

C.E.C.C.A.R.

NORME nr. 1484 din 5 februarie 2009  
privind publicitatea în cadrul Corpului Experților Contabili  
și Contabililor Autorizați din România

Pentru ca în exercitarea profesiei de expert contabil și de contabil autorizat să fie respectate prevederile **Codului etic național al profesioniștilor contabili** și pentru a se evita concurența neloială între membrii Corpului Experților Contabili și Contabililor Autorizați din România, denumit în continuare Corpul, se emit prezentele Norme privind publicitatea.

**I. Dispoziții generale**

Art. 1. - **Termenii utilizați în prezentele norme au următoarea semnificație:**

a) prin „publicitate“ se înțelege a face cunoscut publicului informații asupra serviciilor oferite sau asupra calificărilor pe care le posedă un profesionist contabil, în scopul obținerii de lucrări.

b) termenul de „profesionist“ se referă la experții contabili și contabilii autorizați care își exercită profesiunea cu titlu personal, individual sau în cadrul unei societăți de profil, **precum și la societățile de expertiză contabilă sau de contabilitate**, care sunt cuprinși în Tabloul Corpului, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, sau sunt înscriși în **alte evidențe ale Corpului**.

c) prin „reclamă“ se înțelege răspândirea de informații elogioase despre cineva, cu scopul de a-i crea renume sau popularitate.

d) prin „anunț“ se înțelege comunicarea către public a unor fapte **privind un profesionist contabil, care nu sunt destinate pentru promovarea acestui profesionist sau a societății sale.**

e) „oferta“, directă sau indirectă, este concretizată în demersurile făcute pe lângă un eventual client, în scopul de a-i propune servicii profesionale, mai ales prin deplasarea într-un loc public sau la sediul unei societăți sau agent economic.

**II. Publicitatea personală**

Art. 2. - Membrii Corpului pot afișa la ușa sau pe cutia poștală din holul blocului unde își au domiciliul, o placă cuprinzând: numele, prenumele, calificarea profesională - expert contabil sau contabil autorizat - și mențiunea filialei de care aparțin, excluzând orice reclamă sau indicație cu alură comercială ori prezentând un interes publicitar.

Art. 3. - Orice altă publicitate personală a profesioniștilor contabili este interzisă, cu excepția ofertelor pentru participarea la licitațiile organizate potrivit normelor legale în vigoare.

Art. 4. - Experții contabili sau contabilii autorizați pot asocia numelor lor titlurile științifice recunoscute oficial (universitar, științific), precum și distincțiile onorifice recunoscute la nivel național.

Art. 5. - Experții contabili sau contabilii autorizați investiți cu mandate administrative sau funcții onorifice nu trebuie să le utilizeze pentru atragerea de clientelă.

Art. 6. - Orice informație sau publicitate, atunci când este autorizată, trebuie să fie veridică, loială și formulată corect, obiectiv.

### **III. Publicitatea societăților de expertiză contabilă și de contabilitate**

Art. 7. - Societățile de expertiză contabilă și de contabilitate pot instala la sediu, respectiv locul desfășurării activității, firme care să conțină exclusiv datele cerute de reglementările legale, respectiv: denumirea, scopul societății, numărul de înmatriculare la registrul comerțului, respectiv autorizația de funcționare, numărul de înregistrare în Tabloul Corpului.

Art. 8. - Emblema Corpului nu poate fi înscrisă pe firmă fără autorizarea prealabilă a Corpului.

Art. 9. - **Societățile de expertiză contabilă și de contabilitate** pot remite beneficiarilor o listă a lucrărilor și serviciilor pe care sunt în măsură să le ofere.

Art. 10. - Se pot tipări sau înregistra, după caz, broșuri, pliante, casete video, dischete, CD-uri și alte forme asemănătoare de prezentare a **societății de expertiză contabilă și de contabilitate**, care pot fi distribuite beneficiarilor, studenților sau candidaților la un post oferit de acestea. Aceste materiale vor cuprinde numai informații despre: istoricul societății, lucrările executate, denumirea clienților, modalitatea de recrutare, formarea și evoluția în carieră a membrilor cabinetului sau ai societății, inclusiv fotografiile acestora, adresă, program de activitate, telefon, fax, fără însă a face aprecieri cu privire la calitatea lucrărilor prin elemente de comparație cu alți membri ai Corpului.

### **IV. Termeni și condiții pentru utilizarea logo-ului (siglei) CECCAR**

Art. 11. - Logo-ul (sigla) Corpului este marca înregistrată la OSIM sub numărul 37729 și conține caracteristici, dimensiuni și culori stas.

Art. 12. - Logo-ul Corpului nu poate fi modificat în nici un fel - inclusiv proporții, culori, elemente componente - și nu poate fi supus nici unei transformări, animații sau oricărui alt proces.

Art. 13. - Membrii Corpului pot folosi logo-ul pe hârtia cu antet destinată corespondenței, cu aprobarea Biroului Permanent al Consiliului superior al Corpului Cererile în acest sens se depun la filialele de domiciliu

care le transmit Secretariatului General al Corpului împreună cu un raport care atestă faptul că membrii solicitanți sunt la zi cu obligațiile față de Corp și nu au fost sancționați disciplinar.

**Art. 14. - (1) Folosirea logo-ului pe hârtia cu antet se face numai împreună cu expresia «Aviz nr. ....../Autorizația nr. ....../înscrisă sub sigla Corpului. »**

**(2) Autorizația cuprinde condițiile de folosire a logo-ului și se eliberează de Direcția Informatică Tablou pe baza aprobării Biroului Permanent al Consiliului superior al Corpului.**

**(3) Numărul autorizației de folosire a logo-ului nu reprezintă numărul autorizației de funcționare sau numărul carnetului de membru care se eliberează o singură dată la înscrierea în Corp.**

**Art. 15. - Logo-ul nu poate fi folosit pe site-uri care discreditează numele Corpului, produse sau servicii ale Corpului, aduc pagube proprietății intelectuale sau altor drepturi ale Corpului, sau încalcă legile în vigoare în România sau în alte state. Logo-ul nu poate fi folosit în asociere cu materiale sau informații care sunt imorale sau se îndepartează de "bunul simț" și de valorile morale pe care Corpul le promovează.**

**Art. 16. - Logo-ul poate fi folosit doar de o manieră demnă de încredere și poate fi asociat doar cu informații credibile și verificabile.**

**Art. 17. - Logo-ul nu poate fi folosit pentru a sugera relații cu Corpul, acorduri sau sponsorizări fără bază legală.**

**Art. 18. - Corpul își rezervă dreptul de a retrage autorizarea de utilizare a logo-ului pentru a se asigura de folosirea lui corectă, în concordanță cu politica sa.**

**Art. 19. - (1) Corpul nu oferă niciun fel de garanții în ceea ce privește folosirea logo-ului și nu poate fi implicată în niciun fel în procese generate de utilizarea sa fără respectarea acestor reguli.**

**(2) Corpul nu este de acord cu nicio utilizare neautorizată a logo-ului și își rezervă dreptul de a lua măsuri legale împotriva oricărei părți care, printr-o astfel de utilizare, a adus prejudicii Corpului.**

**Art. 20. - (1) Logo-ul nu poate fi folosit într-o manieră care îl pune într-o lumină defavorabilă pe nici un site.**

**(2) Logo-ul nu poate fi prezentat cu dimensiuni mici, încât elementele componente să-și piardă identitatea. Logo-ul Corpului are dimensiunea, culoarea și forma aprobată prin marca înregistrată la OSIM. Acestea sunt cunoscute doar de Corp și pot fi folosite doar în urma obținerii aprobării de către Biroul Permanent al Consiliului superior al Corpului.**

#### **IV. Publicitatea pentru membri**

**Art. 21. - Filialele Corpului au obligația să asigure, în limitele fondurilor alocate prin buget dar nu mai puțin de o acțiune pe lună,**

**publicitatea colectivă pentru membri, în general, fără nominalizări, fără discriminări făcând trimitere doar la calitatea profesională „expert contabil” sau „contabil autorizat” urmată de mențiunea „membru C.E.C.C.A.R.”, ca de exemplu: „Nu știți cum să ieșiți din criză? Adresați-vă unui expert contabil – membru C.E.C.C.A.R.”.**

**Art. 22. - Publicitatea pentru membri se realizează sub responsabilitatea directorului executiv al filialei.**

**Art. 23. - Direcția de comunicare îndrumă și controlează filialele Corpului în legătură cu organizarea, angajarea și efectuarea publicității pentru membri, semnalând conducerii Corpului orice abatere de la reglementările profesionale și etice ale Corpului.**

## V. Alte prevederi

Art. 24. - Anunțurile sunt interzise, cu excepția:

a) anunțurilor în presă pentru angajare de colaboratori, precum și în publicațiile destinate studenților, care sunt autorizate sub rezerva ca ele să nu servească drept pretext pentru reclamă și să nu contravină regulilor de etică profesională, trebuind să îndeplinească următoarele caracteristici:

1. să aibă un caracter sobru și informativ în legătură cu postul în discuție;
2. să respecte un format corespunzător pentru fiecare anunț, similar cu cel mai frecvent format utilizat în rubricile de oferte de serviciu, dar nu mai mare decât un format de 30 x 40 mm, conform uzanțelor internaționale;
3. să folosească pentru denumirea (emblema) cabinetului caractere tipografice care să nu fie de mărimi superioare celor folosite pentru descrierea postului pentru care este făcut anunțul;
4. să evite orice repetare fără legătură cu recrutarea urmărită.

b) inserarea în presa locală a unor avize informând publicul despre prima deschidere de cabinet sau schimbare de adresă, indicându-se numai: numele și prenumele, adresa, numărul de telefon și orele de primire; acest anunț trebuie să aibă un caracter discret;

c) inserările în cărți de telefon, cataloage de firme etc. sunt autorizate cu condiția de a fi limitate la indicarea numelui și prenumelui, adresei, numărului de telefon și profesiei, respectiv la singurele informații necesare utilizatorului pentru a contacta cabinetul.

Art. 25. – Publicitatea efectuată prin publicații și interviuri trebuie să se realizeze respectând următoarele precizări:

a) când un profesionist, persoană fizică, scrie o carte sau un articol despre un subiect privind profesia (de expert contabil sau contabil autorizat), el poate menționa calificările sale profesionale;

b) prevederile art. 24 lit. a) și b) sunt aplicate și în cazul participării profesionistului la un interviu reprodus și difuzat prin orice suport sau la o emisiune de radio sau de televiziune referitoare la un subiect de ordin profesional;

totuși, ceea ce scrie sau spune nu trebuie să aibă un caracter promoțional pentru el însuși sau pentru societatea căreia îi aparține; el trebuie să obțină asigurarea că ceea ce va fi comunicat publicului nu contravine acestor exigențe.

## **V. Sanctiuni**

Art. 26. - Nerespectarea prezentelor norme constituie abatere disciplinară și atrage sancționarea disciplinară a persoanelor fizice sau a societăților de profil, în conformitate cu prevederile **Regulamentului de organizare și funcționare a Corpului Expertilor Contabili și Contabililor Autorizați din România, republicat, a Regulamentului Intern al Corpului și a Codului etic național al profesioniștilor contabili, după caz.**

Art. 27. - **Prezentele norme intră în vigoare odată cu aprobarea lor de către Consiliul superior al Corpului, când se abrogă Normele aprobate prin Hotărârea nr. 27/1999 a Consiliului superior al Corpului, cu modificările și completările ulterioare, precum și orice dispoziție contrară.**