

КОДЕКС ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ РСВЯ

1. ПРЕАМБУЛА

Настоящий кодекс — это свод правил и обязательств этичного осуществления выставочно-ярмарочной деятельности и добросовестной конкуренции в бизнесе, добровольно принимаемых на себя выставочными организациями. Настоящий Кодекс основывается на признании выставочными организациями своей ответственности перед коллегами по бизнесу, самим бизнесом, перед потребителями выставочных услуг (экспонентами и посетителями выставок) и перед обществом; а также на необходимости обеспечить баланс между интересами выставочного бизнеса и интересами всех участников выставочно-ярмарочной деятельности.

Кодекс является инструментом общественного саморегулирования выставочно-ярмарочной деятельности, что в соответствии с принципами гражданского общества демонстрирует ответственность бизнеса путём установления дополнительных самоограничений по сравнению с действующим законодательством Российской Федерации. Кодекс, в первую очередь, является средством самодисциплины, но предназначен также для использования судами и органами государственной власти как справочный документ, в соответствии с действующим законодательством.

Данный Кодекс основывается на принципах свободного рынка, предусматривающих равенство условий для всех субъектов выставочной деятельности, честную и добросовестную конкуренцию и свободный выбор потребителей — экспонентов и посетителей выставок.

Настоящий Кодекс является основополагающим документом в деятельности РСВЯ, наряду с уставными документами.

2. ДЕЙСТВИЕ КОДЕКСА

Присоединиться к этому Кодексу может любая выставочная организация, независимо от её членства в РСВЯ. Присоединение к данному Кодексу осуществляется путём подписания его уполномоченным представителем выставочной организации. Присоединение к данному Кодексу означает принятие выставочной организацией на себя повышенной ответственности в своей деятельности путём выполнения правил, изложенных в этом Кодексе.

Присоединение или неприсоединение к данному Кодексу не может служить основанием для какой-либо дискриминации выставочной организации со стороны других субъектов хозяйственной деятельности, суда, органов государственной власти или местного самоуправления.

3. ОБЩИЕ УСЛОВИЯ

3.1. Выставочные организации должны:

- основывать свою деятельность на принципах права и морали, ответственности перед всеми участниками выставочной деятельности, перед органами государственной власти и перед обществом;

- прилагать все усилия для повышения роли выставок в экономическом, социальном и общественном развитии страны, а также публичного имиджа выставочной деятельности, доверия граждан, предприятий и государства к ней;
- принимать все меры для повышения качества выставочных услуг и наилучшего удовлетворения интересов потребителей;
- проявлять заботу и предпринимать все необходимые действия для защиты материальной и интеллектуальной собственности граждан, субъектов предпринимательства и государства;
- нести экологическую ответственность за проводимые выставки;
- способствовать развитию международных связей и внешнеторговой деятельности, направленных на развитие экономики субъектов Федерации и страны;
- стремиться повышать профессиональную компетентность и осведомленность своих сотрудников, активно участвовать в процессе подготовки и переподготовки кадров для выставочного бизнеса.

4. ПРИНЦИПЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ВЫСТАВОЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.

4.1. Выставочные организации должны строить взаимоотношения между собой на принципах:

- доверия;
- уважения;
- порядочности;
- открытости при условии сохранности коммерческой тайны;
- лояльности;
- отказа от недобросовестной конкуренции;
- честной и эффективной состязательности;
- исполнения договорных обязательств.

4.2. Выставочные организации должны конкурировать добросовестно, а именно:

4.2.1. не допускать использования зарегистрированных названий, наименований, знаков для товаров, средств индивидуализации и услуг других выставок;

4.2.2. не использовать названий выставок, визуально и фонетически похожих на зарегистрированные названия других выставок;

4.2.3. объявлять выставку не позднее, чем за один год до даты ее открытия; публиковать полный план выставок на следующий календарный год не позднее, чем за 6 месяцев до конца текущего года;

4.2.4. выставочным организациям не рекомендуется проведение выставочных мероприятий по аналогичной тематике в близкие сроки (до 20 дней) в одном регионе;

4.2.5. не допускать дискредитации других выставочных фирм путём распространения в любой форме неправдивых, неточных или искаженных сведений о них, которые наносят или могут нанести вред их деловой репутации;

4.2.6. не прибегать к поощрению сотрудников средств массовой информации для распространения неправдивых сведений о собственных или других выставках;

4.2.7. при приобретении прав на проведение выставок в результате покупки фирм или объектов интеллектуальной собственности, приобретении лицензий или франшиз — соблюдать те же нормы действующего антимонопольного законодательства о концентрации, что и при слиянии компаний;

- 4.2.8. не прибегать к понуждению в какой-либо форме экспонентов и посетителей к отказу от участия или отказу от посещения других выставок;
- 4.2.9. не прибегать к практике переманивания сотрудников других выставочных организаций;
- 4.2.10. не использовать административную и финансовую поддержку органов государственной власти, как инструмент конкурентной борьбы.

5. ПРИНЦИПЫ И ПРАВИЛА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О ВЫСТАВКАХ

5.1. Информация о выставках должна разрабатываться с чувством ответственности перед потребителями и обществом, отвечать принципам добросовестной конкуренции.

5.2. Информация о выставках не должна входить в противоречие или нарушать требования действующего законодательства и положения данного Кодекса, оказывать отрицательное влияние на доверие общественности к выставочно-ярмарочной деятельности в целом.

5.3. При предоставлении информации о выставках выставочные организации должны соблюдать следующие принципы и руководствоваться вытекающими из них правилами:

5.3.1. ПРИНЦИП ДОСТОВЕРНОСТИ, согласно которому:

а) Информация о выставках не может содержать сведений (статистических данных, свидетельств, фактов) и изображений, которые прямо или косвенно, за счет искаженной подачи, могут ввести потребителя в заблуждение относительно:

- организатора выставки и страны его происхождения;
- порядкового номера, даты первого проведения или периодичности выставки;
- тематики выставки;
- характера выставки (многоотраслевая или специализированная, рассчитанная на массовую или профессиональную аудиторию, выставка или ярмарка и тому подобное);
- цены, бесплатности или других условий участия в выставке или её посещения; перечня работ и услуг, включаемых в стоимость аренды выставочной площади или стоимость входного билета;
- прав интеллектуальной собственности на знаки для товаров и услуг выставки;
- официальной поддержки выставки органами государственной власти, местного самоуправления, межправительственными или международными негосударственными организациями, отраслевыми объединениями, ассоциациями предприятий или общественными организациями;
- наличие у выставки или её организатора наград, призов или дипломов либо же других знаков отличия (в частности, при наличии у выставки определённых знаков отличия последние могут использоваться исключительно в информации об этой выставке и не могут использоваться в информации о других выставках этого же организатора);
- перечня и качества услуг, которые могут быть предоставлены экспонентам или посетителям.

б) Информация, содержащая сравнения, должна быть выполнена таким образом, чтобы сравниваемые параметры базировались на фактах, по которым могут быть представлены доказательства, и подбиралась беспристрастно.

в) Выставочные организации не должны прибегать к неправомерному использованию статистических данных о выставках, в частности, завышать статистические данные или манипулировать ими (указывать общую выставочную площадь в качестве выставочной площади нетто, указывать количество представленных торговых марок, экспонатов или их производителей в качестве количества экспонентов выставки и тому подобное). Приветствуется проведение проверок статистических данных независимым аудитом.

г) Информация о выставках не должна содержать свидетельств или ссылок на них, не основанных на опыте представляющих их лиц, являющихся устаревшими (то есть относящимися к выставке, которая была проведена раньше, чем предыдущая) или относящимся к другим выставкам без прямой на то ссылки.

д) Информация о выставках не должна имитировать информацию о других выставках таким образом, чтобы создавалась возможность введения потребителей в заблуждение.

5.3.2. ПРИНЦИП ПРАВДИВОСТИ, согласно которому:

а) В информации о выставках не должны использоваться ссылки на результаты исследований, которые на самом деле не были проведены, использование цитат из несуществующих официальных писем или публикаций в прессе, искажение высказываний и использование вымышленных высказываний представителей экспонентов или посетителей выставок.

б) Информация о выставках не должна содержать названий или знаков для товаров и услуг предприятий, организаций и учреждений (включая органы государственной власти и местного самоуправления), которые могут ввести потребителя в заблуждение относительно участия указанных предприятий, организаций или учреждений в выставке или относительно поддержки ими этой выставки.

5.3.3. ПРИНЦИП ПОРЯДОЧНОСТИ, согласно которому:

а) информация о выставках не может содержать изображений или высказываний каких-либо лиц или ссылок на них, если не получено предварительного согласия этих лиц (за исключением случаев, когда высказывания лица опубликованы в средствах массовой информации);

б) информация о выставках не может содержать клеветы на другую выставку или её организатора, их дискредитацию, сведений относительно качества их услуг.

6. ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ КОНТРОЛЯ ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ КОДЕКСА

6.1. Выставочная организация, подписавшая настоящий кодекс, несет моральную ответственность за несоблюдение вышеизложенных правил.

6.2. При возникновении ситуации, когда действия или бездействие выставочной организации могут быть расценены как нарушение положений настоящего Кодекса, заинтересованные стороны обращаются в КОМИТЕТ по этике РСВЯ.

6.3. Факт нарушения положений, изложенных в настоящем Кодексе, устанавливается Комитетом по этике, действующим на основании утвержденного Положения.

6.4. Комитет по этике информирует выставочную организацию о нарушении положений настоящего Кодекса и предлагает возможные формы исправления возникшей ситуации. В

случае исправления ситуации без нанесения морального или иного ущерба какой-либо стороне, информация о случившемся не придается публичной огласке. В случае сохранения спора между двумя и более сторонами Комитет по этике выносит на обсуждение членов Комитета спорный вопрос. Решения Комитета являются рекомендательными. При несоблюдении выставочной организацией рекомендаций Комитета спорный вопрос выносится на обсуждение Общего собрания членов РСВЯ. В случае необходимости Общее собрание членов РСВЯ может инициировать рассмотрение указанного инцидента иными общественными и государственными организациями.

6.5. Выставочные организации, участвующие в рассматриваемой спорной ситуации, не распространяют информацию о возникшей ситуации до вынесения решений Комитета и Общего собрания членов РСВЯ. Нарушение п.6.5. рассматривается как нарушение одного из положений настоящего Кодекса.