



CHARTA D'IDENTITÀ



I NOSTRI PUNTI CARDINALI



pubblicitari professionisti

COSTANZA

La TP, consapevole dell'importanza del proprio ruolo, dal punto di vista del condizionamento e del contributo alla definizione dell'immaginario collettivo nazionale, chiede ai suoi associati una presa di posizione di merito.

Costanza indica **perseveranza e fermezza nel proprio comportameno che deve essere sempre volto al rispetto dello Statuto Sociale e del Codice Deontologico** e indica, inoltre, **tenacia nel perseguire i propri obiettivi conformi a tali regole**.

Dunque costanza è anche regolarità, inflessibilità e saldezza: una questione valoriale prima che comportamentale.

CONSISTENZA

La TP si sente responsabile dell'operato dei suoi associati, pertanto si riserva il compito di orientare le scelte contenutistiche di coloro che sposano la sua filosofia.

Consistenza vuol dire validità, fondatezza, e si riferisce alle **tematiche che ogni socio deve prediligere nel suo impegno intellettuale**, affinché il suo operato, che nasce **con l'obiettivo di generare soddisfazione nel proprio cliente, di carattere economico, oltre che sociale, generi anche valore nell'ambito di una cultura dei valori**.

Consistenza vuol dire, quindi, concretezza contro la futilità, serietà contro la superficialità.

EQUILIBRIO

La TP permette la convivenza interna di professionisti che mettono in campo le proprie competenze con forza di intervento di diverso tipo. Si tratta di una delle condizioni implicate dalla trasversalità degli associati, pertanto invita a **fare della ricerca dell'equilibrio un fine collettivo**.

Equilibrio vuol dire **imparzialità, ma soprattutto bilanciamento e stabilità**. Nel puro spirito di solidarietà che caratterizza l'Associazione, la Tp invita i suoi soci a valutare possibilità e capacità di cambiamento dei propri consociati per offrire sostegno e agire in sinergia con gli stessi.

Equilibrio vuol dire **linearità**; impulso a tessere le fila di una rete i cui fili non devono confondersi mai.

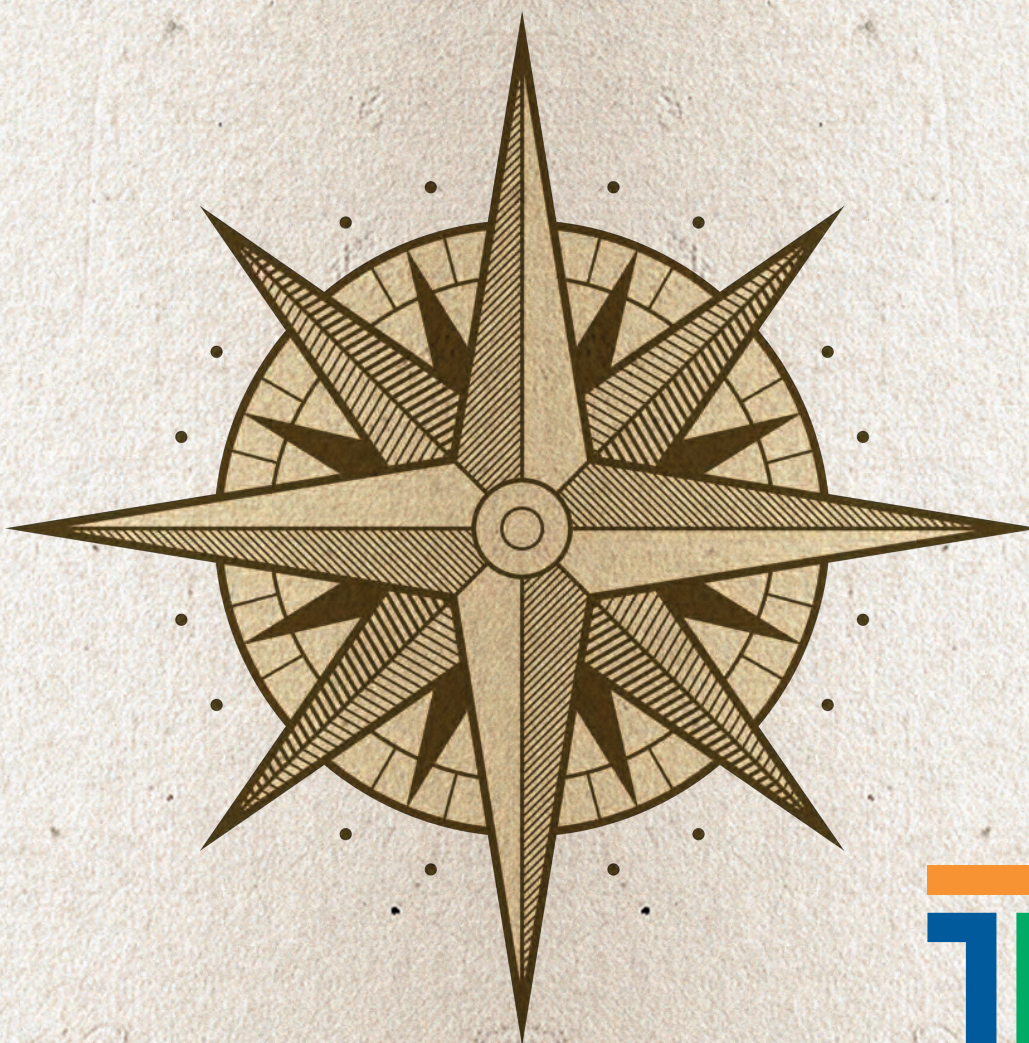
ECCELLENZA

La TP è una **associazione di persone** che operano sul territorio nazionale, individuate, **selezionate e formate secondo parametri estremamente rigorosi**. Essa, pertanto, non riunisce semplicemente degli operatori della comunicazione, ma solo operatori eccellenti.

L'eccellenza rappresenta, contemporaneamente, **requisito, obiettivo e condizione fondante dell'Associazione**.

Essa nutre le aspettative dei nuovi iscritti, anima i contenuti dei progetti di comunicazione degli associati, e vincola lo sviluppo di tutti gli impegni associativi. Perchè **scopo preminente dell'Associazione è la tutela dei Clienti e Utenti di attività e servizi di Comunicazione Pubblicitaria**.

E la tutela presuppone fiducia e stima: garantite.



CONVERGENZA

La TP svolge la sua attività a favore dei Soci e a tutela dei loro interessi professionali.

Poichè essa riunisce operatori della comunicazione dalle molteplici professionalità, coltiva da sempre l'impegno a coordinare e far convergere i vari interessi.

Convergenza vuol dire dedizione nei confronti dello spirito dell'associazionismo che tende, per definizione, ad analizzare e avvicinare elementi diversi affinché si dirigano verso un'unica direzione.

Convergenza di **aspirazioni, idee, sforzi e stimoli dettati, ognuno, dal peso delle responsabilità delle proprie azioni verso la società** che dà loro la possibilità di generarsi.

IMPEGNO

La TP permette ai suoi soci di godere dei privilegi di una vita associativa dalla lunga esperienza e dallo storico sapore e il mantenimento di questa condizione necessita impegno: **a tenere una condotta morale e civile irreprensibile, innanzitutto, ad evitare qualsiasi comportamento contrario al decoro professionale secondariamente, ed in generale, sempre**.

Impegno vuol dire adempiere a dei doveri, ma vuol dire anche testimoniare un legame profondo: con valori e con le persone che li incarnano.

Impegnarsi su tutti i fronti implica **sollecitudine, scrupolo, cura e accuratezza nello svolgere la popria professione: i veri plastri dell'edificio associativo**.

RILEVANZA

La TP, nel creare una rete tra i propri associati, aspira a che l'incontro permetta una crescita, per tutti, sotto tutti i punti di vista. Per questo **invita gli iscritti a tener conto della rilevanza dei contenuti che essi stessi modellano nel proprio lavoro**.

E' rilevante ciò che mira ad un fine specifico, e, auspicabilmente, un fine più alto di quello che lo ispira.

Non è rilevante ciò che non contribuisce ad un arricchimento personale e collettivo, ciò che danneggia anzichè agevolare, umilia anzichè valorizzare.

SIMMETRIA

La TP vive e cresce in un contesto che non è la sola a definire. Gli operatori della comunicazione, che insieme danno forma e plasmano il panorama comunicativo italiano, hanno formazione diversa, provengono da ambienti non omogenei, e rispondono a regole e valori talvolta contrastanti.

La simmetria, in tal senso, rappresenta un ideale, una aspirazione. **Di fronte all'abuso operato per mezzo di talune forme di comunicazione, Tp invita i propri soci alla moderazione, di fronte allo sfruttamento invita al rispetto, di fronte alla prevaricazione, ricorda l'importanza dell'affermazione della dignità di ognuno**.

Simmetria vuol dire interventismo, ma di tipo costruttivo e parificatore. Per arginare e rendere funzionale, anche ciò che non è di stretta responsabilità dei soci.

Questa Carta dei Valori è la storia della Tp.

È il frutto di 65 anni durante i quali le donne e gli uomini che hanno fatto parte della nostra Associazione hanno scritto, giorno dopo giorno, un modo di interpretare una professione in crescita: esaltante, ma difficile per le responsabilità che comporta verso gli altri.

È il frutto di esperienze, riflessioni, confronti, sconfitte e vittorie professionali, sono pagine scritte giorno dopo giorno, vero passaggio di consegne fra le generazioni.

È il frutto del nostro lavoro.

Sì perché per noi la nostra professione ha continuato a mantenere la dignità di essere un lavoro, quel lavoro che è sancito nel primo articolo della nostra Carta Costituzionale e che è alla base del nostra Società civile. Società che, con il nostro lavoro, abbiamo contribuito a creare.

È la nostra Storia: noi l'affidiamo a chi ci subentrerà, con la certezza che ognuno di loro saprà migliorarla.

Fondata nel 1945, la TP - Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti è un Associazione di persone senza fini di lucro che unisce oltre 2.000 Soci, espressione delle molteplici professionalità esistenti nel mondo della comunicazione.

TP ha come scopo preminente la tutela dei principi etici e della qualificazione degli Operatori della Pubblicità e della Comunicazione, promuovendo istituzionalmente la formazione e soprattutto l'aggiornamento dei suoi Soci (obbligatorio per i Pubblicitari Professionisti).

TP è uno dei Soci fondatori sia dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (www.iap.it) che di Pubblicità Progresso (www.pubblicitaprogresso.org) ed è la prima associazione di professionisti della comunicazione ad ottenere la Certificazione di Qualità UNI EN ISO 9001:2000 in merito alle procedure di ammissione e a quelle di aggiornamento, agli esami di ammissione e di qualificazione, ai corsi di formazione, all'attività associativa nazionale e regionale e soprattutto alla propria attività a tutela e rappresentanza degli iscritti.

Forte di questa realtà, dei suoi valori e della sua storia, TP si pone come punto di riferimento operativo per l'elaborazione di Leggi e di Regolamenti concernenti lo specifico settore professionale, nonché come ambito di confronto fra le parti coinvolte nel processo di comunicazione al fine di favorirne l'armonico sviluppo a livello professionale, economico e sociale, operando anche come organismo promotore di rapporti con analoghe Associazioni operanti in Italia, nell'Unione Europea ed in altri Paesi.



pubblicitari professionisti

Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti

Via A. Salaino 7 • 20144 Milano Italy • Tel. +39 02 65 58 41 • fax +39 02 48 57 82 50 • tp@associazione-tp.it
www.associazione-tp.it