



integratori
& salute 

CODICE DEONTOLOGICO
Settore “Nutrizione e Salute”
Gruppo “Integratori & Salute”

Novembre 2017



LEGENDA

PREAMBOLO

1. I PRINCIPI GENERALI

2. COMUNICAZIONE DIRETTA AGLI OPERATORI SANITARI

- a. Principi generali;
- b. comunicazione verbale diretta agli operatori sanitari;
- c. materiale scritto destinato agli OS;
- d. i siti *internet*.

3. CONGRESSI, CONVEGNI E RIUNIONI SCIENTIFICHE

- a. Le manifestazioni congressuali;
- b. i corsi di aggiornamento;
- c. le visite ai centri di ricerca, qualità e produzione aziendali.

4. I RAPPORTI DELL'INDUSTRIA CON IL MONDO SCIENTIFICO E SANITARIO

- a. Le borse di studio e le consulenze scientifiche;
- b. i controlli.

5. GLI ORGANI DI CONTROLLO E LE PROCEDURE DI ATTUAZIONE DEL CODICE DEONTOLOGICO

- a. Gli Organi di controllo;
- b. il Comitato di controllo: composizione e funzioni;
- c. la Segreteria, sede e riunioni;
- d. il procedimento sanzionatorio;
- e. i provvedimenti sanzionatori;
- f. le spese del procedimento sanzionatorio;
- g. le modifiche ed integrazioni al Codice Deontologico;
- h. la sottoscrizione dell'impegno di accettazione del Codice Deontologico;
- i. disposizioni transitorie;
- j. norma di chiusura.



LEGENDA

Nel presente Codice Deontologico si intende per:

- i) **UNIONE ITALIANA FOOD o Associazione:** l'Associazione UNIONE ITALIANA FOOD.
- ii) **AZIENDE APPARTENENTI A UNIONE ITALIANA FOOD:** le aziende che aderiscono all'Associazione UNIONE ITALIANA FOOD.
- iii) **AZIENDE NON APPARTENENTI A UNIONE ITALIANA FOOD:** le aziende che non aderiscono alla Associazione UNIONE ITALIANA FOOD.
- iv) **AZIENDE ADERENTI:** le aziende che accettano il Codice Deontologico nel rispetto delle formalità prescritte e si impegnano al rispetto delle sue previsioni.
- v) **AZIENDE NON ADERENTI:** le aziende che non accettano il Codice Deontologico.
- vi) **AZIENDE INTERESSATE:** le AZIENDE ADERENTI nei confronti delle quali è pendente o è stato pendente un procedimento sanzionatorio per violazione del Codice Deontologico secondo le previsioni di cui all'articolo 5.
- vii) **COMUNICAZIONE:** qualunque messaggio verbale o scritto, rivolto ai consumatori o agli OPERATORI SANITARI, effettuato, organizzato o sponsorizzato dall'OSA anche tramite PROMOTORI o TERZE PARTI, per promuovere, direttamente o indirettamente, o fornire informazioni sui propri prodotti.
- viii) **INTEGRATORI ALIMENTARI / COMPLEMENTO ALIMENTARE / SUPPLEMENTO ALIMENTARE:** i prodotti alimentari destinati ad integrare la comune dieta e che costituiscono una fonte concentrata di sostanze nutritive, quali le vitamine e i minerali, o di altre sostanze aventi un effetto nutritivo o fisiologico, in particolare ma non in via esclusiva aminoacidi, acidi grassi essenziali, fibre ed estratti di origine vegetale, sia monocomposti che pluricomposti, in forme predosate, senza che possano vantare, o siano loro altrimenti attribuite mediante etichettatura, presentazione o pubblicità, proprietà di prevenzione, trattamento o cura delle malattie umane. Si intendono per "predosate" le forme di commercializzazione quali capsule, pastiglie, compresse, pillole, gomme da masticare e simili, polveri in bustina, liquidi contenuti in fiale, flaconi a contagocce e altre forme simili di liquidi e di polveri destinati ad essere assunti in piccoli quantitativi unitari (D. Lgs. 169/2004, Art.2 e Art. 6).
- ix) **OPERATORI SANITARI (OS):** ogni medico, farmacista, infermiere, professionista della salute, del settore pubblico o privato, la cui attività professionale possa prevedere anche la raccomandazione, l'acquisto, la prescrizione, la gestione, l'uso o la fornitura di INTEGRATORI ALIMENTARI a pazienti o clienti.
- x) **OPERATORE DEL SETTORE ALIMENTARE (OSA):** la persona fisica o giuridica responsabile di garantire il rispetto delle disposizioni della legislazione alimentare nell'impresa alimentare posta sotto il suo controllo (Reg. CE 178/2002, Art.3).
- xi) **PROMOTORI:** professionisti quali – a titolo esemplificativo e non esaustivo - informatori scientifici, specialisti di prodotto, rappresentanti, consulenti, agenti, agenzie che forniscono agli OPERATORI SANITARI, tra l'altro, informazione scientifica sugli INTEGRATORI ALIMENTARI,



nonché gli educatori nutrizionali, vale a dire professionisti del mondo medico, con un contratto di consulenza con un OSA, responsabili di formazione medico scientifica alla forza vendite;

xii) **MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI:** i convegni, i congressi ed ogni altra manifestazione scientifica comprendente in qualunque modo la trattazione di tematiche sanitarie attinenti la nutrizione, siano essi di livello internazionale, nazionale o regionale, e siano essi svolti in Italia o all'estero, orientati allo sviluppo e alla diffusione delle conoscenze nei settori della nutrizione.

xiii) **TERZE PARTI:** comprende informatori scientifici, specialisti di prodotto, rappresentanti, consulenti, agenti ed agenzie, nonché incaricati alla vendita diretta a domicilio (vale a dire coloro che, con o senza vincolo di subordinazione, promuovono, direttamente o indirettamente, la raccolta di ordinativi di acquisto presso privati consumatori per conto dell'OSA esercente la vendita diretta a domicilio ai sensi della Legge 173/2005) e distributori indipendenti (coloro che, in base ad un contratto di distribuzione sottoscritto con un OSA di c.d. multilevel marketing, acquista INTEGRATORI ALIMENTARI da un'impresa e li rivende al consumatore finale).



PREAMBOLO

Il presente Codice Deontologico fornisce orientamenti generali in materia di presentazione e pubblicità e in materia di etica delle corrette relazioni con gli OS con i quali l'industria degli INTEGRATORI ALIMENTARI si rapporta nell'ambito della nutrizione.

Restano ferme e impregiudicate la tutela amministrativa e giurisdizionale ai sensi dell'art. 27 del Codice del Consumo nonché le possibili azioni da attuare attraverso codici di condotta relativi a specifici settori (es: codice di condotta IAP).



1. PRINCIPI GENERALI

- 1.1 Il Codice Deontologico costituisce un impegno fra le aziende che producono e commercializzano INTEGRATORI ALIMENTARI. Le aziende possono essere AZIENDE APPARTENENTI e AZIENDE NON APPARTENENTI A UNIONE ITALIANA FOOD e il Codice Deontologico può essere da queste ultime volontariamente accettato ai sensi dei successivi articoli 5.35, 5.36 e 5.37.

Il Codice Deontologico è diretto a regolamentare i rapporti su un piano etico e deontologico tra le AZIENDE ADERENTI e tra queste e i consumatori, gli OPERATORI SANITARI, il mondo scientifico e sanitario, le ONLUS di settore, le Associazioni dei pazienti e le imprese concorrenti.

L'appartenenza al Settore "Nutrizione e Salute" – Gruppo "Integratori & Salute" è subordinata all'accettazione ed al rispetto del Codice Deontologico ai sensi dei successivi articoli 5.35 e 5.36.

Si auspica che al Codice Deontologico possano aderire anche AZIENDE NON APPARTENENTI A UNIONE ITALIANA FOOD ai sensi del successivo articolo 5.37.

Il mancato rispetto, da parte delle AZIENDE ADERENTI, delle previsioni di cui al presente Codice Deontologico comporta l'applicazione delle sanzioni di cui al successivo articolo 5.

- 1.2 Il Codice Deontologico impegna le AZIENDE ADERENTI ad operare, in ogni aspetto dell'attività imprenditoriale, secondo trasparenti norme comportamentali etiche e deontologiche, nel rispetto delle vigenti norme in materia.
- 1.3 Il Codice Deontologico è diretto a salvaguardare, nell'interesse generale, il prestigio e la credibilità dell'industria degli "INTEGRATORI ALIMENTARI" nei confronti dello Stato, dell'opinione pubblica e del mondo scientifico e sanitario.

Il Codice Deontologico è portato a conoscenza degli Enti pubblici competenti, degli Ordini professionali e delle Organizzazioni di categoria imprenditoriali e sanitarie tramite pubblicazione sul sito di UNIONE ITALIANA FOOD.

- 1.4 Le AZIENDE ADERENTI si impegnano:
- a. ad osservare le delibere degli Organi associativi di UNIONE ITALIANA FOOD adottate in materia, nel rispetto dei principi di concorrenza, astenendosi dalle iniziative che possano contrastare con le delibere stesse;
 - b. a rispettare i principi della leale competizione nei rapporti con le imprese concorrenti;
 - c. a contribuire alla difesa di una buona immagine dell'industria di settore verso il mondo esterno, ad esempio attraverso una COMUNICAZIONE altamente etica ovvero una formulazione dei prodotti in linea con la normativa nazionale e comunitaria applicabile;



d. a definire appropriate procedure di autorizzazione, di gestione e di controllo interno finalizzate alla applicazione del presente Codice Deontologico e alla documentazione di tale applicazione.

1.5 Nello svolgimento della propria attività, le AZIENDE ADERENTI si impegnano in particolare ad una COMUNICAZIONE onesta, veritiera e corretta, evitando tutto ciò che possa screditarla ed evitando ogni dichiarazione o rappresentazione che sia tale da indurre in errore gli OS e/o i consumatori, anche per mezzo di omissioni, ambiguità o esagerazioni non palesemente iperboliche.

Le AZIENDE ADERENTI si impegnano altresì, nella propria COMUNICAZIONE:

- a. a far sì che essa sia sempre riconoscibile come tale;
- b. a non indurre i consumatori in errori nutrizionali;
- c. a non vantare proprietà non conformi alle particolari caratteristiche dei prodotti, ovvero proprietà che non siano realmente possedute dai prodotti stessi e in particolare proprietà terapeutiche o capacità di prevenzione e cura delle malattie umane;
- d. a non affermare, sottintendere che una dieta equilibrata e variata non sia generalmente in grado di apportare le sostanze nutritive in quantità sufficienti;
- e. a indicare il nome delle categorie di sostanze nutritive o delle altre sostanze che caratterizzano il prodotto o la relativa natura, la dose raccomandata per l'assunzione giornaliera, con l'avvertenza di non eccederla;
- f. in presenza di sostanze nutritive (vitamine e minerali) o di altre sostanze ad effetto nutritivo (quali esemplificativamente aminoacidi, acidi grassi essenziali, fibre ed estratti di origine vegetale, sia monocomposti che pluricomposti, in forme predosate), l'indicazione che gli integratori non vanno intesi come sostituti di una dieta variata;
- g. a non fare alcun riferimento ai tempi o alla quantità di perdita di peso conseguenti all'impiego di integratori propagandati in qualunque modo come coadiuvanti di regimi dietetici ipocalorici volti alla riduzione del peso, e a richiamare comunque in tali casi la necessità di seguire una dieta ipocalorica adeguata e rimuovere stili di vita troppo sedentari;
- h. a non indurre a far credere, nella pubblicità dei prodotti contenenti come ingredienti piante o altre sostanze comunque naturali, che solo per effetto di tale derivazione naturale non vi sia il rischio di incorrere in effetti collaterali indesiderati.
- i. a usare in modo appropriato terminologia, citazioni e menzioni di prove tecniche e scientifiche;
- j. a non presentare prove tecniche e scientifiche e dati statistici con limitata validità in modo che essi appaiano come illimitatamente validi;
- k. ad utilizzare testimonianze autentiche, responsabili e controllabili;
- l. ad evitare qualsiasi sfruttamento del nome, del marchio, della notorietà e dell'immagine aziendale altrui;



- m. ad evitare ogni denigrazione di attività, imprese o prodotti altrui, anche se non nominati;
 - n. ad utilizzare la comparazione quando sia utile ad illustrare, sotto l'aspetto tecnico od economico, caratteristiche e vantaggi dei beni e servizi oggetto della COMUNICAZIONE, ponendo a confronto obiettivamente caratteristiche essenziali, pertinenti, verificabili tecnicamente e rappresentative di beni concorrenti, che soddisfano gli stessi bisogni o si propongono gli stessi obiettivi;
 - o. a far sì che la comparazione sia leale e non ingannevole, non ingeneri rischi di confusione, non causi discredito o denigrazione e non tragga indebitamente vantaggio dalla notorietà altrui;
 - p. ad evitare ogni forma di sfruttamento della superstizione, della credulità e, salvo ragioni giustificate, della paura;
 - q. ad evitare affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti, ed evitare altresì di offendere le convinzioni morali, civili e religiose, rispettando la dignità della persona umana in tutte le sue forme ed espressioni.
- 1.6 Le AZIENDE ADERENTI sono tenute ad emanare specifiche direttive comportamentali interne, coerenti con le previsioni del Codice Deontologico, vincolanti per i propri collaboratori, per i PROMOTORI e per le TERZE PARTI e sono responsabili, sul piano etico - professionale, del comportamento di questi ultimi nello svolgimento della loro attività. A tal fine, le AZIENDE ADERENTI si impegnano a far sì che le TERZE PARTI e i PROMOTORI condividano i principi contenuti nel presente Codice Deontologico. Si auspica e raccomanda che le AZIENDE ADERENTI adottino sistemi di controllo coerenti con le disposizioni di cui al D.Lgs. 231/2001.
- 1.7 Ove le AZIENDE ADERENTI svolgano in Italia iniziative promozionali sponsorizzate da imprese che hanno sede fuori dal territorio italiano, tali iniziative sono soggette all'applicazione del Codice Deontologico del Paese dove hanno sede le imprese che sponsorizzano, ove esistente. In mancanza, si applica il presente Codice Deontologico.
- Trova comunque applicazione il presente Codice Deontologico qualora siano coinvolti OPERATORI SANITARI che operano in Italia.
- 1.8 Salvo che non risulti diversamente, il Codice Deontologico concerne i rapporti tra AZIENDE ADERENTI, OPERATORI SANITARI e consumatori.
- 1.9 Le previsioni contenute nel presente Codice Deontologico non hanno efficacia retroattiva.



2. COMUNICAZIONE DIRETTA AGLI OPERATORI SANITARI

I principi generali

- 2.1 Fermo restando quanto previsto in generale dall'articolo 1.6, nella comunicazione diretta agli OPERATORI SANITARI le AZIENDE ADERENTI sono responsabili delle attività di COMUNICAZIONE svolte in relazione ai propri prodotti (INTEGRATORI ALIMENTARI) e ai prodotti (INTEGRATORI ALIMENTARI) di cui detengono la concessione di vendita, sia che tali attività siano svolte direttamente, sia che tali attività siano svolte da PROMOTORI.

A tal fine, le AZIENDE ADERENTI si impegnano a far sì che - i PROMOTORI condividano i principi contenuti nel presente Codice Deontologico.

- 2.2 I contenuti della COMUNICAZIONE devono essere sempre documentati o documentabili.

Le AZIENDE ADERENTI devono essere in grado di dimostrare la veridicità dei dati, delle descrizioni, delle affermazioni e delle illustrazioni utilizzate, nonché la consistenza delle testimonianze usate.

Resta inoltre fermo quanto stabilito all'articolo 1.5.

COMUNICAZIONE verbale diretta agli OPERATORI SANITARI

- 2.3 Le AZIENDE ADERENTI assicurano che i PROMOTORI si presentino agli OS identificandosi nella propria qualifica e funzione.
- 2.4 Le AZIENDE ADERENTI si impegnano a mettere in grado i PROMOTORI di fornire all'OS quelle informazioni sulle proprietà e sulle caratteristiche del prodotto (INTEGRATORE ALIMENTARE) che ne consentano il corretto utilizzo e ad indicare al PROMOTORE le modalità più corrette per rapportarsi con l'OS.

Materiale scritto destinato agli OPERATORI SANITARI

- 2.5 Il materiale scritto, inteso anche in formato elettronico, riguardante gli INTEGRATORI ALIMENTARI, predisposto dalle AZIENDE ADERENTI, destinato agli OS:
- deve riferirsi agli aspetti scientifici del prodotto (INTEGRATORE ALIMENTARE), all'effetto nutritivo o fisiologico attribuito al prodotto sulla base dei suoi costituenti e alle modalità d'uso;
 - deve essere predisposto sulla base di evidenze e dati scientifici documentati e documentabili, citandoli;
 - deve contenere riferimenti a eventuali studi pubblicati, citandoli, per sostenere ogni affermazione circa eventuali effetti nutrizionali o fisiologici;
 - deve recare l'indicazione della denominazione sociale e della sede dell'impresa, ente o organismo che lo diffonde e che si tratta di materiale destinato esclusivamente agli OS;
 - deve, in ogni caso, conformarsi alle prescrizioni vigenti in materia di presentazione e pubblicità.



Il contenuto del materiale, esplicitato attraverso dati, affermazioni o illustrazioni, deve essere scientificamente corretto e documentabile; deve inoltre essere sufficientemente completo e verificabile.

- 2.6 Le citazioni scientifiche devono riflettere esattamente il significato che l'Autore intendeva attribuire alle stesse; non sono consentite citazioni scientifiche che, avulse dal proprio contesto, risultino parziali e/o contraddittorie rispetto alle intenzioni dell'Autore.

I testi, le tabelle e le illustrazioni tratte da opere e riviste scientifiche e mediche devono essere riprodotti quanto più fedelmente possibile e riflettere il significato che l'Autore voleva veicolare con indicazione esatta della fonte da cui essi sono tratti.

Il materiale promozionale (omaggi)

- 2.7 Nel quadro delle attività di informazione e di presentazione dei prodotti svolta nei confronti degli OS, è vietato concedere, offrire o promettere direttamente o indirettamente premi ovvero incentivi o vantaggi pecuniari, economici o in natura, fatta eccezione per le operazioni a premio destinate al farmacista, quando quest'ultimo riveste il ruolo di buyer e non di OS.

Per ogni OS il materiale promozionale, riguardante i prodotti ed il loro uso, deve avere valore trascurabile, sia in termini di valore assoluto che in termini di valore percepito; deve essere non fungibile e deve comunque essere direttamente ed immediatamente collegabile all'attività espletata dall'OS medesimo.

Sul materiale promozionale deve essere chiaramente riportata l'indicazione dell'AZIENDA ADERENTE o del prodotto dell'AZIENDA ADERENTE promuovente.

Le AZIENDE ADERENTI si impegnano, inoltre, a far sì che anche l'eventuale materiale promozionale utilizzato da PROMOTORI di cui le stesse dovessero avvalersi o da imprese controllate e/o collegate, sia conforme a quanto sopra.

I siti *internet*.

- 2.8 Ogni sito *internet* delle AZIENDE ADERENTI, accessibile nei suoi contenuti sia liberamente che previa autenticazione, oltre a rispettare i requisiti prescritti dalla normativa vigente in materia e le previsioni di cui al presente Codice Deontologico, deve essere predisposto in modo che siano chiaramente identificati lo *sponsor*, le fonti delle informazioni di carattere scientifico riportate sul sito stesso, i destinatari di tali informazioni e gli obiettivi e le finalità del sito.



3. CONGRESSI, CONVEGNI E RIUNIONI SCIENTIFICHE

Le manifestazioni congressuali

3.1 Sono da intendersi oggetto delle previsioni di cui al presente articolo 3, ove non diversamente disposto, i convegni, i congressi ed ogni altra manifestazione scientifica comprendente in qualunque modo la trattazione di tematiche scientifiche, siano essi di livello internazionale o nazionale e siano essi svolti in Italia o all'estero, genericamente definiti, ai sensi del presente Codice Deontologico, "MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI".

In particolare, si intendono per:

- a) MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI di livello internazionale o "internazionali": le manifestazioni congressuali che si svolgono in territorio estero e/o che prevedono la presenza prevalente di docenti e partecipanti stranieri e che soddisfino i requisiti dell'articolo 3.4;
- b) MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI di livello nazionale o "nazionali", che si svolgono nel territorio italiano.

3.2 L'obiettivo primario della partecipazione alle MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI deve essere indirizzato allo sviluppo della collaborazione scientifica con gli OPERATORI SANITARI.

3.3 La sponsorizzazione della partecipazione di OS e la sponsorizzazione dell'organizzazione di MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI è consentita solo ove le stesse siano caratterizzate da un programma scientifico qualificante e dettagliato, ove le stesse abbiano ad oggetto tematiche sanitarie di alto contenuto scientifico e prevedano la partecipazione di docenti altamente qualificati e ove le stesse siano programmate e svolte privilegiando le finalità tecnico-scientifiche per un valido aggiornamento professionale.

La partecipazione deve comunque essere connessa al ruolo svolto dalle AZIENDE ADERENTI nei settori della nutrizione e deve essere ispirata a criteri di eticità, scientificità ed economicità.

La partecipazione è comunque consentita solo ove il programma scientifico sia prevalente rispetto al programma sociale.

3.4 Per quanto attiene alle MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI internazionali, inoltre, le AZIENDE ADERENTI possono partecipare esclusivamente a quelle che prevedano la presenza maggioritaria di docenti e partecipanti non italiani.

I partecipanti a MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI internazionali devono inoltrare preventivamente all'azienda una richiesta scritta di partecipazione al congresso, indicando l'interesse professionale dell'aggiornamento presso il congresso estero, autocertificando la conoscenza della lingua inglese ad un livello adeguato per poter seguire e apprendere i contenuti congressuali.

3.5 La partecipazione alle MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI nazionali è consentita ove esse si tengano in località e sedi la cui scelta sia motivata da ragioni di carattere logistico, scientifico ed organizzativo, con l'esclusione tassativa di località a carattere esclusivamente turistico (nel periodo 1° giugno-30 settembre per le località di mare e 1° dicembre-30 aprile e 1° luglio- 31 agosto per le località di montagna). Le località italiane che si trovano sul mare



e che costituiscono Capoluoghi di Regione o di Provincia, sedi inoltre di strutture universitarie e ospedaliere di rilievo, sono esentate dall'applicazione di tale divieto. Ciò, a condizione che i lavori congressuali e l'ospitalità dei partecipanti sia concentrata nel contesto cittadino del Capoluogo con esclusione, peraltro, di strutture che si trovino in prossimità di tratti di mare attrezzati e fruibili per la balneazione.

Sono altresì esentate strutture che non siano note esclusivamente per altre forme di intrattenimento ludico, di svago o benessere.

- 3.6 Le AZIENDE ADERENTI si impegnano ad invitare e a programmare la partecipazione degli OPERATORI SANITARI alle MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI esclusivamente allorquando sussista una attinenza tra la tematica oggetto della MANIFESTAZIONE CONGRESSUALE stessa e la specializzazione degli OPERATORI SANITARI invitati.
- 3.7 Le AZIENDE ADERENTI possono offrire agli OPERATORI SANITARI italiani invitati alle MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI esclusivamente viaggi aerei in classe economica e soggiorno in alberghi con un massimo di quattro stelle. In caso di trasporto ferroviario sono consentite tutte le classi di viaggio.
In occasione di Convegni internazionali che prevedano voli intercontinentali sarà possibile prevedere il viaggio in business class.
- 3.8 L'ospitalità offerta dalle AZIENDE ADERENTI in occasione delle MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI deve essere limitata al periodo di tempo compreso tra le 18/24 (diciotto/ventiquattro) ore precedenti l'inizio della manifestazione congressuale stessa e le 18/24 (diciotto/ventiquattro) ore successive alla conclusione della medesima, e non deve avere finalità diverse e prevalenti rispetto alle finalità tecnico-scientifiche della manifestazione.

Nell'ambito delle MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI, in Italia e all'estero, è fatto divieto di organizzare e/o sponsorizzare iniziative di tipo sociale, culturale o turistico e cene di gala. Sono invece consentite le cene sociali organizzate dal Congresso per la collegialità dei partecipanti e comprese nella quota di iscrizione al Congresso stesso.

È esclusa l'ospitalità a carico delle AZIENDE ADERENTI per accompagnatori a qualsiasi livello e sotto qualsiasi forma; in caso di partecipazione alla MANIFESTAZIONE CONGRESSUALE di accompagnatori, la relativa quota di partecipazione deve essere tassativamente saldata dall'OPERATORE SANITARIO che ne richiede la partecipazione direttamente alla segreteria dell'organizzazione congressuale.

- 3.9 Nel caso gli OPERATORI SANITARI siano pediatri, alla partecipazione a manifestazioni congressuali si applica il Codice deontologico UNIONE ITALIANA FOOD "Alimenti per l'infanzia".

I corsi di aggiornamento

- 3.10 Le previsioni relative alle MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI si applicano anche ai corsi di aggiornamento medico-scientifico a qualsiasi livello territoriale.



- 3.11 I corsi di aggiornamento si devono svolgere in sedi idonee ad assicurare contenuti professionali e/o scientifici.

Le visite ai centri di ricerca, qualità e produzione aziendali

- 3.12 È consentita la visita degli OPERATORI SANITARI ai centri di ricerca, qualità e produzione delle AZIENDE ADERENTI ed a condizione che sia previsto, nell'ambito della visita, un adeguato spazio di formazione-informazione.

È in ogni caso esclusa, a qualsiasi livello e sotto qualsiasi forma, l'ospitalità per eventuali accompagnatori ed è vietata l'organizzazione di iniziative di tipo sociale e/o turistico.



4. I RAPPORTI DELL'INDUSTRIA CON IL MONDO SCIENTIFICO E SANITARIO

Le borse di studio e le consulenze scientifiche

4.1 Ferma restando l'osservanza delle norme vigenti in materia, la collaborazione scientifica fra le AZIENDE ADERENTI ed il mondo scientifico può consistere in borse di studio e consulenze scientifiche caratterizzate da prestazioni di natura occasionale.

Devono essere in ogni caso garantite la congruità, l'adeguatezza, la documentabilità e le finalità delle iniziative.

4.2 Con riferimento alle consulenze scientifiche, queste devono essere realizzate nel pieno rispetto dei seguenti criteri:

- a. è necessaria la stipula di un contratto scritto tra l'OS e l'AZIENDA ADERENTE che specifichi la natura del servizio prestato. L'esigenza di tale servizio deve essere chiaramente identificata;
- b. l'aspetto decisionale di tali iniziative deve essere riservato ai vertici operativi aziendali;
- c. in tutti i casi in cui siano previsti viaggi o qualsiasi forma di ospitalità si applicano le disposizioni di cui all'articolo 3 del presente Codice in materia di MANIFESTAZIONI CONGRESSUALI.

I controlli

4.3 Le AZIENDE ADERENTI si impegnano a mettere a disposizione agli Organi di controllo di cui al successivo art. 5 tutta la documentazione necessaria per le valutazioni di pertinenza circa il rispetto delle previsioni di cui al presente articolo.



5. GLI ORGANI DI CONTROLLO E LE PROCEDURE DI ATTUAZIONE DEL CODICE DEONTOLOGICO

Gli Organi di controllo

5.1 Gli Organi di controllo, preposti alle procedure di attuazione del Codice Deontologico e alla verifica della sua osservanza da parte delle AZIENDE ADERENTI, sono:

- il Comitato di controllo;
- il Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD, che può all'uopo delegare il Consiglio di Presidenza ai sensi dell'art. 12, punto 3.3, dello Statuto UNIONE ITALIANA FOOD.

Il Comitato di controllo: composizione e funzioni

5.2 Il Comitato di controllo è composto da 3 membri, compreso il Presidente.

Fanno parte del Comitato di controllo:

- a. un membro nominato dal Consiglio di Presidenza di UNIONE ITALIANA FOOD scelto tra soggetti autorevoli e di chiara fama non appartenenti al settore industriale degli "INTEGRATORI ALIMENTARI" o ad altri settori dell'industria alimentare;
- b. un qualificato giurista esperto in comunicazione nominato dal Consiglio di Presidenza di UNIONE ITALIANA FOOD;
- c. un membro nominato dal Consiglio di Presidenza di UNIONE ITALIANA FOOD scelto tra personalità accademiche o di chiara fama, esperto nell'ambito della nutrizione, che dichiara di non trovarsi in conflitto di interessi.

5.3 I componenti del Comitato di controllo durano in carica 1 anno e sono riconfermabili per un massimo di 3 anni consecutivi; il componente che non partecipi a tre riunioni nel corso dell'anno viene sostituito.

5.4 Per l'esercizio delle proprie funzioni il Comitato di controllo si può avvalere di consulenti.

5.5 Il Comitato di controllo:

- a. nomina al suo interno il Presidente nel corso della prima riunione;
- b. adotta un regolamento interno che salvaguardi la riservatezza del suo operato;
- c. provvede ad istruire i casi connessi a presunte violazioni del Codice Deontologico;
- d. sottopone al Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD le proposte di sanzione per le quali siano risultate fondate, a suo giudizio, le presunte violazioni del Codice Deontologico;
- e. esprime pareri interpretativi delle disposizioni del Codice Deontologico su richiesta delle AZIENDE ADERENTI o degli Organi dell'Associazione.



- 5.6 Nell'adempimento dei loro compiti i componenti del Comitato di controllo sono tenuti ad osservare il massimo riserbo.

La Segreteria, sede e riunioni

- 5.7 E' istituita la Segreteria del Comitato di controllo e del Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD per la gestione delle procedure sanzionatorie ai sensi del presente Codice Deontologico.

La Segreteria è composta da un Segretario scelto dal Consiglio di Presidenza dell'Associazione tra i funzionari di UNIONE ITALIANA FOOD.

- 5.8 Il Segretario:

- a. riceve le segnalazioni e la relativa documentazione;
- b. dà comunicazione al Comitato di controllo delle segnalazioni ricevute;
- c. attesta la pendenza dei procedimenti e, su richiesta degli interessati, ne rilascia certificazione scritta;
- d. redige il calendario delle audizioni del Comitato di controllo e il calendario delle sedute di discussione del Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD;
- e. svolge funzioni di supporto all'attività degli Organi di controllo, provvedendo alla custodia della documentazione e alla archiviazione degli atti, nonché alle comunicazioni e alle informative;
- f. assiste gli Organi di controllo nelle loro riunioni, di cui redige verbale che garantisca l'anonimato delle AZIENDE INTERESSATE ai procedimenti sanzionatori;
- g. aggiorna e conserva il registro delle decisioni assunte dal Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD di cui all'articolo 5.28;
- h. rilascia copia del dispositivo e delle motivazioni delle decisioni del Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD nonché dei connessi atti e documenti istruttori secondo le previsioni di cui all'articolo 5.28.

- 5.9 Il Segretario è tenuto a mantenere il massimo riserbo nell'adempimento dei propri compiti.

- 5.10 Gli Organi di controllo e la Segreteria hanno sede presso UNIONE ITALIANA FOOD.

- 5.11 Il Comitato di controllo si riunisce tutte le volte che se ne ravvisi la necessità su convocazione del Presidente, da comunicare almeno tre giorni prima della data della riunione; tale termine può essere non osservato in casi di particolare urgenza.



- 5.12 Il Comitato di controllo è validamente costituito con la presenza della maggioranza dei membri in carica; essi deliberano con il voto della maggioranza dei presenti; in caso di parità prevale il voto di chi presiede.
- 5.13 Le riunioni degli Organi di controllo non sono pubbliche.



Il procedimento sanzionatorio

- 5.14 Le segnalazioni relative a presunte violazioni del Codice Deontologico devono essere presentate in forma scritta e non anonima, devono inoltre essere motivate e corredate della documentazione giustificativa.

Le segnalazioni devono essere indirizzate al Presidente del Comitato di controllo per il tramite della Segreteria, e possono essere presentate mediante consegna diretta o invio per posta raccomandata; il ricevimento delle segnalazioni viene registrato in apposito protocollo interno dalla Segreteria. In caso di consegna diretta, la Segreteria rilascia conforme attestazione scritta al proponente.

- 5.15 Ove le segnalazioni non appaiano manifestamente prive di fondamento, il Comitato di controllo dà corso all'istruttoria, dandone informazione, al momento dell'avvio, per il tramite della Segreteria, all'AZIENDA INTERESSATA, invitandola a fornire chiarimenti per iscritto e, se del caso, a tenere specifica audizione, oltre che a fornire tutta la documentazione ritenuta utile.

- 5.16 L'audizione è riservata esclusivamente al legale rappresentante dell'AZIENDA INTERESSATA o persona dallo stesso delegata, che può essere accompagnato, se del caso, da un funzionario aziendale.

Nel corso dell'audizione il Comitato di controllo informa l'AZIENDA INTERESSATA in ordine alla documentazione probatoria in suo possesso.

Qualora il Comitato di controllo si orienti verso l'adozione di specifica proposta di sanzione, l'audizione preventiva dell'AZIENDA INTERESSATA è obbligatoria.

- 5.17 Il Comitato di controllo può avvalersi, per lo svolgimento dell'istruttoria, di consulenti tecnici.

- 5.18 Nelle ipotesi in cui siano necessari particolari approfondimenti, il Presidente del Comitato di controllo può affidare i connessi incumbenti ad uno o più membri del Comitato stesso.

- 5.19 Il Comitato di controllo, al fine di acquisire dati conoscitivi in merito ad eventuali violazioni del Codice Deontologico, può affidare a società specializzate, con vincolo di riservatezza, lo svolgimento di specifiche indagini sulle manifestazioni congressuali e sulle attività promozionali che si svolgono sul territorio italiano, con riferimento esclusivo e limitato al campo di applicazione del presente Codice Deontologico.

- 5.20 L'istruttoria può comportare l'archiviazione del caso, che viene comunicata all'AZIENDA INTERESSATA per il tramite della Segreteria, o l'adozione di specifica proposta di sanzione.

- 5.21 Qualora il Comitato di controllo, conclusa l'istruttoria, abbia verificato la sussistenza di una violazione del Codice Deontologico, adotta specifica proposta di sanzione, e la comunica, per il tramite della Segreteria, all'AZIENDA INTERESSATA e al Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD. La sanzione proposta dovrà necessariamente essere equa e tener conto di



eventuali giudizi già emessi e sanzioni già comminate per lo stesso comportamento contestato.

- 5.22 Qualora l'AZIENDA INTERESSATA decida di riconoscere la propria responsabilità e, al contempo, si impegni formalmente a modificare il proprio comportamento, il Comitato di controllo comunica al Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD tali intendimenti e propone una eventuale riduzione motivata della sanzione.
- 5.23 Il Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD, ricevuta comunicazione motivata da parte del Comitato di controllo recante la proposta di sanzione formulata nei confronti dell'AZIENDA INTERESSATA, dispone la comunicazione dell'avvio del procedimento all'azienda stessa, assegnandole un termine non inferiore agli otto e non superiore ai quindici giorni per il deposito delle eventuali deduzioni.
- 5.24 Non è ammesso, nel corso della procedura innanzi al Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD, il deposito di ulteriore documentazione che non sia già stata fornita dall'AZIENDA INTERESSATA al Comitato di controllo, salvo casi eccezionali in cui sia il Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD stesso a richiederla come supplemento istruttorio, ovvero si tratti di documentazione della quale l'AZIENDA INTERESSATA dimostri la sopravvenuta esistenza o conoscenza.
- 5.25 In qualsiasi momento del procedimento il Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD può richiedere pareri al Comitato di controllo.
- 5.26 Previa comunicazione con almeno cinque giorni di anticipo, l'AZIENDA INTERESSATA, nella persona del suo legale rappresentante o persona dallo stesso delegata, accompagnato se del caso da collaboratore di fiducia, può intervenire alla discussione davanti al Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD.
Alla discussione partecipa un rappresentante del Comitato di controllo appositamente delegato.
- 5.27 Esaurita la discussione, il Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD:
- a. qualora ritenga la pratica sufficientemente istruita, adotta la propria decisione entro i successivi sessanta giorni e ne dà comunicazione all'AZIENDA INTERESSATA;
 - b. qualora lo ritenga necessario, acquisisce ulteriori elementi istruttori per il tramite del Comitato di controllo, fissando la data della nuova discussione.
- 5.28 Comunicata la decisione da parte del Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD all'AZIENDA INTERESSATA, e per conoscenza al Collegio dei Probiviri, il Comitato di controllo, per il tramite della Segreteria, dà immediata informativa della decisione adottata alle altre AZIENDE ADERENTI al presente Codice Deontologico; la decisione è immediatamente esecutiva.

Le AZIENDE ADERENTI al presente Codice Deontologico direttamente coinvolte nel procedimento sanzionatorio hanno diritto di accedere, previa espressa richiesta, al dispositivo e alle motivazioni delle decisioni del Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD che direttamente le concernono, nonché ai connessi atti e documenti istruttori.



Le AZIENDE ADERENTI al presente Codice Deontologico che non sono direttamente coinvolte nel procedimento sanzionatorio hanno diritto di accedere, previa espressa richiesta, al solo dispositivo delle decisioni del Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD.

Presso il Comitato di controllo è istituito un registro delle decisioni assunte dal Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD.

5.29 La decisione del Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD non è appellabile.

I provvedimenti sanzionatori

5.30 Le sanzioni applicabili dal Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD, nel caso di comprovate violazioni del presente Codice Deontologico, sono le seguenti:

5.30.1 nei confronti delle AZIENDE ADERENTI:

- a. avvertimento con richiesta di immediata cessazione del comportamento;
- b. sospensione temporanea dell'adesione al presente Codice Deontologico;
- c. estromissione dall'adesione al presente Codice Deontologico.

5.30.2 nei confronti delle AZIENDE ADERENTI APPARTENENTI a UNIONE ITALIANA FOOD:

d. censura scritta:

- e. sospensione da ogni servizio e da ogni attività sociale per un periodo non superiore a sei mesi;
- f. sospensione dell'elettorato attivo e/o passivo in relazione al Settore UNIONE ITALIANA FOOD "Nutrizione e Salute" – Gruppo INTEGRATORI ITALIA
- g. espulsione dall'Associazione UNIONE ITALIANA FOOD Settore "Nutrizione e Salute" – Gruppo INTEGRATORI ITALIA:

5.31 In aggiunta alle sanzioni di cui alle lettere b), c), d), e), f) e g) può essere anche stabilita una sanzione pecuniaria da devolvere in beneficenza a favore di Associazioni pazienti o ONLUS, di importo graduato in relazione alla gravità dell'infrazione nonché, ove individuabile, all'impegno di spesa sostenuto dall'azienda sanzionata per la realizzazione dell'iniziativa oggetto di sanzione.

5.32 Qualora il Consiglio Generale di UNIONE ITALIANA FOOD dovesse adottare, nei confronti di una medesima AZIENDA ADERENTE, per due volte, una sanzione per violazioni commesse in un periodo di 24 mesi, si procede, a cura dell'Associazione e a spese dell'azienda sanzionata, alla comunicazione della decisione agli Ordini professionali e alle Organizzazioni di categoria degli OPERATORI SANITARI unitamente all'indicazione del nome dell'azienda sanzionata stessa.



Ai fini della decorrenza del termine di 24 mesi si fa riferimento, nelle ipotesi in cui non sia accertabile il giorno in cui è avvenuta la violazione, alla data della segnalazione.

Le spese del procedimento sanzionatorio

- 5.33 Le spese del procedimento sanzionatorio anticipate dall'Associazione vengono poste a carico dell'AZIENDA INTERESSATA.

Le modifiche ed integrazioni al Codice Deontologico

- 5.34 Le modifiche ed integrazioni al Codice Deontologico, che costituisce parte integrante dello Statuto associativo per le AZIENDE APPARTENENTI a UNIONE ITALIANA FOOD Settore "Nutrizione e Salute" – Gruppo INTEGRATORI ITALIA, sono sottoposte dal Consiglio Generale dell'Associazione, anche su segnalazione del Comitato di controllo, all'Assemblea Generale di UNIONE ITALIANA FOOD per l'approvazione.

La sottoscrizione dell'impegno di accettazione del Codice Deontologico

- 5.35 All'atto dell'adozione del Codice Deontologico, ogni AZIENDA APPARTENENTE a UNIONE ITALIANA FOOD Settore "Nutrizione e Salute" – Gruppo INTEGRATORI ITALIA è tenuta a rispettare il Codice Deontologico.
- 5.36 Il rispetto del Codice Deontologico costituisce condizione essenziale per l'appartenenza ad UNIONE ITALIANA FOOD Settore "Nutrizione e Salute" – Gruppo INTEGRATORI ITALIA.
- 5.37 Resta fermo l'auspicio che al Codice Deontologico possano aderire, con le medesime modalità, anche AZIENDE NON APPARTENENTI a UNIONE ITALIANA FOOD.

Disposizioni transitorie

- 5.38 Il presente Codice Deontologico entra in vigore il 1° luglio 2018, fatte salve le manifestazioni congressuali già previste ed organizzate alla data di entrata in vigore.

Norma di chiusura

- 5.39 Decorso un anno dall'adozione del presente Codice Deontologico, possono ad esso essere apportate le correzioni e integrazioni che l'applicazione pratica renda necessarie od opportune, con lo stesso procedimento previsto dall'articolo 5.34.