



## Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale della Birra

### *PARTE PRIMA*

#### **TITOLO I**

#### ***PRINCIPI E SCOPI***

- Il Codice trova il suo fondamento nei principi indicati dall'art. 15 della Direttiva 89/552/CEE del 3/10/1989, confermati nella successiva Direttiva 2007/65/CE dell'11/12/2007 relativi alla pubblicità televisiva delle bevande alcoliche e recepiti nel nostro ordinamento con Dlgs. 1/3/2010, come segue:

- a) non rivolgersi espressamente ai minorenni, né, in particolare, presentare minorenni intenti a consumare tali bevande;*
- b) non collegare il consumo di alcolici con migliori prodezze fisiche o con la guida di autoveicoli;*
- c) non creare l'impressione che il consumo di alcolici contribuisca al successo sociale o sessuale;*
- d) non indurre a credere che le bevande alcoliche possiedano qualità terapeutiche stimolanti o calmanti, o che contribuiscano a risolvere situazioni di conflitto psicologico;*
- e) non incoraggiare il consumo smodato di bevande alcoliche o presentare in una luce negativa l'astinenza o la sobrietà;*
- f) non insistere sul forte grado alcolico come qualità positiva delle bevande.*

- Il Codice, sulla base dell'esperienza dell'art. 22 del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale dell'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria relativo alla pubblicità delle bevande alcoliche, ha lo scopo di dare attuazione alle linee guida adottate dall'Associazione Europea dei Produttori di Birra ("The Brewers of Europe") per una comunicazione commerciale responsabile, da realizzarsi in forma di Codice di Autodisciplina, da parte delle singole associazioni nazionali di produttori di birra aderenti.

- Il Codice adotta i criteri approvati da “The Brewers of Europe” per i codici di autodisciplina delle singole associazioni nazionali aderenti e riassunti nei seguenti sette “Operational Standards for National Self-Regulatory Action Plans”:

**1. Full code coverage/Campo di applicazione del codice**

- *All commercial communications*/Tutte le comunicazioni commerciali
- *All brewers—all practitioners*/Tutti i produttori/distributori di birra-tutte le agenzie

**2. Increased code compliance/Osservanza dei principi del codice**

- *According to the code’s letter and spirit*/In conformità allo scopo e al testo del codice
- *Free, confidential copy advice should be easily available*/Il parere preventivo sulla conformità al codice della comunicazione commerciale non ancora diffusa, deve essere facilmente disponibile in via riservata

**3. Impartial judgements/Giudizi indipendenti**

- *Substantial proportion of independent jury members*/I membri del Giurì devono essere in misura preponderante indipendenti
- *Independent jury chairman*/Il Presidente del Giurì deve essere indipendente

**4. Fast procedure/Procedura in tempi veloci**

- *Quick jury decision*/Decisione rapida del Giurì
- *Immediate removal of commercial communication*/Cessazione immediata della comunicazione commerciale della birra ritenuta in violazione del codice

**5. Effective sanctions/Sanzioni commisurate ed efficaci**

- *Strong enough to be a deterrent*/Sanzioni gravi da costituire in modo sufficiente un deterrente alla violazione
- *Credible to the regulator and consumer*/Le sanzioni devono essere ritenute efficaci e accettabili da parte degli organi pubblici preposti e dai consumatori

**6. Consumer Awareness/Conoscenza del codice da parte del consumatore**

- *Awareness of the self-regulatory system*/Conoscenza da parte del consumatore del codice di autodisciplina
- *Publication of jury decisions*/Pubblicazione delle decisioni del Giurì

**7. Own-initiative compliance monitoring/Monitoraggio dell’osservanza del codice su iniziativa del Giurì.**

- *Planned programme of systematic monitoring*/Monitoraggio secondo un programma pianificato e sistematico
- *Ongoing review of code and functioning*/Progressiva revisione del codice e del funzionamento dei suoi organi

- Il Codice prevede un sistema autodisciplinare della comunicazione commerciale della birra riconosciuto dagli artt. 27-bis e 27-ter del D.Lgs 6 settembre 2005, n. 206, modificati dall’art. 1 del D.Lgs. 2 agosto 2007, n. 146. In caso di avvio della procedura autodisciplinare prevista dal Codice è applicabile l’effetto preclusivo o sospensivo previsto dal 3° comma dell’art. 27-ter del D.Lgs. 206/2005, come modificato dal D.Lgs. 146/2007. Con la precisazione, in caso di sospensiva, dell’applicazione dell’art. 20 del Regolamento sulla Procedura Istruttoria in materia di Pratiche Commerciali Scorrette, disposto con provvedimento n. 17589 dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato “AGCM” (in G.U. n. 283 del 5/12/07).

## TITOLO II

### *FINALITA'*

Il Codice uniformandosi ai principi indicati nel Titolo I, ha lo scopo di assicurare che la comunicazione commerciale della birra, da intendersi sotto qualsiasi forma, inclusa l'etichettatura del prodotto e con ogni mezzo (TV, radio, cinema, internet, stampa, pubbliche affissioni e operazioni promozionali sul punto vendita), venga realizzata sia direttamente che indirettamente nel rispetto del principio del "bere responsabilmente", comunemente condiviso da tutti i produttori di birra europei.

## TITOLO III

### *CAMPO D'APPLICAZIONE*

Il Codice è vincolante per tutti i produttori e/o distributori di birra aderenti ad Assobirra che si impegnano a farlo osservare da parte delle loro agenzie, consulenti di pubblicità e marketing, dalle concessionarie delle pubblicità, dai gestori di veicoli pubblicitari di ogni tipo e dai punti di vendita che effettuano operazioni promozionali.

Assobirra si impegna a darne la massima diffusione ai consumatori e alle Pubbliche Autorità.

## TITOLO IV

### *DEFINIZIONI*

Agli effetti del Codice viene adottata la seguente terminologia:

a) **AGENZIA** = agenzie di pubblicità, consulenti di pubblicità e di marketing, concessionarie delle pubblicità, gestori di veicoli pubblicitari e agenzie di promozione commerciale, punti vendita che effettuano operazioni promozionali operanti a livello nazionale.

b) **ASSOBIRRA** = Associazione degli industriali della Birra e del Malto con sede in Roma, Viale di Val Fiorita n. 90, aderente a Federalimentare/Confindustria e all'Associazione europea di settore "Brewers of Europe"; avente lo scopo di tutelare gli interessi generali della categoria di produttori di birra e di malto, composta: dai produttori di birra nazionali, dai produttori europei con importazione di birra in Italia e dai produttori di malto nazionali.

c) **ATTIVITA' PERICOLOSE** = tutte le attività umane che comportano particolare attenzione e/o sforzo fisico (ivi inclusi piccoli interventi domestici rientranti nel fai-da-te/bricolage; tutte le attività sportive).

d) **BIRRA** = il prodotto sia sfuso che confezionato come definito e disciplinato dalla L. 16/8/1962 n. 1354 e successive modificazioni.

e) **BOE** = The Brewers of Europe – Associazione Europea dei Produttori di Birra alla quale aderiscono tutte le associazioni nazionali di produttori e distributori di birra dei ventisette Stati membri dell’Unione Europea, con l’aggiunta delle associazioni di settore norvegesi, svizzere e turche. Tra gli scopi del BOE vi è quello di promuovere un sistema di autodisciplina della comunicazione pubblicitaria della birra nell’ambito dell’informazione per un consumo responsabile e dei rischi derivanti dall’abuso di alcol.

f) **CLAUSOLA DI ACCETTAZIONE** = disposizione di rinvio all’osservanza del codice e alle decisioni del Giurì inserita nei contratti stipulati dai produttori e/o distributori associati ad **ASSOBIRRA** con le **AGENZIE**, aventi ad oggetto la Comunicazione Commerciale della **BIRRA**.

g) **CODICE** = l’insieme delle disposizioni regolatrici e procedurali volontariamente adottate e osservate dai produttori e/o distributori associati ad **ASSOBIRRA** e dalle loro **AGENZIE**, relativamente alla Comunicazione Commerciale della **BIRRA**, effettuata in Italia, anche denominato CODICE DI AUTODISCIPLINA DELLA COMUNICAZIONE COMMERCIALE DELLA BIRRA C.A.C.C.B.

h) **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** = comprende la pubblicità e ogni altra forma di comunicazione effettuata in Italia diretta a promuovere la vendita di **BIRRA**, quali che siano le modalità utilizzate (televisione, radio, cinema, stampa e pubbliche affissioni, internet e attività promozionali), ovvero l’imballaggio, la confezione, l’etichetta della **BIRRA**.

i) **CONSUMATORE/I** = la persona fisica che agisce per scopi estranei all’attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta, come definito dalla lettera a) dell’art. 3 D.Lgs. 6/9/2005, n. 206.

l) **COPY ADVICE** = il parere espresso dalla Segreteria del Giurì sulla conformità al **CODICE** di una **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** relativa a **BIRRA**, richiesto alla Segreteria del Giurì, in via preventiva e riservata, dai produttori e/o distributori associati ad **ASSOBIRRA**.

m) **C.P.** = consulenza di parte aziendale che potrà essere richiesta e prodotta dall’azienda birraria, nel caso in cui vi fossero contestazioni su aspetti tecnico/qualitativi della comunicazione commerciale della **BIRRA**, oggetto di segnalazione al Giurì.

n) **C.T.U.** = consulenza tecnica d’ufficio che potrà essere disposta dal Giurì, nei casi sopra previsti relativi al **C.P.**, che potrà essere esperita dal C.E.R.B., Centro di Eccellenza per la Ricerca sulla Birra presso la Facoltà di Agraria dell’Università di Perugia.

o) **GIURI** = il Giurì è l’organo giudicante ed è composto da un collegio di tre membri nominati dai Proviviri di **ASSOBIRRA** e scelti tra esperti di diritto, di consumerismo e di comunicazione. L’esperto di diritto (avvocato e/o professore universitario in discipline giuridiche) assume la carica di Presidente, l’esperto in comunicazione assume la carica di Relatore, l’esperto di consumerismo é il Terzo Giudice privato. Con gli stessi criteri saranno nominati tre membri supplenti.

I membri del Giurì restano in carica due anni e saranno rieleggibili senza limiti di mandato, ad essi spetta l’emolumento stabilito dall’Assemblea di **ASSOBIRRA**.

p) **MINORI** = bambini e giovani minori di 18 anni..

q) **PUNTO VENDITA** = luogo di somministrazione e/o vendita, anche gratuita, della **BIRRA** al **CONSUMATORE**, appartenente al canale HO.RE.CA. o alla Grande Distribuzione Organizzata o comunque ad iniziative aperte al pubblico, nel quale possono essere effettuate anche promozioni relative alla **BIRRA**, purchè promosse dal produttore stesso, accompagnate o meno dalla distribuzione di campioni di **BIRRA** saggi/omaggi.

r) **RELAZIONE ANNUALE** = relazione sull'attività annuale del **GIURI'** da parte del Presidente del **GIURI'** all'assemblea annuale di **ASSOBIRRA**.

s) **SANZIONE/I** = le sanzioni comminate dal **GIURI'** all'azienda birraria che prevedono, in primo luogo l'ingiunzione di desistenza, anche alle **AGENZIE**, della diffusione della **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** della **BIRRA** (qui definita **INGIUNZIONE DI DESISTENZA**), nonché la condanna alle spese di giudizio.

In secondo luogo, in caso di inosservanza, viene applicata la sanzione pecuniaria, sotto forma di contributo obbligatorio da un minimo di € 1.000,00 ad un massimo di € 10.000,00 a favore della ricerca scientifica, con finalità di prevenzione ed educazione sui temi del consumo responsabile dell'alcol e la pubblicazione della decisione del **GIURI'** sul sito riservato di **ASSOBIRRA**, nonché la condanna alle spese di giudizio.

t) **SEGRETERIA** = la Segreteria del **GIURI'** è l'ufficio al quale devono pervenire le segnalazioni dei consumatori relative alle **COMUNICAZIONI COMMERCIALI** della **BIRRA** nonché le richieste di **COPY ADVICE**. La Segreteria del **GIURI'**, in caso di segnalazioni dei **CONSUMATORI**, svolge i compiti di ufficio istruzione. L'Ufficio di **SEGRETERIA** è ricoperto da uno dei tre Probiviri effettivi di **ASSOBIRRA**, esperto in discipline giuridiche, coadiuvato da un segretariato. Alla **SEGRETERIA** spetta il corrispettivo di servizio stabilito dall'Assemblea di **ASSOBIRRA**, oltre al rimborso delle spese sostenute per l'espletamento dell'ufficio.

u) **STORY BOARD** = realizzazione grafica accompagnata dai testi della **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** della **BIRRA**.

## *PARTE SECONDA*

### **TITOLO I**

#### ***REGOLE DI COMPORTAMENTO***

##### ART. 1 – CONSUMO

1.1 La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** non deve incoraggiare il consumo smodato o irresponsabile della **BIRRA** o presentare in una luce negativa l'astinenza e la sobrietà.

1.2 La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** della **BIRRA** non deve essere abbinata a comportamenti violenti, aggressivi, pericolosi o contro la collettività.

1.3 La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** della **BIRRA** non deve mostrare persone che appaiano in stato di ubriachezza o presentare, in qualsiasi modo, in una luce positiva l'ubriachezza.

##### ART. 2 – MINORI

2.1 La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** non deve essere destinata ai **MINORI** o mostrare **MINORI** intenti a consumare **BIRRA**, anche attraverso immagini grafiche e/o di animazione. La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** non deve utilizzare testimonial, la cui normale attività lavorativa è destinata ad un pubblico composto prevalentemente da **MINORI**<sup>1</sup>.

2.2 La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** non deve essere diffusa nei media, programmi o eventi la cui audience/pubblico è notoriamente composta/o da **MINORI**.

##### ART. 3 – GUIDA DI MEZZI DI TRASPORTO

La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** non deve essere collegata direttamente o indirettamente con la guida di mezzi di trasporto di qualsiasi tipo (auto, moto, ecc.).

##### ART. 4 – ATTIVITA' PERICOLOSE

La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** non deve collegare il consumo di **BIRRA** con l'esercizio di **ATTIVITA' PERICOLOSE**, né mostrare il consumo di **BIRRA** prima o durante le **ATTIVITA' PERICOLOSE** o in luoghi che possono essere potenzialmente pericolosi, ad esempio: su una scala, in vetta ad una montagna, sul fondo del mare, ecc.

---

<sup>1</sup>

\* L'art. 13 della L. 125/2001 stabilisce: "E' vietata la pubblicità di bevande alcoliche e superalcoliche che: a) sia trasmessa all'interno di programmi rivolti ai minori e nei quindici minuti precedenti e successivi alla trasmissione degli stessi".

## ART. 5 – PROPRIETA' TERAPEUTICHE

La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** non deve indurre a credere che la **BIRRA** possieda proprietà atte a prevenire, trattare o curare malattie o comunque fare riferimento a tali proprietà. Tale divieto è conforme ai principi della Direttiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 20/03/2000, relativa al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri concernente l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari nonché la relativa pubblicità.

## ART. 6 - CONTENUTO / GRADO ALCOLICO

6.1 La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** non deve ingenerare inganno sulla natura e sull'efficacia della **BIRRA**.

6.2 La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** non deve insistere sul forte grado alcolico della **BIRRA** come qualità positiva del prodotto/marchio per se stessa o presentare tale aspetto come motivo di preferenza. La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** della **BIRRA**, denominata birra leggera, come stabilito dall'art. 2 D.P.R. 30/6/1998, n. 272<sup>2</sup>, deve osservare il precedente art. 1 paragrafo 1.1, relativo al Consumo.

Questa disposizione non si applica alla birra analcolica, come definita all'art. 2 D.P.R. 30/6/1998, n. 272<sup>3</sup>.

## ART. 7 – PRESTAZIONI

7.1 La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** non deve collegare il consumo di **BIRRA** a migliori prestazioni fisiche o che tale consumo contribuisca alla lucidità mentale.

7.2 La **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** non deve indurre il pubblico a ritenere che il consumo di **BIRRA** contribuisca all'efficienza sessuale o al successo sociale.

## ART. 8 – ATTIVITA' PROMOZIONALI

8.1 Le attività promozionali, assentite dal produttore, relative alla **BIRRA** nel **PUNTO VENDITA** non devono stimolare un comportamento irresponsabile o contro la collettività o incoraggiare un consumo eccessivo di **BIRRA**.

8.2 L'attività di distribuzione saggi/omaggi di **BIRRA** deve essere effettuata all'interno dei **PUNTI VENDITA** e non possono essere consegnati campioni di **BIRRA** ai **MINORI**. Il tutto in conformità alla legislazione ed alle disposizioni locali vigenti.

---

<sup>2</sup> La denominazione "birra leggera" o "birra light" è riservata al prodotto con grado Plato non inferiore a 5 e non superiore a 10,5 e con titolo alcolometrico volumico superiore a 1,2% e non superiore a 3,5%.

<sup>3</sup> La denominazione "birra analcolica" è riservata al prodotto con grado Plato non inferiore a 3 e non superiore a 8 e con titolo alcolometrico volumico non superiore a 1,2%.

## TITOLO II

### **ORGANI - COMPETENZA - PROCEDURA**

#### ART.9 - GIURI'

Il **GIURI'** è l'organo giudicante ed è composto da un collegio di tre membri nominati dai Probiviri di **ASSOBIRRA** e scelti tra esperti di diritto, di consumerismo e di comunicazione. L'esperto di diritto (avvocato e/o professore universitario in discipline giuridiche) assume la carica di Presidente, l'esperto in comunicazione assume la carica di Relatore, l'esperto di consumerismo è il Terzo Giudice privato. Con gli stessi criteri saranno nominati tre membri supplenti.

I membri del **GIURI'** restano in carica due anni e saranno rieleggibili senza limiti di mandato, ad essi spetta l'emolumento stabilito dall'Assemblea di **ASSOBIRRA**.

#### ART. 10 – SEGRETERIA

La **SEGRETERIA** del **GIURI'** è l'ufficio al quale devono pervenire le segnalazioni dei **CONSUMATORI** relative alle **COMUNICAZIONI COMMERCIALI** della **BIRRA** nonché le richieste di **COPY ADVICE**. La **SEGRETERIA** del **GIURI'**, in caso di segnalazioni dei **CONSUMATORI**, svolge i compiti di ufficio istruzione. L'Ufficio di **SEGRETERIA** è ricoperto da uno dei tre Probiviri effettivi di **ASSOBIRRA**, esperto in discipline giuridiche, coadiuvato da un segretariato. Alla **SEGRETERIA** spetta il corrispettivo di servizio stabilito dall'Assemblea di **ASSOBIRRA**, oltre al rimborso delle spese sostenute per l'espletamento dell'ufficio.

#### ART.11 – PRINCIPI PER IL GIUDIZIO

I membri del **GIURI'** e della **SEGRETERIA** svolgono le loro funzioni secondo il proprio libero convincimento e non in rappresentanza di interessi di categoria. Nell'adempimento dei loro compiti i membri del **GIURI'** e della **SEGRETERIA** sono tenuti ad osservare il massimo riserbo.

#### ART.12- FUNZIONI DEL GIURI'

Il **GIURI'** esamina la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** che gli viene sottoposta dalla **SEGRETERIA** ed entro 10 giorni lavorativi, visti gli eventuali scritti difensivi dell'azienda birraria può:

1) ingiungere all'azienda birraria la cessazione immediata della **COMUNICAZIONE COMMERCIALE**, con avvertenza che in caso di inottemperanza all'**INGIUNZIONE DI DESISTENZA** sarà comminata la **SANZIONE**

oppure

2) ritenere gli scritti difensivi dell'azienda birraria meritevoli di discussione orale avanti a sé da tenersi entro i 10 giorni lavorativi successivi. In sede di discussione orale la **SEGRETERIA** presenterà il caso ed il **CONSUMATORE** e l'azienda birraria interessata potranno esporre le rispettive tesi, anche a mezzo di delegato all'uopo nominato. La decisione sarà assunta motivatamente all'esito della discussione.

#### ART. 13 – FUNZIONI DELLA SEGRETERIA

La **SEGRETERIA**:

a) sottopone in via autonoma al **GIURI**, in seguito a segnalazioni pervenute dai **CONSUMATORI**, la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** a suo parere non conforme alle norme del **CODICE**;

b) può ritenere la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** segnalata dal **CONSUMATORE** non meritevole di censura secondo il **CODICE**, comunicando al **CONSUMATORE** esponente l'archiviazione, con succinta motivazione;

c) può ritenere la segnalazione del **CONSUMATORE** incompleta, chiedendo al **CONSUMATORE** esponente di integrare la documentazione a supporto della segnalazione; con avvertenza che in caso di mancata risposta entro i successivi 10 giorni lavorativi, la segnalazione sarà archiviata;

d) su richiesta di un'associata **ASSOBIRRA**, esprime in via preventiva il proprio parere **COPY ADVICE** circa la conformità della **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** sottopostagli in via definitiva, ma non ancora diffusa, alle norme del **CODICE**.

L'associata **ASSOBIRRA** trasmette per posta elettronica alla **SEGRETERIA** la richiesta di **COPY ADVICE**, accompagnandola con la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** o lo **STORY BOARD** su supporto informatico DVD, DVX o chiavetta USB e con l'indicazione dei tempi per la prevista messa in onda.

La **SEGRETERIA**, sotto il vincolo del segreto professionale, prende in carico la richiesta, dopo averne valutato la completezza e la evade, sempre per posta elettronica, entro 7 giorni lavorativi, con le seguenti modalità:

d.1) approva la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** in questione ed in caso di successiva segnalazione da parte di un **CONSUMATORE** la riterrà non meritevole di censura, salvo il caso in cui detta segnalazione riguardi le modalità di diffusione della **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** (ad esempio: diffusione in programmi destinati ai **MINORI** vedi precedente art. 2.2);

oppure

d.2) rileva profili di violazione al **CODICE** e ingiunge all'azienda richiedente di rimuoverli, con impegno scritto da parte di quest'ultima. La ricezione di tale impegno nei successivi 5 giorni lavorativi da parte della **SEGRETERIA**, comporta l'approvazione della **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** modificata;

oppure

d.3) non approva la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** in questione perché in toto in violazione del **CODICE**. Pertanto, in caso di successiva diffusione la Segreteria effettuerà l'immediata segnalazione al **GIURI'** perché assuma i provvedimenti di sua competenza. L'azienda richiedente, prima della messa in onda, potrà contestare il parere della **SEGRETERIA** avanti al **GIURI'** che, nei 10 giorni lavorativi successivi, riservatamente deciderà in camera di consiglio, con comunicazione della decisione per posta elettronica all'azienda interessata.

Il parere viene espresso sotto riserva della validità e completezza dei dati e delle informazioni fornite dalla parte richiedente. A questa condizione l'approvazione impegna la **SEGRETERIA** a non agire in caso di segnalazione da parte dei **CONSUMATORI**, contro la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** approvata. Le parti nei cui confronti è stato espresso il parere preventivo devono astenersi da ogni utilizzazione del parere medesimo per fini commerciali;

d.4) esprime pareri consultivi su richiesta del Presidente del **GIURI'**.

La **SEGRETERIA** svolge anche l'attività di segreteria per il **GIURI'**.

La **SEGRETERIA** attesta la pendenza di procedimenti avanti il **GIURI'** e su richiesta degli interessati, ne rilascia certificazione scritta.

#### ART. 14 – DISPOSIZIONI COMUNI AL GIURI' E ALLA SEGRETERIA

In qualsiasi momento il **GIURI'** e la **SEGRETERIA** possono richiedere che chi si vale della **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** fornisca documentazioni idonee a consentire l'accertamento della veridicità dei dati, delle descrizioni, affermazioni, illustrazioni o testimonianze usate. Per la valutazione delle documentazioni prodotte il **GIURI'** o la **SEGRETERIA** possono avvalersi dell'opera di esperti.

Salvo quanto disposto nel presente **CODICE**, il **GIURI'** e la **SEGRETERIA** esplicano le loro funzioni senza formalità.

#### ART. 15- SEDE E RIUNIONI

Il **GIURI'** ha sede presso il Presidente o nel luogo da quest'ultimo indicato.

Le riunioni del **GIURI'**, in caso di discussione orale con la presenza delle parti, devono tenersi avanti l'intero collegio e la **SEGRETERIA**.

Le riunioni del **GIURI'**, in camera di consiglio, si tengono presso il Presidente, con la presenza della **SEGRETERIA** ed in collegamento in teleconferenza con supporto informatico con gli altri membri del **GIURI'**.

Il **GIURI'** delibera a maggioranza.

## ART. 16-SEGNALAZIONI ALLA SEGRETERIA

I **CONSUMATORI**, come le loro associazioni, possono gratuitamente segnalare alla **SEGRETERIA** la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** ritenuta non conforme alle norme del **CODICE**.

La parte interessata deve presentare un'istanza scritta alla **SEGRETERIA** a mezzo posta ordinaria o posta elettronica al seguente indirizzo:

Segreteria Giurì Autodisciplina Birra, Via Carlo Freguglia n.10 -20122 - Milano  
[segreteria.giuribirra@assobirra.it](mailto:segreteria.giuribirra@assobirra.it)

indicando la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** che intende sottoporre all'esame del **GIURI'**, esponendo le proprie ragioni e allegando la relativa documentazione cartacea o fotografica, nel caso di **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** a mezzo stampa, pubbliche affissioni o attività promozionali effettuate nel **PUNTO VENDITA**.

In caso di **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** a mezzo televisione, radio, cinema, internet, la parte interessata dovrà indicare il giorno, l'ora, il luogo e il mezzo attraverso il quale è stata diffusa la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE**, oggetto di segnalazione. In tale evenienza la **SEGRETERIA** chiederà all'azienda birraria associata **ASSOBIRRA**, che ha effettuato la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE**, di farle pervenire, entro 2 giorni lavorativi, la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** su supporto informatico DVD, DVX o chiavetta USB.

La **SEGRETERIA**, secondo quanto indicato nel precedente articolo 13, una volta ricevuta la segnalazione dal **CONSUMATORE**, accompagnata, nei casi sopra previsti, dalla **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** su supporto DVD, DVX o chiavetta USB trasmessa dall'azienda birraria, potrà, entro 5 giorni lavorativi dalla ricezione della segnalazione:

a) accogliere la segnalazione, trasmettendola con il relativo supporto informatico al **GIURI'**, accompagnata da una breve relazione, informando il **CONSUMATORE** esponente dell'avvenuta trasmissione al **GIURI'** e comunicando all'azienda birraria associata **ASSOBIRRA** l'apertura della procedura, con invito a trasmettere al **GIURI'** gli eventuali scritti difensivi nei successivi 5 giorni lavorativi;

oppure

b) ritenere sommariamente che tale segnalazione non sia meritevole di censura secondo il **CODICE**, comunicando al **CONSUMATORE** esponente l'archiviazione, con succinta motivazione; soprattutto nel caso dei pareri preventivi con esito positivo **COPY ADVICE** resi dalla **SEGRETERIA**, come indicato alla lettera d) del precedente articolo 13.

oppure

c) ritenere detta segnalazione incompleta, chiedendo al **CONSUMATORE** esponente di integrare la documentazione a supporto della segnalazione; con avviso che in caso di mancata risposta entro i successivi 10 giorni lavorativi, la segnalazione sarà archiviata.

Nel caso in cui l'azienda birraria associata **ASSOBIRRA** non ottemperasse, nel termine, alla richiesta di invio su supporto informatico della **COMUNICAZIONE COMMERCIALE**, oggetto di segnalazione da parte del **CONSUMATORE**, la **SEGRETERIA** potrà chiedere al **GIURI'** di comminare a detta azienda l'**INGIUNZIONE DI DESISTENZA**

#### ART. 17 – PROCEDIMENTO AVANTI IL GIURI'

Ricevuta la segnalazione dalla **SEGRETERIA**, in conformità alla lettera a) dell'art. 16, il Presidente del **GIURI'** la trasmette al Relatore, come indicato nel precedente articolo 9, accompagnata dagli scritti difensivi dell'azienda birraria ed eventualmente nomina un **C.T.U.**. Indi il **GIURI'** procede secondo quanto previsto nell'art. 12 e con le modalità previste dall'art. 15.

Avanti al **GIURI'** le parti possono farsi assistere e rappresentare da legali e **C.P.**

In caso di discussione orale, il **GIURI'** al termine della stessa si ritira in camera di consiglio ed invita, occorrendo, il **C.T.U.** eventualmente designato a partecipare, senza diritto di voto.

Il **GIURI'** emette la sua decisione, deliberata ai sensi dell'art. 15, comunicando immediatamente il dispositivo alle parti. Quando la decisione stabilisce l'**INGIUNZIONE DI DESISTENZA** della **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** ritenuta non conforme alle norme del **CODICE**, il **GIURI'**, oltre alla condanna alle spese di giudizio, dispone che le parti interessate desistano dalla stessa entro 5 giorni lavorativi per quanto riguarda la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** veicolata a mezzo TV, radio, cinema e internet ed entro 10 giorni lavorativi per quella veicolata a mezzo stampa, pubbliche affissioni od oggetto di operazioni promozionali nel **PUNTO VENDITA**. Nel caso in cui oggetto dell'**INGIUNZIONE DI DESISTENZA** sia la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE** contenuta nell'imballaggio, confezione o etichetta della **BIRRA**, il termine di desistenza è di 30 giorni lavorativi. Eventualmente prorogabile a 180 giorni lavorativi, in caso di impegno dell'azienda birraria associata **ASSOBIRRA** ad adottare, entro 20 giorni lavorativi dalla ricezione dell'**INGIUNZIONE DI DESISTENZA**, idonei strumenti comunicativi per il consumatore, depositandone copia alla **SEGRETERIA**.

In caso di inosservanza dell'**INGIUNZIONE DI DESISTENZA**, il **GIURI'**, fermo l'obbligo di desistenza, applica la sanzione pecuniaria, sotto forma di contributo obbligatorio da un minimo di €1.000,00 ad un massimo di €10.000,00 a favore della ricerca scientifica, con finalità di prevenzione ed educazione sui temi del consumo responsabile dell'alcol e la pubblicazione della decisione sul sito riservato di **ASSOBIRRA**, nonché la condanna alle spese di giudizio.

Nel più breve termine il **GIURI'** deposita la pronuncia presso la **SEGRETERIA**, che ne trasmette copia alle parti e agli enti interessati.

Le decisioni del **GIURI'** sono definitive e saranno menzionate nella **RELAZIONE ANNUALE**.

## ART.18- EFFETTO VINCOLANTE DELLE DECISIONI DEL GIURI'

Le **AGENZIE** e i **PUNTI VENDITA**, attraverso i quali viene divulgata la **COMUNICAZIONE COMMERCIALE**, che hanno accettato il **CODICE** attraverso la **CLAUSOLA DI ACCETTAZIONE**, ancorché non siano stati parte nel procedimento avanti al **GIURI'**, sono tenuti ad osservarne le decisioni.

### **TITOLO III**

#### **TARIFFE**

## ART. 19- TARIFFE DEI SERVIZI AUTODISCIPLINARI

- Procedimento avanti al **GIURI'** in camera di consiglio: € 3.500,00 + IVA
- Procedimento avanti al **GIURI'** con discussione orale: € 4.500,00 + IVA
- **COPY ADVICE**: € 900,00 + T.F. 12,5% + C.P.A. 4% + IVA

### **TITOLO IV**

#### **MODIFICHE**

## ART.20- MODIFICHE

Il presente **CODICE** potrà essere modificato in tutto o in parte con deliberazione del **GIURI'** assunta all'unanimità.

Le modifiche entreranno in vigore allo scadere del novantesimo giorno dalla deliberazione del **GIURI'**, con pubblicazione sul sito **ASSOBIRRA** e diffusione alle singole associate **ASSOBIRRA**.