



Consorzio Sistema Bibliotecario Nord - Ovest

Sede amministrativa: Corso Europa, 291 - 20017 Rho

Tel. 02 9320951 - Fax 02 93209520 - C.F. - P. IVA 11964270158

www.csbno.net - mailto: consorzio@csbno.net

Sede legale: via V. Veneto, 18 - 20026 Novate Milanese

Carta dei Principi

1. I comuni aderenti al Consorzio Sistema Bibliotecario Nord Ovest (CSBNO) assegnano al CSBNO l'utilizzo di spazi definiti da ogni singola amministrazione all'interno dei locali delle biblioteche comunali per ospitare strutture (bacheche, schermi televisivi) che presenteranno materiali pubblicitari
2. Tutti gli investimenti per la realizzazione di tali strutture saranno effettuati a completo carico del CSBNO in accordo con gli Uffici tecnici Comunali e nel rispetto delle normative vigenti e dei vincoli ai quali è sottoposta ogni singola sede
3. Il Consorzio Sistema Bibliotecario Nord Ovest (CSBNO) provvede a svolgere attività di promozione e vendita degli spazi collocati nelle singole biblioteche
4. I messaggi pubblicitari presentati nelle biblioteche saranno conformi a quanto previsto dal codice di autodisciplina pubblicitaria in particolare si presterà particolare attenzione a:

- **Identificazione della pubblicità**

La pubblicità presentata nelle biblioteche deve essere sempre riconoscibile come tale.

- **Superstizione, credulità, paura**

La pubblicità deve evitare ogni forma di sfruttamento della superstizione, della credulità e, salvo ragioni giustificate, della paura.

- **Violenza, volgarità, indecenza**

La pubblicità non deve contenere affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che, secondo il gusto e la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti.

- **Convinzioni morali, civili, religiose e dignità della persona**

La pubblicità non deve offendere le convinzioni morali, civili e religiose dei cittadini. La pubblicità deve rispettare la dignità della persona umana in tutte le sue forme ed espressioni.

- **Bambini e adolescenti**

Una cura particolare sarà posta nei messaggi che si rivolgono ai bambini e agli adolescenti o che possono essere da loro ricevuti. Questi messaggi non devono contenere nulla che possa danneggiarli psicologicamente, moralmente o fisicamente e non devono inoltre abusare della loro naturale credulità o mancanza di esperienza, o del loro senso di lealtà.

In particolare questa pubblicità non deve indurre a:

- violare norme di comportamento sociale generalmente accettate;
- compiere azioni o esporsi a situazioni pericolose;
- ritenere che il mancato possesso del prodotto pubblicizzato significhi inferiorità, oppure mancato assolvimento dei loro compiti da parte dei genitori;
- sminuire il ruolo dei genitori e di altri educatori nel fornire valide indicazioni dietetiche;
- adottare l'abitudine a comportamenti alimentari non equilibrati, o trascurare l'esigenza di seguire uno stile di vita sano;



Consorzio Sistema Bibliotecario Nord - Ovest

Sede amministrativa: Corso Europa, 291 - 20017 Rho

Tel. 02 9320951 - Fax 02 93209520 - C.F. - P. IVA 11964270158

www.csbno.net - mailto: consorzio@csbno.net

Sede legale: via V. Veneto, 18 - 20026 Novate Milanese

- sollecitare altre persone all'acquisto del prodotto pubblicizzato.
 - L'impiego di bambini e adolescenti in messaggi pubblicitari deve evitare ogni abuso dei naturali sentimenti degli adulti per i più giovani.
 - **Salute, sicurezza e ambiente**

La pubblicità di prodotti suscettibili di presentare pericoli, in particolare per la salute, la sicurezza e l'ambiente, specie quando detti pericoli non sono facilmente riconoscibili, deve indicarli con chiarezza.
 - **Imitazione, confusione e sfruttamento**

Deve essere evitata qualsiasi imitazione pubblicitaria servile anche se relativa a prodotti non concorrenti, specie se idonea a creare confusione con altra pubblicità. Deve essere inoltre evitato qualsiasi sfruttamento del nome, del marchio, della notorietà e dell'immagine aziendale altrui, se inteso a trarre per sé un ingiustificato profitto.
 - **Denigrazione**

È vietata ogni denigrazione delle attività, imprese o prodotti altrui, anche se non nominati.
5. Viene affidato al CdA il compito di
- definire le strategie e gli orientamenti della ricerca pubblicitaria
 - di valutare i messaggi pubblicitari che saranno presentati nelle sedi delle biblioteche
 - presentare una relazione sullo stato di attuazione del progetto semestralmente all'Assemblea dei Sindaci
6. il ricavo di questa attività (cioè la differenza tra i costi di produzione dei servizi, l'ammortamento degli investimenti e gli altri costi diretti ed indiretti inerenti tale attività ed il ricavato) verrà completamente reinvestito nel miglioramento dei servizi delle biblioteche secondo le modalità definite dall'Assemblea dei Sindaci
6. Nessun onere sarà messo a carico dei comuni per ogni attività derivante dalla realizzazione delle attività sopraindicate
7. Ogni responsabilità derivante dalle attività sopraindicate resterà a completo carico del CSBNO