaggi in cambio di benefici;
- pratiche opache nella selezione di fornitori, partner o operatori.

3. Trasparenza e tracciabilità

La trasparenza riguarda decisioni, processi e comunicazione. Visit Emilia si impegna a rendere comprensibili criteri e motivazioni, soprattutto quando riguardano: selezioni, partnership, campagne, incarichi, sponsorship e progetti.

La tracciabilità significa documentare in modo ordinato e verificabile: cosa si è deciso, perché, con quali criteri e con quali risorse. È un presidio di qualità, non una burocrazia fine a se stessa.

4. Riservatezza e protezione delle informazioni

Visit Emilia tutela informazioni riservate: dati interni, strategie, contenuti non pubblici, informazioni di partner, operatori e visitatori. La riservatezza non deve essere usata per nascondere scelte discutibili, ma per proteggere persone, relazioni e processi.

Chi gestisce informazioni deve farlo con prudenza, evitando diffusioni improprie, condivisioni non autorizzate, utilizzi per fini personali o comunicazioni non coerenti con le linee editoriali ufficiali.

5. Equità e imparzialità

Visit Emilia agisce con equità: criteri chiari, opportunità non discriminatorie, parità di trattamento a condizioni comparabili. L'imparzialità vale soprattutto nei contesti in cui la destinazione può attribuire visibilità, accesso a iniziative, partecipazione a campagne o vantaggi reputazionali.

L'equità richiede anche di ascoltare voci diverse: piccoli operatori, aree periferiche, realtà emergenti, e di evitare che la destinazione diventi la somma di pochi interessi dominanti.

6. Valore delle persone

Le persone sono il principale fattore di qualità. Visit Emilia riconosce dignità, competenza e contributo di ciascuno: staff, collaboratori, operatori, comunità. Ne deriva l'impegno a promuovere relazioni professionali sane: rispetto, chiarezza, correttezza, ascolto.

Sono inaccettabili comportamenti che mortificano, intimidiscono o svalutano. Il clima organizzativo è parte dell'etica: determina la qualità delle decisioni e la credibilità esterna.

7. Diversità, inclusione e pari opportunità

Visit Emilia promuove una destinazione accogliente, accessibile e rispettosa delle differenze. Inclusione significa: linguaggio non discriminatorio, attenzione all'accessibilità delle informazioni, rispetto delle identità personali, contrasto a stereotipi e barriere.

Pari opportunità significa anche garantire che collaborazione, incarichi e visibilità non dipendano da appartenenze, relazioni personali o caratteristiche non pertinenti alla qualità professionale.

8. Tutela del patrimonio della destinazione e dell'organizzazione

Il patrimonio non è solo economico: include brand, reputazione, relazioni, archivi, contenuti, dati, know-how e credibilità. Ogni destinatario è custode di questo patrimonio e deve evitarne l'uso improprio: appropriazione di contenuti, uso non autorizzato del marchio, divulgazione di strategie, azioni che danneggiano l'immagine della destinazione.

9. Correttezza, lealtà e collaborazione

La destinazione vive di collaborazione. Visit Emilia promuove comportamenti leali: rispetto degli accordi, chiarezza dei ruoli, gestione costruttiva dei conflitti, responsabilità nei tempi e negli impegni.

La lealtà è anche interna: non alimentare conflittualità inutili, non diffondere informazioni distorte, non "scaricare" responsabilità su altri. La collaborazione non è accondiscendenza: è capacità di lavorare per un obiettivo comune preservando qualità e integrità.

10. Conflitto di interessi

Il conflitto di interessi può essere reale, potenziale o percepito. Anche la percezione è importante: se una decisione appare influenzata da relazioni personali, la reputazione ne risente.

Esempi tipici: partecipazioni in imprese coinvolte, rapporti familiari con candidati/fornitori, incarichi esterni che interferiscono, vantaggi ricevuti. In tali casi si richiede dichiarazione, trasparenza e astensione dalle decisioni.

11. Responsabilità nell'uso delle risorse e sostenibilità

Le risorse della destinazione (finanziarie, umane, comunicative) devono essere usate con sobrietà ed efficacia. Sprechi e scelte inefficaci danneggiano il territorio. Visit Emilia assume la sostenibilità come criterio operativo: mobilità, eventi, materiali, forniture, scelte comunicative.

La sostenibilità non è un'etichetta: è un criterio di scelta. Ogni progetto dovrebbe chiedersi: "Quale impatto genera? È coerente con l'identità del luogo? Porta valore diffuso?".

12. Responsabilità verso la collettività e il territorio

Visit Emilia opera per lo sviluppo del territorio in senso ampio: economico, culturale e sociale. La destinazione non può crescere contro i residenti: deve crescere con loro. Ciò richiede ascolto, dialogo e attenzione a effetti collaterali: sovraffollamento, disturbo, perdita di autenticità, banalizzazione culturale.

13. Sicurezza, tutela e prevenzione dei rischi

Nelle attività promozionali, negli eventi e nelle esperienze, Visit Emilia promuove attenzione alla sicurezza dei partecipanti e alla gestione responsabile dei rischi (organizzativi, reputazionali, ambientali). La prevenzione passa da informazione chiara, scelta di partner affidabili, gestione appropriata delle criticità.

14. Comunicazione responsabile e reputazione

La narrazione di una destinazione è un atto di responsabilità. Visit Emilia si impegna a raccontare l'Emilia in modo autentico, evitando stereotipi, semplificazioni e promesse irrealistiche. La reputazione si costruisce con coerenza: ciò che si comunica deve poter essere vissuto davvero.

SEZIONE III

NORME DI COMPORTAMENTO NEI CONFRONTI DEL PERSONALE, DEGLI OPERATORI ADERENTI E DEI TERZI

1. Principi generali di condotta

Tutti i destinatari devono agire con diligenza e buona fede, rispettando ruoli, processi e impegni assunti. Le regole etiche valgono nei rapporti interni e in quelli esterni: in ufficio, durante eventi, nelle fiere, online, nelle relazioni con media e influencer.

Sono vietati comportamenti che possano generare danno reputazionale alla destinazione: aggressività, scorrettezza, comunicazioni non autorizzate, mancanza di rispetto verso comunità e luoghi.

2. Gestione dei rapporti di lavoro e collaborazione

Visit Emilia promuove rapporti professionali chiari: incarichi definiti, obiettivi espliciti, responsabilità coerenti e comunicazione trasparente. Nelle collaborazioni esterne si richiedono professionalità, affidabilità e coerenza con i valori del Codice.

Ogni rapporto deve essere gestito evitando ambiguità e sovrapposizioni: i confini tra interessi personali e ruolo devono restare netti.

3. Selezione, incarichi e valutazione

La selezione di personale e collaboratori, così come l'assegnazione di incarichi, deve basarsi su competenze, esperienza e idoneità al ruolo. Sono vietati favoritismi, nepotismi e criteri non oggettivi.

Nelle decisioni che prevedono scelte tra soggetti comparabili, Visit Emilia deve rendere chiari i criteri e mantenere traccia delle valutazioni essenziali.

4. Comportamenti attesi e doveri di diligenza

I destinatari devono:

- rispettare tempi e impegni;
- evitare linguaggi offensivi o discriminatori;
- gestire divergenze in modo professionale;
- segnalare criticità con senso di responsabilità;

- custodire informazioni e beni affidati.

La diligenza è anche cura del dettaglio: un'informazione errata, un contenuto impreciso, una promessa non mantenuta possono compromettere l'esperienza e la fiducia.

5. Regali, omaggi, ospitalità e utilità

Regali e ospitalità possono generare condizionamenti reali o percepiti. Per questo:

- sono ammessi solo omaggi di cortesia di valore contenuto e coerenti con prassi trasparenti;
- sono vietate utilità che possano influenzare decisioni (incarichi, selezioni, visibilità, partnership);
- in caso di dubbio, il destinatario deve informare il proprio referente e adottare la scelta più prudente (rifiuto o restituzione).

Press tour e ospitalità a media/influencer devono essere gestiti con criteri chiari: trasparenza sulle condizioni e distinzione tra contenuto editoriale e sponsorizzato.

6. Utilizzo di beni, strumenti e sistemi informativi

Beni e strumenti (account, device, database, piattaforme social, immagini, archivi) sono destinati alle finalità istituzionali. È vietato:

- usare asset della destinazione per fini personali o non autorizzati;
- condividere credenziali o accessi;
- pubblicare contenuti non verificati o non approvati;
- installare o utilizzare strumenti non autorizzati che esponano a rischi.

7. Gestione delle informazioni e dei contenuti

Le informazioni pubblicate devono essere accurate, aggiornate e verificabili. Vale soprattutto per: prezzi/condizioni, accessibilità, regole di fruizione, orari, capacità, prenotazioni, limiti ambientali, sicurezza.

È vietato “abbellire” artificialmente il territorio con narrazioni fuorvianti (greenwashing o overpromising). Le immagini devono rispettare persone e luoghi: niente spettacolarizzazione di fragilità, marginalità o situazioni private.

8. Rapporti con visitatori e utenti

I rapporti con visitatori devono essere improntati a rispetto, chiarezza e ascolto. Visit Emilia promuove un'accoglienza che non si limita al “servizio”, ma valorizza cultura e identità.

Reclami e feedback vanno gestiti con approccio costruttivo: evitare difensivismi, riconoscere responsabilità quando necessario, attivare miglioramenti. La qualità del riscontro è parte dell'etica.

9. Rapporti con fornitori e terzi (acquisti, incarichi, partnership)

Nei rapporti con fornitori e terzi si richiedono:

- criteri oggettivi di selezione (qualità, affidabilità, coerenza valoriale);
- chiarezza nei requisiti e nelle aspettative;
- trasparenza nei termini e nelle condizioni;
- prevenzione di dipendenze improprie o posizioni dominanti.

È vietato utilizzare la relazione con la destinazione per ottenere vantaggi personali (sconti, favori, servizi gratuiti non autorizzati). I pagamenti e gli accordi devono essere coerenti con prestazioni effettive e documentabili.

10. Tutela dell'immagine e uso del brand Visit Emilia

L'uso del logo, del marchio e delle diciture legate alla destinazione deve avvenire secondo linee guida ufficiali. È vietato:

- utilizzare il brand per promuovere offerte o messaggi non coerenti;
- insinuare endorsement non autorizzati;
- associare il marchio a contenuti discriminatori, ingannevoli o in contrasto con i valori della destinazione.

Visit Emilia può richiedere la rimozione immediata di utilizzi impropri e adottare misure verso gli aderenti.

SEZIONE IV

RAPPORTI CON L'ESTERNO

1. Rapporti con istituzioni e soggetti pubblici

Visit Emilia mantiene rapporti corretti e collaborativi con le istituzioni. La destinazione promuove trasparenza, imparzialità e rispetto dei ruoli. Ogni interlocuzione deve essere gestita con chiarezza di mandato: chi rappresenta la destinazione deve attenersi alle posizioni ufficiali e non utilizzare la relazione istituzionale per fini personali o di parte.

2. Rapporti con il mercato e concorrenza leale

Visit Emilia opera per valorizzare il territorio senza alterare la concorrenza tra operatori. La destinazione non deve trasformarsi in strumento per favorire sistematicamente alcuni soggetti a danno di altri. La promozione deve essere basata su criteri dichiarabili: qualità, coerenza con prodotto, capacità organizzativa, affidabilità, rappresentatività territoriale.

Sono scorrette pratiche di esclusione arbitraria, opacità nella selezione o promesse di “corsie preferenziali”.

3. Rapporti con media e comunicazione pubblica

La relazione con media e content creator deve essere gestita con responsabilità. Visit Emilia:

- comunica dati e informazioni verificabili;
- distingue tra informazione, promozione e sponsorizzazione;
- rispetta la libertà editoriale, evitando pressioni improprie;
- tutela l'immagine del territorio, evitando narrazioni stereotipate o sensazionalistiche.

4. Rapporti con comunità locali, associazioni, mondo culturale

Visit Emilia considera le comunità e il mondo culturale alleati strategici. La promozione turistica deve rispettare il senso dei luoghi e delle tradizioni: evitare appropriazioni, folklorismi e riduzioni caricaturali.

Quando si lavora su eventi e patrimoni identitari, Visit Emilia favorisce il coinvolgimento dei portatori di conoscenza: associazioni, istituzioni culturali, comunità custodi.

5. Rapporti con mondo accademico, ricerca e innovazione

La destinazione sostiene progetti di ricerca, misurazione e innovazione (dati sui flussi, sostenibilità, accessibilità, customer experience), promuovendo integrità metodologica, correttezza nella comunicazione dei risultati e tutela dei dati.

6. Relazioni in eventi, fiere, press tour e attività promozionali

In tutti i contesti pubblici, i rappresentanti della destinazione devono mantenere comportamenti coerenti con il Codice. In particolare: rispetto, sobrietà, chiarezza comunicativa, attenzione agli impatti. Gli eventi devono essere progettati con cura: accessibilità informativa, attenzione ai rifiuti/materiali, coerenza con identità locale, prevenzione di criticità reputazionali.

SEZIONE V

SEGNALAZIONI, VIOLAZIONI E MISURE CONSEGUENTI

1. Principi generali

Il Codice è efficace se esistono strumenti per intercettare criticità e correggerle. Le violazioni non vanno gestite con logiche punitive automatiche, ma con approccio proporzionato: comprendere, correggere, prevenire recidive, tutelare la destinazione.

2. Segnalazioni e canali

Visit Emilia attiva canali dedicati (indirizzo email o modulo) per segnalare condotte non coerenti con il Codice. Le segnalazioni devono essere circostanziate, con elementi utili alla valutazione. È incoraggiata la segnalazione in buona fede, nell'interesse della destinazione.

3. Istruttoria e gestione

Le segnalazioni vengono valutate con imparzialità e riservatezza, garantendo:

- ascolto delle parti coinvolte;
- raccolta di evidenze;
- tracciabilità delle decisioni;
- tempi ragionevoli di gestione.

4. Misure conseguenti e provvedimenti

Le misure sono graduate in base a gravità e recidiva. A titolo esemplificativo:

- richiamo e richiesta di adeguamento;
- limitazioni temporanee di utilizzo del brand;
- esclusione da specifiche iniziative promozionali;
- sospensione o revoca dell'adesione (nei casi gravi o reiterati).

5. Tutela da ritorsioni e riservatezza

Visit Emilia tutela la riservatezza del segnalante e non tollera ritorsioni verso chi segnala in buona fede. La tutela della persona è parte del presidio etico.

6. Misure verso operatori aderenti e terzi

Quando la condotta riguarda operatori o terzi, Visit Emilia privilegia l'approccio di miglioramento (piano correttivo) ma preserva la reputazione collettiva: se necessario, adotta misure di sospensione o cessazione del rapporto.

SEZIONE VI

MODALITÀ DI ATTUAZIONE E AGGIORNAMENTO

1. Comitato Etico

Visit Emilia individua un Comitato Etico con compiti di:

- promozione della cultura etica;

- supporto interpretativo;
- gestione/indirizzo delle segnalazioni;
- proposta di aggiornamento del Codice;
- raccordo con la governance della destinazione.

2. Piano di diffusione e formazione

Il Codice è diffuso tramite:

- pubblicazione sul sito;
- consegna agli aderenti;
- momenti informativi (anche online);
- strumenti pratici di applicazione (linee guida e format).

3. Monitoraggio e miglioramento continuo

Visit Emilia predispone un monitoraggio periodico, basato su indicatori ragionevoli (non burocratici): segnalazioni, reclami, coerenza comunicativa, adesione operatori, qualità percepita, impatti di eventi e campagne. I risultati possono essere sintetizzati in un breve report

4. Revisione del Codice

Il Codice è soggetto a revisione periodica per restare attuale e coerente con l'evoluzione della destinazione. Le revisioni avvengono con atto formale della governance competente.

5. Entrata in vigore

Il presente Codice entra in vigore dalla data di approvazione con Delibera e si applica a tutti i destinatari indicati.

Delibera

L'Organo competente di Visit Emilia, L'Assemblea dei Soci:

- preso atto della necessità di dotare la destinazione di un Codice Etico quale strumento di indirizzo e responsabilità;
- valutata l'opportunità di rendere pubblici principi, valori e regole di comportamento a tutela della reputazione e dell'interesse collettivo;

delibera:

1. di approvare il "Codice Etico della Destinazione Visit Emilia – Rev.";
2. di disporre la pubblicazione sui canali ufficiali;
3. di prevederne l'applicazione ai destinatari indicati nel Codice;

4. di demandare al Referente/Comitato Etico le attività di diffusione, supporto interpretativo, gestione delle segnalazioni e proposta di aggiornamento;
5. di stabilire che l'adesione alla rete e l'uso del brand Visit Emilia presuppongano accettazione del Codice.