

## **CODICE DI COMPORTAMENTO 2024**

### **PREAMBOLO**

Il “Codice di Comportamento della Vendita Diretta” (da qui in avanti indicato come il “Codice”) è elaborato ed adottato dall’Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori (AVEDISCO) al fine di promuovere un alto livello di etica commerciale nel settore delle Vendite Dirette e di garantire che i rapporti fra Aziende, Incaricati alle Vendite, e Consumatori siano basati su fiducia e correttezza.

Le norme del presente Codice forniscono a tutti i professionisti del settore ed agli operatori un insieme di precise regole di comportamento: si tratta non solo di uno strumento di autoregolamentazione internazionale e nazionale, ma anche di un documento di consultazione e di orientamento per il legislatore.

I contenuti del Codice possono anche essere eccedenti rispetto alla normativa in vigore, aggiungendosi ad essa.

Fine ultimo delle disposizioni che seguono è quello di creare consapevolezza sulle responsabilità che competono a tutti coloro che sono impegnati nelle Vendite Dirette, nonché dettare precise regole per una leale competizione fra Aziende membri di AVEDISCO ed allo scopo di disciplinare i rapporti di queste ultime con AVEDISCO medesima.

Tutte le Aziende aderenti ad AVEDISCO si impegnano a richiedere ai propri Incaricati alle Vendite di osservare i principi del Codice e di conseguenza anche i principi dei Codici di Condotta Europei di Seldia.

Con la cessazione della propria appartenenza ad AVEDISCO, l’Azienda in questione non è più vincolata al rispetto del Codice e dei Codici di Condotta Europei. Restano in ogni caso applicabili le disposizioni dei predetti codici in relazione a fatti ed eventi verificatisi all'epoca in cui l’Azienda era associata ad AVEDISCO.

Le previsioni della presente sezione si applicano in via generale rispetto a tutti gli ambiti contemplati dal Codice.

### **SOMMARIO**

<b>1. DISPOSIZIONI COMUNI</b> .....	<b>2</b>
<b>2. RAPPORTI CON I CONSUMATORI</b> .....	<b>5</b>
<b>3. RAPPORTI CON GLI INCARICATI ALLE VENDITE, FRA INCARICATI ALLE VENDITE E FRA AZIENDE</b> .....	<b>8</b>
<b>3.1 RAPPORTI CON GLI INCARICATI ALLE VENDITE</b> .....	<b>8</b>
<b>3.2 RAPPORTI FRA AZIENDE E FRA INCARICATI ALLE VENDITE</b> .....	<b>12</b>
<b>4. APPLICAZIONE DEL CODICE</b> .....	<b>12</b>
<b>5. SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI</b> .....	<b>15</b>

## **SEZIONE 1 – DISPOSIZIONI COMUNI**

### **1.1 Scopo**

Il Codice AVEDISCO regola i rapporti e le relazioni fra:

- 1) le Imprese di Vendita Diretta e i loro Incaricati alle Vendite;
- 2) le Imprese di Vendita Diretta e i Consumatori;
- 3) le Imprese di Vendita Diretta;
- 4) gli Incaricati alle Vendite.

### **1.2 Obiettivi**

Il Codice ha la finalità di perseguire:

- (i) la soddisfazione e la tutela del Consumatore;
- (ii) la soddisfazione e la tutela degli Incaricati alle Vendite;
- (iii) la promozione di leale competizione nel quadro della libertà di impresa;
- (iv) il potenziamento della immagine pubblica della Vendita Diretta, che consiste nel commercializzare prodotti e servizi di qualità a condizioni e con termini corretti per il Consumatore.

Il Codice contiene principi di condotta etica per le Imprese di Vendita Diretta e per gli Incaricati alle Vendite.

Le Imprese e gli Incaricati alle Vendite sono tenuti al rispetto delle norme di legge, e conseguentemente il Codice non ripropone quelli che già sono obblighi previsti da tali norme. Scopo del Codice è quello di rendere evidenti gli standard del settore.

### **1.3 Definizioni**

Ai fini del presente Codice i termini:

1. “**Vendita Diretta**” indica quelle forme speciali di vendita fondate sulla presentazione o dimostrazione e offerta di prodotti al Consumatore -sia in presenza fisica che con modalità digitale- da parte di Imprese per il tramite di “Incaricati alle Vendite”. Tali vendite sono effettuate al di fuori dai locali commerciali, tipicamente nell’abitazione del Consumatore o nei locali nei quali il Consumatore si trova, anche temporaneamente, per motivi personali, di lavoro, di studio, di intrattenimento o di svago.
2. “**Incaricato alle Vendite**” indica qualsiasi persona fisica che faccia parte del sistema distributivo di un’Impresa di Vendita Diretta e che, direttamente o indirettamente, intermedia le vendite, promuova o collabori alla vendita dei prodotti o dei servizi di tale Impresa. All’Incaricato alle Vendite può essere consentito reclutare altri Incaricati. L’Incaricato può svolgere l’attività in forma autonoma, sia occasionale che abituale, o in forza di un mandato di agenzia o come lavoratore subordinato.
3. “**Consumatore**” indica qualsiasi individuo che acquisti prodotti o servizi per uso o consumo privato e comunque per scopi estranei alla sua occupazione, attività o professione.
4. “**Sistema Distributivo**” indica qualsiasi organizzazione e metodo finalizzato alla commercializzazione dei prodotti o dei servizi nell’ambito della Vendita Diretta.

5. “**Prodotto**” indica qualsiasi bene, materiale o immateriale, o servizio.
6. “**Associazione della Vendita Diretta (DSA)**” – AVEDISCO in Italia- indica la Associazione delle Imprese di Vendita Diretta in rappresentanza di tale settore nell’ambito del Paese Europeo di appartenenza e che sia associata alla Associazione Europea di Vendita Diretta (Seldia).
7. “**Società di Vendita Diretta**” o “Società” o “Azienda” o “Impresa” indica qualsiasi Impresa che commercializza prodotti e/o servizi a marchio proprio od altrui o recanti altro marchio/simbolo/logo identificativo tramite un sistema distributivo basato sulla Vendita Diretta e che sia associata all’Associazione nazionale del Paese di appartenenza.
8. “**Vendite Party**” indica la Vendita Diretta rivolta ad un gruppo di Consumatori invitati da un ospite a tale scopo.
9. “**Modulo d’ordine**” indica il documento stampato o compilato contenente i dettagli dell’ordine del Consumatore rilasciato al medesimo. In caso di vendita a mezzo internet, il documento che riporta i termini della offerta e dell’acquisto deve essere fornito su supporto durevole.
10. “**Guadagni**” indica qualsiasi corrispettivo conseguito da un Incaricato alle Vendite, sotto forma di provvigioni, fisse o variabili, dirette ed indirette, premi di vendita, bonus o di altri compensi e/o di natura economica.
11. “**Strumenti di vendita**” indica i beni/strumenti o servizi finalizzati ad aiutare gli Incaricati alle Vendite nella conduzione e nello sviluppo della loro attività. Tali strumenti sono venduti o forniti gratuitamente agli Incaricati che non possono rivenderli ai Consumatori.
12. “**Esborso**” indica qualsiasi pagamento in contanti o qualsiasi corrispettivo versato per l’acquisto di strumenti di vendita; e ciò sia nel caso in cui venga effettuato da un Incaricato una tantum al momento in cui entri a far parte del sistema distributivo di una Impresa di Vendita Diretta, sia ove sia eventualmente previsto su base periodica.
13. “**Reclutamento**” indica l’insieme delle attività svolte allo scopo di offrire ad una persona l’opportunità di diventare Incaricato alle Vendite.
14. “**Amministratore del Codice**” indica una persona od un organismo indipendente nominato dalla Associazione nazionale per verificare il rispetto del Codice da parte delle Imprese aderenti e per risolvere eventuali controversie.
15. “**Responsabile del Codice**” indica una persona od un organismo indipendente nominato da una Impresa membro di Seldia o candidata membro per favorire il rispetto del Codice della Associazione nazionale di appartenenza e conseguentemente del Codice Europeo di Condotta.
16. “**Amministratore del Codice Europeo**” indica l’organismo nominato da Seldia competente a giudicare circa i reclami presentati da parte di Consumatori o Incaricati alle Vendite o Società di Vendita Diretta od Organizzazioni dei Consumatori sulle materie che ricadono nella competenza di questi Codici.

#### 1.4 Associazioni

L’Associazione nazionale quale condizione per l’ammissione e il mantenimento della qualità di membro della Associazione europea della Vendita Diretta - Seldia, adotta un Codice di Condotta che prevede e rispecchia i contenuti del Codice europeo Seldia.

## **1.5 Imprese**

Le Imprese aderenti ad AVEDISCO s'impegnano ad attenersi al Codice nazionale quale condizione per la loro ammissione e permanenza nell'Associazione. Ogni membro è tenuto inoltre a divulgare al pubblico sia la loro affiliazione all'Associazione oltre che a divulgare i contenuti del Codice.

I membri di Seldia si impegnano al rispetto dei Codici quale requisito per l'ammissione ed il mantenimento della qualità di membri di Seldia e nello svolgimento delle attività di Vendita Diretta all'interno di un Paese rientrante nello Spazio Economico Europeo (EEA): (a) nel quale non sia presente alcuna Associazione di Vendita Diretta nazionale; (b) nel ovvero, l'Associazione di Vendita Diretta nazionale non sia associata a Seldia.

Nella ipotesi in cui le disposizioni del Codice di una Associazione nazionale del Paese in questione, che non sia membro di Seldia, siano in conflitto con le disposizioni dei Codici, le disposizioni del Codice nazionale prevarranno su quelle dei Codici.

## **1.6 Incaricati alle Vendite**

Le Imprese aderenti richiederanno ai loro Incaricati di rispettare il Codice o regole di condotta che rispettino i principi del Codice stesso, quale condizione per far parte dei sistemi distributivi delle Imprese stesse. A tal fine le Imprese si impegnano a divulgare i contenuti del Codice nelle forme che riterranno più opportune.

## **1.7 Autoregolamentazione**

Il Codice è una misura di autoregolamentazione riguardante il settore delle Vendite Dirette. Non trattandosi di una norma di Legge, gli obblighi in esso previsti possono richiedere un livello di condotta etica superiore a quello prescritto dalla legislazione vigente applicabile. L'inosservanza del Codice non comporta una responsabilità di natura civilistica in capo al trasgressore. Alla cessazione dell'appartenenza ad AVEDISCO, l'Impresa non sarà più soggetta al Codice, le cui norme continueranno a trovare applicazione in relazione ai fatti e/o agli eventi verificatesi al tempo in cui l'impresa era associata.

## **1.8 Leggi nazionali**

Imprese ed Incaricati alle Vendite sono tenuti al rispetto integrale delle previsioni della legislazione di ogni Paese nel quale si trovino ad operare.

Il Codice stabilisce principi di comportamento etico per le Imprese di Vendita Diretta ed i loro Incaricati alle Vendite e potrà essere modificato per conformarsi alle previsioni di legge di futura introduzione.

## **1.9 Extraterritorialità**

Ciascuna Associazione nazionale è impegnata, nel caso di attività di Vendita Diretta svolte al di fuori del Paese, a richiedere ad ogni associato, come condizione per l'ammissione e la permanenza nella medesima, il rispetto del Codice Europeo di Comportamento, nel caso di attività di Vendita Diretta all'interno dello Spazio Economico Europeo (SEE o EEA), o del Codice Mondiale di Condotta WFDSA (Federazione Mondiale delle Associazioni di Vendita Diretta) nel caso di attività svolta all'esterno del SEE/EEA, a meno che tali attività ricadano sotto la giurisdizione del Codice di Condotta di una Associazione affiliata Seldia o WFDSA di altro Paese e di cui tale associato sia membro.

Nel caso in cui nei confronti di una Impresa venga proposto un reclamo sulla base del Codice di una Associazione di un Paese della quale non sia associata, la stessa dovrà accettare la giurisdizione dell'Amministratore del Codice nel suo Paese di origine (o se la Impresa non è associata nel suo Paese di origine, del Paese in cui è membro della associazione locale) e dovrà farsi carico dei ragionevoli costi sostenuti dall'Amministratore del Codice del Paese di origine connessi alla trattazione e risoluzione del reclamo.

Inoltre, l'Amministratore del Codice del Paese d'origine potrà coordinarsi con l'Amministratore del Codice (se esistente) del Paese del ricorso e, nel valutare il reclamo sottoposto, applicare, in ordine di priorità:

- (I) gli standard del Codice Etico nel Paese in cui è stato presentato il reclamo, o
- (II) gli standard del Codice Etico nel Paese di appartenenza della Impresa in questione, o
- (III) almeno le norme stabilite nel Codice di Condotta Europeo di Seldia o in quello Mondiale della WFDSA, laddove applicabili.

## **SEZIONE 2 - RAPPORTI CON I CONSUMATORI**

### **2.1 Pratiche vietate**

Le Imprese ed i loro Incaricati si impegnano a svolgere la propria attività commerciale e promozionale attenendosi al rispetto dei principi di correttezza e trasparenza: non devono quindi usare, nei confronti dei Consumatori, pratiche di vendita aggressive, ingannevoli o sleali.

### **2.2 Identificazione**

Fin dall'inizio del contatto con un Consumatore, gli Incaricati, senza che sia richiesto, devono identificare, in maniera chiara e trasparente: se stessi, la propria Impresa, la natura del prodotto e/o servizio venduto e spiegare lo scopo dell'incontro.

Il tesserino di riconoscimento rilasciato dall'Impresa, a norma di Legge, dopo comunicazione all'autorità di Pubblica Sicurezza, dovrà sempre essere esposto in modo ben visibile dagli Incaricati alle Vendite.

### **2.3 Presentazione e dimostrazione**

Gli Incaricati alle Vendite dovranno fornire ai Consumatori spiegazioni e dimostrazioni precise e complete circa:

- a. le caratteristiche del prodotto;
- b. il prezzo, inclusi, se previsti, listini prezzi personalizzati;
- c. i termini del credito
- d. le modalità di pagamento;
- e. il diritto di recesso;
- f. le politiche di reso;
- g. i termini di garanzia applicabili;
- h. il servizio post-vendita;
- i. i tempi di consegna.

Gli Incaricati alle Vendite forniranno risposte accurate e comprensibili a tutte le domande dei Consumatori. Tenuto conto che le dichiarazioni sulle caratteristiche e prestazioni del prodotto commercializzato devono rispecchiarne l'effettiva efficacia, gli Incaricati potranno utilizzare soltanto le affermazioni (inclusi i "claims") siano esse verbali o scritte, autorizzate dalla Società.

## **2.4 Modulo d'ordine**

Nel caso di una vendita effettuata “in presenza” del Consumatore (face-to-face) deve essere consegnata o messa a disposizione, antecedentemente o al momento stesso della conclusione della vendita, copia cartacea del relativo modulo d'ordine, ovvero se il Consumatore vi acconsente, il modulo d'ordine potrà essere messo a disposizione su altro supporto durevole (ad esempio in formato stampabile o scaricabile via Internet). Nel caso di una vendita effettuata “non in presenza” del Consumatore, non è richiesto il formato cartaceo del modulo d'ordine, ma quest'ultimo deve essere messo a disposizione su supporto durevole.

Il modulo d'ordine deve identificare l'Impresa e l'Incaricato alle Vendite e fornire al Consumatore i dati (anche di contatto) completi dell'Impresa e, laddove richiesto dalla normativa, dell'Incaricato oltre ai termini ed alle condizioni di vendita applicabili.

## **2.5 Diritto di Ripensamento e restituzione dei beni**

Le Imprese devono assicurarsi che ogni modulo d'ordine, contenga alternativamente:

- (a) una clausola di recesso che permetta al Consumatore di annullare il contratto entro un termine di tempo non inferiore a quello di legge, ottenendo il rimborso di quanto eventualmente versato o corrisposto a qualsiasi titolo; oppure
- (b) indichi esplicitamente al Consumatore che con riferimento al ripensamento viene garantito un periodo di durata superiore a quello previsto per legge, ove questo sia il caso; o
- (c) l'informazione sulla non applicabilità del diritto di recesso, quando sia legalmente prevista tale non applicabilità.

Le Imprese che offrono il diritto incondizionato di restituzione del prodotto devono esplicitare questa garanzia per iscritto.

## **2.6 Garanzia e servizio post-vendita**

Sul modulo d'ordine devono essere chiaramente esposti i termini e la durata della garanzia legale di conformità, di eventuali garanzie addizionali, nonché i termini del servizio di assistenza post-vendita previsto, il nome e l'indirizzo di chi presta la garanzia e le iniziative che l'acquirente può porre in essere.

## **2.7 Comunicazioni commerciali**

Imprese e Incaricati alle Vendite dovranno porre in essere tutte le necessarie iniziative al fine di assicurare che le forme di pubblicità e comunicazioni marketing e commerciali, comprese quelle digitali o pubblicate sui social media, rispettino le disposizioni di legge e regolamentari applicabili nonché il presente Codice, l'International Chamber of Commerce Marketing Code ed i codici di autoregolamentazione pubblicitaria in vigore nei singoli Paesi.

Le comunicazioni marketing e commerciali non devono contenere descrizioni, affermazioni o illustrazioni del prodotto e/o dei servizi promossi che siano non veritiere, inaccurate o ingannevoli o, comunque, in altro modo non corrette. Tali comunicazioni devono essere facilmente riconoscibili quali comunicazioni marketing e commerciali ed indicare in maniera chiara ed espresa le finalità delle stesse.

Le Imprese associate dovranno porre in essere ogni e più opportuna iniziativa finalizzata a garantire che le comunicazioni di marketing e commerciali, nonché i materiali da esse realizzati, ovvero realizzati da terzi -ivi inclusi gli Incaricati alle Vendite- rispettino tali siffatti requisiti.

Nel materiale promozionale andranno indicati il nome ed i riferimenti per contattare l'Impresa associata, e potranno essere indicati anche i contatti dell'Incaricato alle Vendite in questione.

## **2.8 Testimonianze e recensioni**

Le Imprese e gli Incaricati alle Vendite non utilizzeranno testimonianze o recensioni che non siano stati autorizzati, non siano veritieri o siano superati od in qualsiasi altra maniera non più validi, ovvero ancora non riferiti all'offerta od utilizzati in modo da poter fuorviare il Consumatore, o che siano stati ottenuti a pagamento dalla Società o dall'Incaricato alle Vendite, senza dichiararlo esplicitamente.

Imprese e Incaricati alle Vendite che utilizzino o divulgino opinioni (incluse testimonianze e recensioni) di Consumatori dovranno garantirne la effettiva provenienza da parte di individui che abbiano realmente acquistato e/o utilizzato il prodotto in questione, dando prova di tale acquisto e/o utilizzo.

## **2.9 Paragoni e denigrazioni**

Le Imprese e gli Incaricati devono astenersi dal porre in essere paragoni che possano risultare fuorvianti o che siano incompatibili con i principi della correttezza e leale concorrenza. Eventuali aspetti che formino oggetto di paragone devono essere individuati e selezionati dalle Imprese e dagli Incaricati secondo criteri di correttezza e buona fede; inoltre, tali paragoni devono fondarsi su circostanze/elementi che possano essere provati e dimostrabili secondo quanto previsto dalla vigente normativa in materia di pubblicità comparativa. Le Imprese e gli Incaricati non devono denigrare altre Imprese od altri prodotti e servizi né direttamente né implicitamente. Le Imprese e gli Incaricati non devono approfittarsi disonestamente del buon nome di cui godono il marchio e i simboli di un'altra Impresa o di un altro prodotto.

## **2.10 Rispetto della Privacy**

I contatti personali, telefonici o per via elettronica devono avvenire, oltre che nel rispetto delle norme di legge applicabili, con modalità ed in orari tali da evitare che risultino invadenti.

Se un Consumatore lo richiede, l'Incaricato deve interrompere la dimostrazione e/o la presentazione del prodotto o servizio.

Sia l'Impresa che l'Incaricato alle Vendite, in quanto responsabili del trattamento, sono tenuti a garantire la protezione dei dati personali raccolti presso i Consumatori e nel rispetto della normativa Europea in materia.

## **2.11 Correttezza**

Gli Incaricati non devono abusare della fiducia del singolo Consumatore, né trarre vantaggio dalla mancanza di esperienza commerciale del Consumatore medesimo e non devono approfittarsi della loro età, e/o dello stato di salute, e/o della mancanza di comprensione della materia ovvero ancora della scarsa conoscenza della lingua utilizzata dagli Incaricati.

## **2.12 Segnalazioni**

Le Imprese e gli Incaricati non devono indurre un Consumatore ad acquistare prodotti in base alla prospettazione che il medesimo potrà ridurre o recuperare, anche solo in parte, l'importo sborsato a titolo di prezzo d'acquisto segnalando altri Consumatori per acquisti simili, se tali riduzioni e/o recuperi, anche solo in parte, dipendono da un evento futuro incerto.

## **2.13 Esecuzione**

Gli ordini di acquisto devono essere evasi il più rapidamente possibile e, in ogni caso, entro 30 giorni dalla conclusione del relativo contratto di vendita, salvo diverso accordo fra le parti.

I Consumatori devono essere informati se le Imprese o gli Incaricati non sono in grado di rispettare il termine di consegna indicato nel contratto anzidetto qualora i prodotti od i servizi oggetto di vendita non siano disponibili.

## **SEZIONE 3 - RAPPORTI CON GLI INCARICATI ALLE VENDITE, FRA GLI INCARICATI ALLE VENDITE E FRA LE AZIENDE**

### **3.1 RAPPORTI CON GLI INCARICATI ALLE VENDITE**

#### **3.1.1 Adesione al Codice**

Le Imprese devono divulgare il contenuto del Codice a tutti i loro Incaricati e devono richiedere, quale condizione per fare parte del sistema distributivo della Azienda, di aderire al Codice ovvero a regole di condotta che soddisfino i principi del Codice stesso.

#### **3.1.2 Reclutamento**

Le Imprese e gli Incaricati non devono servirsi di pratiche di reclutamento aggressive, fuorvianti, ingannevoli o sleali nei rapporti con potenziali od esistenti Incaricati.

#### **3.1.3 Informazioni commerciali**

Le Imprese devono fornire ai loro Incaricati, ed a quelli potenziali, informazioni accurate e complete riguardo all'opportunità offerta, ai diritti ed agli obblighi, nonché ai possibili costi e spese eventualmente derivanti dalla nomina ad Incaricato alle Vendite. Il piano compensi e quello di sviluppo dell'attività devono essere trasparenti, comprensibili e non fuorvianti. Agli aspiranti Incaricati, le Imprese non devono presentare fatti che non possano essere verificati o fare promesse che non possano essere mantenute, né presentare i vantaggi dell'opportunità di vendita in modo aggressivo, mendace o ingannevole.

#### **3.1.4 Guadagni e rendicontazioni**

Le Imprese forniranno agli Incaricati rendicontazioni periodiche riguardanti, a seconda dei casi, volumi di vendita, guadagni, commissioni, bonus, sconti, consegne di prodotti, cancellazioni degli ordini e altri dati relativi all'attività svolta, nei termini contrattualmente previsti. Tutti i compensi dovuti saranno corrisposti al netto delle ritenute di legge.

Anche gli acquisti per uso e/o consumo personali effettuati, in quantità oggettivamente ragionevole, da un Incaricato ovvero dagli Incaricati da esso eventualmente reclutati, potranno costituire base di calcolo di guadagni e di raggiungimento di qualifiche.

Lo sconto del quale l'Incaricato possa fruire nell'ambito degli acquisti personali non dovrà costituire incentivo, per l'Incaricato medesimo, affinché questi rivenda i prodotti e/o i servizi acquistati personalmente.

I guadagni di un Incaricato sono rapportati alle vendite di prodotti, che abbiano avuto regolare esecuzione, direttamente promosse presso i Consumatori nonché promosse da altri Incaricati dal medesimo reclutati, anche in questo caso che abbiano avuto regolare esecuzione.

Gli Incaricati non ricevono compensi per il mero reclutamento ed inserimento di altri incaricati nel sistema di vendita.

### **3.1.5 Prospettazione di guadagni**

Imprese ed Incaricati alle Vendite non devono rappresentare in modo difforme le vendite o i guadagni effettivi o potenziali dei loro Incaricati.

La rappresentazione di guadagni o dei risultati di vendita deve:

- (a) essere veritiera, accurata e presentata con modalità non false, ingannevoli o fuorvianti, e
- (b) avvenire in base a circostanze documentate e comprovate, riferentesi al mercato nazionale di pertinenza.

I potenziali Incaricati alle Vendite devono:

- (a) essere edotti che i guadagni ed i volumi di vendite possano variare da Incaricato a Incaricato e dipendere dalle capacità individuali, nonché dal tempo, dallo sforzo profusi nell'attività e da altri fattori, e
- (b) ricevere informazioni sufficienti per consentire loro una ragionevole valutazione circa i guadagni potenzialmente conseguibili.

Quanto precede potrà comprendere esempi di guadagni basati su criteri oggettivi e chiaramente definiti (quale il tempo settimanalmente dedicato all'attività di vendita) ovvero l'indicazione di fasce media di guadagno per gli Incaricati.

### **3.1.6 Rapporto**

Il rapporto di collaborazione tra l'Incaricato e l'Impresa deve essere provato con un documento scritto che contenga i termini essenziali del rapporto stesso fra l'Incaricato e l'Impresa secondo quanto previsto dalla legislazione applicabile.

Le Imprese devono informare i propri Incaricati degli obblighi sui medesimi incumbenti, inclusa la necessità di ottenere eventuali autorizzazioni, iscrizioni in registri ed albi, imposte e contributi, laddove previsti dalla normativa applicabile.

### **3.1.7 Esborsi**

Le Imprese e gli Incaricati non richiederanno ad Incaricati, o aspiranti tali, se non in misura oggettivamente ragionevole (secondo l'uso locale e non eccedenti quanto eventualmente consentito dalla normativa applicabile in materia), quote di ammissione e/o di rinnovo dell'incarico, corrispettivi per la formazione/training e corrispettivi per l'acquisto di materiali promozionali e/o di ausili di vendita, nonché qualsivoglia onere/importo di partecipazione all'attività di Vendita Diretta ovvero la permanenza nella struttura di vendita.

Non potranno essere richiesti acquisti di quantitativi di prodotti come parte della procedura di adesione, ad eccezione di quanto contenuto nel kit di avvio attività. Ove non vietato dalla legge, potrà essere obbligatoriamente previsto, in base ad un ragionevole valore di mercato, l'acquisto del kit di avvio attività.

Qualsiasi pagamento sostenuto per diventare o rimanere un Incaricato alle Vendite, compresi i pagamenti richiesti per l'acquisto di servizi aggiuntivi offerti dalla Società - es: formazione on-line, eCommerce od altre soluzioni internet, Apps di vendita o shop-on-line, nel caso in cui siano assolutamente indispensabili per lo svolgimento della attività, o nel caso in cui l'Impresa richieda all'Incaricato l'acquisto di tali servizi, ed i relativi costi di spedizione – dovrà essere parametrato al valore di costo per l'Azienda e sarà completamente rimborsabile (al netto di qualsiasi commissione percepita) nel caso in cui l'Incaricato alle Vendite decida di cessare il proprio incarico entro 30 giorni dal pagamento in questione, salve le opportune verifiche.

Gli importi rimborsabili sono esclusivamente quelli pagati dall'Incaricato alle Vendite nei 30 giorni precedenti la cessazione.

Il pagamento di provvigioni sugli esborsi da parte degli Incaricati per essere nominati Incaricati, ovvero per mantenere l'incarico di Incaricati, e che siano, a tutti gli effetti, un compenso per l'attività di reclutamento, è vietato.

### **3.1.8 Non discriminazione e Privacy**

Le opportunità commerciali offerte dalle Società sono aperte ai potenziali Incaricati senza alcuna discriminazione di genere, razza, gruppo etnico, credo religioso, di valori spirituali, o di tendenze politiche. Le Imprese proibiscono per iscritto, qualsiasi tipo di commistione dei summenzionati componenti della vita privata dell'Incaricato con l'attività commerciale da questi svolta.

Le Imprese e gli Incaricati non devono sfruttare a proprio vantaggio elementi della sfera privata, sociale, intellettuale od emotiva di altri Incaricati.

### **3.1.9 Scorte di prodotti e riacquisto**

Le Imprese non devono richiedere né incoraggiare gli Incaricati ad acquistare prodotti in quantitativo tale da creare delle scorte, né imporre acquisti di prodotti. Sarà considerata pratica di reclutamento ingannevole e scorretta, e conseguentemente vietata, per una Impresa o un Incaricato alle Vendite, richiedere od incoraggiare un Incaricato ad ordinare quantitativi irragionevoli di prodotti o strumenti di vendita.

Le Imprese devono adottare chiare ed idonee misure per fare in modo che le provvigioni derivanti dalle proprie down-line siano calcolate su volumi di vendite effettivamente sviluppati da tali down-line.

Fatto salvo il diritto di recesso (punto 3.1.12 che segue), la Società, se richiesta alla data di cessazione dell'incarico, riacquisterà i beni ancora vendibili, i materiali promozionali, gli strumenti di vendita ed il kit di avvio attività eventualmente in possesso dell'Incaricato a tale data.

L'Incaricato riceverà, entro 30 giorni, un minimo del 90% del prezzo originario dei beni integri resi dal medesimo.

La Società potrà trattenere, anche in compensazione, l'ammontare delle provvigioni e dei bonus, nonché di qualsivoglia ulteriore beneficio economico ricevuto dall'Incaricato alle Vendite che sia stato calcolato sull'ordine di acquisto da parte del medesimo che sia stato oggetto di reso.

I termini e le condizioni applicabili al reso di prodotti dovranno essere chiaramente comunicati agli Incaricati da parte della Società.

### **3.1.10 Formazione e addestramento**

Le Imprese devono fornire formazione e addestramento idonei affinché gli Incaricati operino nel rispetto delle vigenti disposizioni di legge oltre che in modo etico e corretto, a tal uopo fornendo informazioni circa le disposizioni di legge applicabili all'attività dell'Incaricato ed i Codici Etici applicabili, nonché circa il settore di mercato di riferimento ed i prodotti e/o i servizi commercializzati dalle Imprese.

La formazione e l'addestramento di cui innanzi potranno essere realizzati mediante riunioni ed incontri, nonché la distribuzione - gratuita od a prezzi ragionevoli - di manuali scritti, guide o materiali audiovisivi.

Le Imprese non dovranno utilizzare la formazione ed addestramento quale fonte di guadagno.

### **3.1.11 Altri materiali**

Le Imprese vietano ai propri Incaricati di mettere a disposizione di altri Incaricati qualsivoglia materiale che non sia approvato dalla Società e non rispetti le politiche e/o le procedure aziendali.

Inoltre, gli Incaricati che offrano materiale promozionale e/o formativo approvato dalla Società ed autorizzato da quest'ultima, in qualsiasi forma, anche elettronico, dovranno:

- (i) utilizzare esclusivamente materiali conformi agli standard riconosciuti ed accettati dall'Impresa;
- (ii) rispettare il divieto di condizionare il reclutamento di altri Incaricati alle Vendite all'acquisto di tale materiale;
- (iii) fornire ausili alla vendita a prezzo equo e ragionevole, senza che vi sia alcun significativo profitto per l'Incaricato, pari, comunque, al prezzo di acquisto di ausili analoghi, disponibili sul mercato;
- (iv) garantire, per tale materiale, condizioni di reso analoghe a quelle praticate dalla Società stessa.

Le Imprese metteranno in atto ogni ragionevole sforzo per garantire che gli ausili di vendita predisposti dagli Incaricati rispettino le previsioni del presente Codice e non siano in alcun modo fuorvianti o ingannevoli.

È vietato erogare corrispettivi agli Incaricati calcolati sui materiali formativi e/o promozionali venduti dai medesimi ad altri Incaricati al fine di diventare e/o continuare ad essere Incaricati, allorquando tale erogazione si configuri, a tutti gli effetti, quale compenso per il reclutamento di altri Incaricati nel sistema di vendita della Società.

### **3.1.12 Diritto di recesso e di rinuncia all'incarico**

L'Incaricato avrà a disposizione un periodo di -almeno- 10 giorni lavorativi dalla data di sottoscrizione del relativo atto d'incarico per poter recedere dall'incarico stesso senza penalità ed obbligo di motivazione. L'Incaricato deve informare per iscritto l'Impresa della sua decisione di recedere dall'accordo.

Ove l'Incaricato abbia esercitato il diritto di recesso, l'Impresa dovrà ritirare tutti i prodotti e gli strumenti di vendita che l'Incaricato abbia eventualmente acquistato dall'Impresa, rimborsando, senza alcun addebito gli importi eventualmente pagati dall'Incaricato. Il rimborso è subordinato all'integrità dei beni e dei materiali restituiti.

Restano, in ogni caso, salve le disposizioni di legge obbligatoriamente applicabili in ipotesi di rinuncia, recesso e cessazione dell'incarico di Incaricato alle Vendite.

### **3.1.13 Principi di comportamento**

Le Imprese e gli Incaricati alle Vendite assicureranno che i contatti con i Clienti e/o con gli altri Incaricati, anche solo potenziali, avvengano con discrezione e in orari adeguati al fine di evitare indebite intrusioni nella vita privata altrui, e nel pieno rispetto delle norme di legge in materia. Gli Incaricati e le Imprese porranno in essere tutte le necessarie azioni e cautele per assicurare la protezione delle informazioni personali fornite dal Consumatore o da altro Incaricato, anche solo potenziali.

## **3.2 RAPPORTI FRA AZIENDE E FRA INCARICATI ALLE VENDITE**

### **3.2.1 Principi**

Le Imprese aderenti ad AVEDISCO e gli Incaricati alle Vendite devono comportarsi lealmente nei confronti degli altri Associati e degli altri Incaricati.

### **3.2.2 Storno**

Le Imprese e gli Incaricati non devono stornare o sollecitare Incaricati di altre Imprese in un modo che sia contrario alle norme nazionali o europee sulla concorrenza sleale o sulle pratiche commerciali sleali.

### **3.2.3 Denigrazione**

Le Imprese non devono denigrare, né consentire ai loro Incaricati alle Vendite di farlo, i prodotti, le vendite, il piano compensi o di sviluppo attività o comunque altri aspetti di qualsiasi altra Impresa.

### **3.2.4 Solidarietà sociale**

Le Imprese si impegnano a fornire in sede associativa tutte le indicazioni utili allo sviluppo delle Vendite Dirette e si adopereranno, nei limiti del possibile e nel rispetto della propria autonomia, ad assumere posizioni comuni di fronte a problemi ed interventi esterni.

I rapporti fra Imprese associate dovranno essere improntati a principi di solidarietà sociali quali:

- la consultazione preventiva per iniziative che possano incidere o interferire con l'attività di altri soci,
- il confronto preventivo, direttamente o tramite l'Associazione, su ogni potenziale causa di dissidio,
- il deferimento a conciliazione e arbitrato, secondo quanto previsto dall'Atto costitutivo e dallo Statuto AVEDISCO, di ogni causa di dissidio che dovesse verificarsi.

## **SEZIONE 4 - APPLICAZIONE DEL CODICE**

### **4.1 Responsabilità dell'Impresa**

L'osservanza del Codice costituisce la primaria responsabilità di ogni Impresa.

Nell'eventualità di infrazioni, le Imprese dovranno porre in essere ogni ragionevole sforzo al fine di risolvere eventuali reclami e contestazioni.

Ogni Azienda associata o candidata tale è tenuta ad individuare una figura interna a cui affidare la vigilanza sull'osservanza del Codice da parte della Impresa stessa ed il compito di interagire con l'Amministratore del Codice.

Tale figura inoltre rappresenterà il punto di riferimento principale all'interno della Azienda per la divulgazione dei principi del Codice Etico AVEDISCO ai propri Incaricati, Collaboratori, Clienti e, in generale, all'esterno.

## **4.2 Responsabilità di AVEDISCO**

AVEDISCO designa al proprio interno un responsabile della gestione delle controversie. AVEDISCO si impegna a compiere ogni ragionevole sforzo per comporre le controversie di volta in volta insorte.

## **4.3 Amministratore del Codice**

AVEDISCO nomina un soggetto o un organismo indipendente in qualità di Amministratore del Codice avente il compito di attivarsi, a seguito di segnalazioni eventualmente pervenute, nei modi e nei termini previsti dal Codice, mediante azioni ritenute appropriate al fine di garantire il rispetto del Codice da parte delle Imprese.

L'Amministratore del Codice, fermo quanto sopra:

- i. monitora con azioni appropriate l'osservanza dei Codici da parte delle Imprese associate;
- ii. interviene per risolvere eventuali lamentele e reclami, da parte di Consumatori e/o Incaricati alle Vendite -che non siano state precedentemente risolte direttamente con l'Impresa- e riguardanti violazioni del Codice, secondo le procedure di composizione fissate da AVEDISCO e riportate nella Sezione 5.
- iii. redige una relazione annuale avente ad oggetto la gestione del Codice.

## **4.4 Azioni correttive**

Con riferimento ai reclami presentati da Consumatori, le azioni correttive che devono essere poste in essere dalle Imprese, da AVEDISCO o dagli Amministratori del Codice, possono riguardare: la cancellazione di ordini, la restituzione di prodotti e/o servizi acquistati, il rimborso di pagamenti effettuati dai Consumatori, nonché qualsivoglia ulteriore azione ritenuta appropriata, incluse eventuali richiami agli Incaricati, la revoca dell'incarico alle vendite, richiami alle Imprese, sanzioni pecuniarie, sospensione e/o espulsione dall'Associazione e la pubblicità dei provvedimenti e delle sanzioni adottati nei modi e nei termini ritenuti idonei.

Con riferimento ai reclami di Incaricati alle Vendite nei confronti di una Impresa in merito alla violazione dei Codici, le azioni correttive comminate dall'Amministratore del Codice possono prevedere: la revoca dell'incarico alle vendite, il rimborso dei pagamenti effettuati all'Incaricato, l'invio di formale diffida all'Impresa e/o agli Incaricati di quest'ultima, ovvero altre azioni ritenute appropriate, oltre alla pubblicità dei provvedimenti e delle sanzioni adottati nei modi e nei termini ritenuti idonei.

## **4.5 Trattazione dei reclami**

Le Imprese, AVEDISCO e l'Amministratore del Codice stabiliscono le procedure operative ai fini della trattazione dei reclami ricevuti.

L'Amministratore del Codice garantisce che la presa in carico di ogni reclamo venga normalmente confermata entro due settimane e che la conseguente decisione sia resa entro tre mesi da tale data, salvo eventuale proroga di ulteriori tre mesi dovuti alla complessità del caso.

La trattazione del reclamo presentato da un Consumatore sarà gratuito per il richiedente Consumatore.

#### **4.6. Reclami da parte delle Imprese**

Il reclamo presentato da una Impresa nei confronti di altra Impresa o di una Associazione Nazionale (DSA) sarà devoluto alternativamente all'Amministratore del Codice, o ad un arbitro indipendente, secondo le previsioni delle procedure di AVEDISCO.

#### **4.7 Pubblicazione**

Il presente Codice viene pubblicato da AVEDISCO, che si impegna a diffonderlo gratuitamente nel modo più ampio possibile.

#### **4.8 Amministratore del Codice Europeo**

Viene istituito un Amministratore del Codice a livello europeo costituito da un comitato di quattro componenti nominati dal Consiglio Direttivo di Seldia, di cui tre, provenienti dal settore della Vendita Diretta, ed un quarto, non proveniente dal settore, che funge da Presidente.

Il Direttore Esecutivo di Seldia, d'ufficio, funge da Segretario del consesso.

L'Amministratore del Codice Europeo potrà disporre uno degli interventi elencati nel paragrafo che segue nel caso il Consumatore abbia la propria residenza in uno degli Stati membri dello Spazio Economico Europeo (SEE o EEA), oppure l'Impresa o l'Incaricato siano attivi in uno dei predetti Paesi.

#### **L'Amministratore del Codice Europeo può:**

- (i) esaminare e giudicare reclami ricevuti da soggetti (Consumatori, Incaricati alle Vendite, Imprese di Vendita Diretta, Organizzazioni dei Consumatori, ecc.) appartenenti ad uno dei Paesi del SEE nei quali l'Associazione Nazionale ivi presente non faccia parte di Seldia, e che coinvolgono una Impresa di Vendita Diretta associata a Seldia oppure una Associazione nazionale, se associata a Seldia;
- (ii) esaminare e giudicare reclami ricevuti da soggetti che siano parti di attività/vendite transnazionali e che coinvolgono una Impresa di Vendita Diretta associata a Seldia, oppure una Associazione nazionale associata a Seldia di uno dei Paesi del SEE;
- (iii) esaminare e giudicare reclami ricevuti da una Associazione nazionale membro di Seldia in uno dei Paesi del SEE e che coinvolgono una Impresa di Vendita Diretta associata a Seldia;
- (iv) esaminare e giudicare reclami di Associazioni nazionali che siano membri di Seldia in uno dei Paesi dello SEE e che coinvolgano Imprese associate alla WFDSA, il WFDSA CEO Council, o di Associazioni nazionali non facenti parte di Seldia, con il fine di porre in essere una conciliazione con le predette Imprese di Vendita Diretta, la WFDSA e la Associazione nazionale in questione;
- (v) rendere, dietro richiesta, un parere con riferimento alle pratiche poste in essere da una Impresa e che ricadano nell'ambito di applicazione dei presenti Codici.

#### **4.9 Procedure per l'Amministratore del Codice Europeo**

##### **4.9.1 Raccolta delle informazioni**

Nel caso in cui per poter esaminare un reclamo sorga la necessità di acquisire ulteriori informazioni per accertare i punti di fatto o di diritto, l'Amministratore del Codice Europeo informerà l'Impresa coinvolta circa il reclamo ed i suoi contenuti e la provenienza, a meno che l'autore del reclamo non abbia richiesto l'anonimato.

L'Amministratore del Codice Europeo ha facoltà di richiedere all'Impresa ed al ricorrente di fornire ulteriori informazioni.

Una volta analizzati i fatti sulla scorta delle norme stabilite dal Codice, l'Amministratore del Codice Europeo renderà la decisione se si debba procedere o meno, non oltre tre mesi dalla presentazione del reclamo.

#### **4.9.2 Applicazione del Codice**

Nel caso in cui l'Amministratore del Codice ritenga ci si trovi di fronte ad una violazione del Codice indirizzerà un invito alla Società coinvolta a fornire le sue osservazioni nel termine di un mese.

L'Impresa dovrà, entro un mese, assumere una posizione con riguardo alle situazioni di fatto relative alla osservanza del Codice, in base alla quale l'Amministratore assumerà la propria decisione in merito all'apertura della procedura.

Alla luce delle risposte ricevute dall'Impresa, o in assenza di queste, l'Amministratore del Codice Europeo potrà emettere un parere, nel quale potrà sancire i motivi per i quali ritenga essersi verificata, nel caso di specie, una violazione del Codice Seldia, inviando formalmente la Società a conformarsi al rispetto del Codice nel termine massimo di tre mesi.

Il Consiglio di Seldia potrà decidere di rendere pubblica tale determinazione su risposta del Presidente dell'Amministratore del Codice, a seguito di raccomandazione in tale senso proveniente da parte dei propri componenti.

### **SEZIONE 5 - SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI**

#### **5.1 Violazione del Codice**

Nel caso di condotte che violino la Sezione 3.2 del presente Codice, poste in essere da un'Impresa anche attraverso propri Incaricati, dovrà farsi ricorso alla "Commissione di Conciliazione e Arbitrato" di cui al Regolamento dello Statuto AVEDISCO.

Nel caso di un atto, una attività od un comportamento che violi le Sezioni 2 e 3.1 del presente Codice, posto in essere da una Impresa, anche attraverso suoi Incaricati, la competenza a decidere in materia è devoluta all'Amministratore del Codice.

La Commissione e l'Amministratore del Codice, nell'ambito delle rispettive competenze, adotteranno i provvedimenti di cui ai punti seguenti.

#### **5.2 Procedura**

La Commissione/l'Amministratore del Codice notifica, mediante PEC o Raccomandata con avviso di ricezione, la violazione all'Impresa coinvolta, la quale avrà un termine, fissato dall'organismo competente, non inferiore a 30 giorni per elaborare le proprie difese, oltre ad avere diritto ad essere sentita qualora ne faccia apposita richiesta.

La Commissione/l'Amministratore del Codice dovrà assicurare il contraddittorio secondo una procedura che sarà stabilita di volta in volta e tale da garantire, alle parti, l'esercizio del diritto di difesa.

Qualora la violazione oggetto del reclamo risulti fondata, all'Impresa responsabile verrà comunicata l'azione di rimedio decisa e l'eventuale applicazione delle sanzioni del caso in conformità ai punti 5.3, 5.4, 5.5.

### **5.3 Richiamo**

Qualora un'Impresa violi per la prima volta il Codice, la stessa sarà richiamata per iscritto, salvo casi di particolare gravità nei quali possono applicarsi direttamente le sanzioni di cui ai punti seguenti.

### **5.4 Sospensione**

Qualora l'Impresa richiamata persista nel comportamento vietato, ovvero violi per la seconda volta il Codice, potrà essere proposta al Consiglio Direttivo AVEDISCO di comminare la sospensione e una sanzione pecuniaria da 5.000 a 25.000 euro, da destinarsi ad attività didattiche, di studio, di formazione o ad altre attività promozionali di AVEDISCO.

### **5.5 Esclusione**

Qualora l'Impresa già sospesa persista nel comportamento vietato, ovvero violi per la terza volta il Codice, potrà essere proposta al Consiglio Direttivo AVEDISCO, oltre l'ulteriore sanzione pecuniaria per un importo da 10.000 a 25.000 euro, anche la sottoposizione all'Assemblea dei Soci dell'esclusione dell'Impresa dall'Associazione.

In caso di esclusione per violazione del Codice, il Consiglio Direttivo AVEDISCO può disporre di dare notizia dell'esclusione su tre quotidiani a diffusione nazionale, con spese a carico dell'Impresa esclusa.

## PROCEDURA PER IL TRATTAMENTO DEI RECLAMI DEL CONSUMATORE

In funzione di quanto previsto dal “Codice di Comportamento della Vendita Diretta”, le Imprese aderenti ad AVEDISCO, hanno deciso di dotarsi di una procedura semplice e rapida per la risoluzione con criteri di imparzialità, trasparenza, efficacia ed equità delle controversie che dovessero nascere tra un Consumatore ed un’Impresa associata.

Tale procedura si ispira ai principi enunciati dalla Raccomandazione della Commissione Europea del 4 aprile 2001 n. C(2001) 1016, applicabile agli organi extragiudiziali che partecipano alla risoluzione consensuale delle controversie in materia di consumo.

1. In caso di controversie eventualmente insorgenti in ordine a:
  - a. processo di acquisizione dell’ordine non conforme alle norme del Codice;
  - b. non conformità dell’ordine alle condizioni sancite dalla legislazione vigente (ad esempio: trasparenza del prezzo e delle modalità di pagamento, rispetto dei termini di garanzia, tutela dei dati personali);
  - c. processo di esecuzione dell’ordine non conforme all’ordine sottoscritto;
  - d. manifesta inadeguatezza del prodotto rispetto alla descrizione fornita;
  - e. mancato rispetto dei termini di recesso fissati dalla legislazione vigente;
2. il Consumatore potrà:
  - a. rivolgersi direttamente all’Impresa per la risoluzione del caso;
  - b. in alternativa rivolgersi ad AVEDISCO, direttamente o per il tramite di una Associazione Consumatori aderente al Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti (CNCU).
3. Il reclamo da parte del Consumatore dovrà essere esposto per iscritto mediante la compilazione dello specifico “**Modulo di Reclamo**” allegato al presente documento. Detto modulo sarà fornito al consumatore dall’Impresa o da AVEDISCO.
4. Qualora il consumatore non sia soddisfatto della soluzione prospettata dall’Impresa, potrà rivolgersi ad AVEDISCO, inviando tutta la documentazione relativa.
5. Allo stesso modo l’Impresa potrà chiedere, inviando tutta la documentazione relativa, la mediazione di AVEDISCO nella soluzione della controversia.
6. Nel tentativo di composizione della controversia, AVEDISCO potrà coinvolgere l’Amministratore del Codice.
7. Nel caso in cui le procedure sopra descritte non dovessero portare ad un esito positivo della controversia si ricorrerà ad una “Commissione di Mediazione” composta da tre membri: un rappresentante delle Associazioni Consumatori, l’Amministratore del Codice AVEDISCO, un terzo mediatore nominato di volta in volta di comune accordo dai due soggetti precedenti.
8. La segreteria della “Commissione di Mediazione” sarà costituita presso la sede di AVEDISCO.
9. E’ comunque fatto salvo il diritto delle parti di ricorrere al Giudice ordinario competente, secondo quanto previsto dal Codice Civile e dal Codice di Procedura Civile.

**MODULO DI RECLAMO  
DEL CONSUMATORE**

Il presente modulo è stato redatto da AVEDISCO con l'intento di migliorare la comunicazione tra i Consumatori e le Imprese di Vendita Diretta associate per raggiungere, nella misura del possibile, una soluzione amichevole dei problemi che dovessero insorgere in ordine a:

- processo di acquisizione dell'ordine non conforme alle norme del Codice di Comportamento AVEDISCO;
- non conformità dell'ordine alle condizioni sancite dalla legislazione vigente (ad es.: trasparenza del prezzo e delle modalità di pagamento, rispetto dei termini di garanzia, tutela dei dati personali);
- processo di esecuzione dell'ordine non conforme all'ordine sottoscritto;
- manifesta inadeguatezza del prodotto rispetto alla descrizione fornita;
- mancato rispetto dei termini di recesso fissati dalla legislazione vigente.

**Si raccomanda di allegare al presente modulo la copia dei documenti giustificativi pertinenti e di inviarlo, conservandone una copia, a mezzo fax o lettera raccomandata con avviso di ricevimento.** Il Consumatore dovrà lasciare all'Impresa interessata – o, quando del caso, ad AVEDISCO – un termine adeguato (almeno 15 giorni) per inviare la risposta.

**RECLAMO PRESENTATO DA:**

<b>Cognome</b>	<b>Nome</b>	
<b>Via</b>	<b>n.</b>	
<b>CAP</b>	<b>Città</b>	<b>Prov.</b>
<b>Tel.</b>	<b>Fax</b>	<b>E-mail</b>
<b>A nome di *</b>		
<i>* Da completare solo nel caso in cui il reclamo sia presentato da un terzo e non dal consumatore stesso.</i>		

**NEI CONFRONTI DI:**

<b>Impresa:</b>		
<b>Eventuale Concessionaria:</b>		
<b>Via</b>	<b>n.</b>	
<b>CAP</b>	<b>Città</b>	<b>Prov.</b>
<b>Tel.</b>	<b>Fax</b>	<b>E-mail</b>
<b>Altri dati:</b>		

**ESTREMI DEL MODULO D'ORDINE:**

<b>Numero dell'ordine:</b>
<b>Data dell'ordine:</b>
<b>Nome dell'Incaricato alla vendita:</b>



