

CODICE DI COMPORTAMENTO PER GLI INCARICATI ALLE VENDITE

OBBLIGHI DELL'INCARICATO

1. Nell'illustrare ad un potenziale nuovo Incaricato alle Vendite l'opportunità offerta dalla Società, l'Incaricato non dovrà descrivere i prodotti commercializzati dalla Società in modo corretto e veritiero quanto ai prezzi, alla qualità, agli standard di produzione, ai contenuti.
2. L'Incaricato non dovrà porre in essere pratiche commerciali ingannevoli e/o scorrette. Si intende, quale pratica commerciale ingannevole o scorretta, quella definita come tale dalle leggi e disposizioni vigenti, inclusa, ma non solo, qualsiasi pratica espressamente proibita ai sensi del Titolo III del D.Lgs. n.206/2005, come modificato dal D.Lgs. n.146/2007.
3. Al primo contatto con qualsivoglia potenziale cliente della Società, l'Incaricato dovrà:
 - esporre in modo ben visibile il Tesserino al medesimo fornito, nonché presentarsi con il proprio nome e cognome;
 - far presente di essere un Incaricato e fornire informazioni relative ai Prodotti e -qualora richiesto- l'opportunità della Società;
 - far presente lo scopo di tale contatto, ossia la promozione della vendita dei Prodotti della Società.
4. Prima della conclusione della vendita, l'Incaricato deve fornire, oltre ad una presentazione e/o dimostrazione dei Prodotti, anche le seguenti informazioni:
 - a. il nome e l'indirizzo completi della Società;
 - b. le caratteristiche e le qualità dei Prodotti;
 - c. il prezzo dei Prodotti, compresa l'IVA applicabile ed i costi di spedizione;
 - d. i termini di pagamento;
 - e. l'esistenza del diritto di recesso e le modalità per usufruirne;
 - g. i termini delle eventuali garanzie aggiuntive a quelle di legge, eventualmente offerte dalla Società;il tutto, utilizzando esclusivamente il modulo d'ordine predisposto dalla Società.
5. Le anzidette informazioni devono essere fornite in modo leggibile, chiaro e comprensibile, tenendo conto dei principi di buona fede nelle operazioni commerciali, affinché i consumatori possano comprendere esattamente la natura di ciò che gli si offre e fin dove si impegnano con un ordine di acquisto.
6. L'Incaricato non deve fare, nel corso dei contatti con i consumatori, dichiarazioni e/o dimostrazioni che, direttamente o implicitamente, a causa di omissione, ambiguità o esagerazione, possano ingannare i consumatori circa i termini dell'offerta dei Prodotti.
7. L'Incaricato deve rispondere accuratamente ed in modo comprensibile a tutte le domande dei consumatori, nonché astenersi dall'usare raffronti che possano risultare fuorvianti o che siano incompatibili con i principi della leale concorrenza.
8. Tutti gli attestati e le testimonianze relativi ai Prodotti devono essere veri ed autorizzati dai soggetti che li hanno rilasciati. Non si deve fare uso di testimonianze superate o non più applicabili, non riferite all'offerta o che in qualsiasi maniera possano ingannare il consumatore. Non si deve fare riferimento a testimonianze che non siano originali e che non riguardino la diretta esperienza delle persone che le hanno rilasciate.
9. Ai consumatori deve essere consegnata, al momento della vendita, una copia del modulo d'ordine in cui, in modo chiaramente leggibile, siano identificate tutte le condizioni di vendita applicate dalla Società.

10. La Società fornirà all'Incaricato, in aggiunta al modulo d'ordine di cui innanzi, tutte le informazioni e la documentazione relative ai servizi, quali, ma non solo, listini prezzi, materiale pubblicitario e promozionale di cui potrebbe necessitare per lo svolgimento dell'attività di Incaricato. L'Incaricato alle Vendite, dal canto proprio, e salva approvazione preventiva per iscritto da parte della Società, non predisporrà, né utilizzerà, alcun materiale differente da quelli predisposti e/o pubblicati dalla Società. L'Incaricato non potrà apportare alcuna modifica ai materiali pubblicitari e ai moduli ufficiali della Società. L'Incaricato non potrà autonomamente progettare un sito Web che riporti i nomi, i loghi, o le descrizioni dei servizi della Società o altro per promuovere (direttamente o indirettamente) i prodotti o l'attività di Incaricato.

11. L'Incaricato non promuoverà i Prodotti attraverso siti Internet nei quali la vendita o gli acquisti avvengono per aste (compresi, ma non solo, "eBay" e "Amazon").

12. L'Incaricato è tenuto ad astenersi dal porre in essere qualsivoglia pratica di "spamming", per tale intendendosi l'invio di messaggi e/o comunicazioni non richiesti attraverso mezzi elettronici (quali, a titolo esemplificativo, fax, messaggi su social media e network, e-mail o SMS), a singoli e/o gruppi di persone, in assenza di un preventivo consenso scritto da parte dei destinatari. L'Incaricato non deve impegnarsi in attività di telemarketing. Il termine "telemarketing" deve intendersi: l'esecuzione di una o più telefonate a una persona o entità per sollecitare l'acquisto di un prodotto della Società o reclutamento per l'attività offerta dalla Società.

13. L'Incaricato deve assicurarsi che il trattamento dei dati personali del consumatore, da parte del medesimo, si svolga nel rispetto dei diritti, delle libertà fondamentali nonché della dignità della persona, con particolare riferimento alla riservatezza e all'identità personale.

14. I contatti personali devono essere fatti in modo e in orari ragionevoli per evitare che risultino invadenti.

15. Se un consumatore lo richiede, l'Incaricato deve interrompere immediatamente la dimostrazione dei prodotti e la promozione della vendita degli stessi.

16. La Società non permette l'uso dei suoi nomi commerciali, marchi, disegni o simboli da qualsiasi persona, tra cui un Consulente, senza la sua previa autorizzazione scritta.

17. Gli Incaricati possono porre in essere dimostrazioni dei prodotti in occasione di fiere ed esposizioni professionali previa autorizzazione scritta della Società. Ogni autorizzazione in tal senso è sempre intesa riferita al solo evento specificato. Eventuali richieste di partecipazione a eventi futuri devono essere sempre formulate dall'Incaricato. La Società si riserva sempre il diritto di negare l'autorizzazione a partecipare ad eventi che non consideri una sede adeguata per la promozione dei propri servizi o la presentazione dell'attività di Incaricato alle Vendite della Società.

18. Gli Incaricati non possono promuovere i prodotti della Società in combinazione con prodotti e/o servizi di terzi e/o sfruttandone le diverse metodologie o programmi di commercializzazione.

19. Nell'illustrare ad un potenziale Incaricato l'opportunità della Società, l'Incaricato alle Vendite dovrà attenersi ai seguenti, fondamentali, principi:

i) non dovrà riportare esempi e/o calcoli circa i possibili guadagni potenzialmente derivanti da siffatta opportunità che siano non veritieri, ovvero fuorvianti e/o ingannevoli. A tal fine, l'Incaricato potrà divulgare informazioni su guadagni raggiunti, nonché su cifre e percentuali di vendita medi realizzati quali pubblicati esclusivamente dalla Società;

ii) dovrà utilizzare esclusivamente i materiali informativi predisposti e/od autorizzati dalla Società;

iii) dovrà presentare l'opportunità della Società come un'attività che offre pari opportunità ed è aperta a tutte le persone, indipendentemente dall'etnia, sesso, nazionalità, credo religioso o politico;

iv) non dovrà garantire che l'utilizzo di uno specifico metodo di promozione e/o approccio con clienti (o potenziali) sia maggiormente profittevole rispetto ad altri;

v) non dovrà lasciare intendere che un'attività di "sponsorizzazione" profittevole possa essere rappresentata dalla realizzazione di qualsivoglia "catena di Sant'Antonio", ovvero altra struttura e/o organizzazione e/o iniziativa c.d. "piramidale", nell'ambito delle quali gli unici prodotti acquistati e venduti siano quelli ceduti ad altri Incaricati appartenenti alle relative linee di "sponsorizzazione";

vi) non dovrà lasciar intendere che vi sia obbligo alcuno per gli Incaricati di acquistare i prodotti e servizi commercializzati dalla Società, né lasciar intendere o suggerire che i guadagni in capo agli Incaricati possano derivare esclusivamente dall'acquisto dei servizi anzidetti;

vii) dovrà far presente che esistono specifici requisiti normativi per lo svolgimento dell'attività di Incaricato alle Vendite a Domicilio, ivi incluso il possesso dei requisiti di onorabilità di cui all'art.71, D.lgs. n.59/2010;

viii) non dovrà lasciare intendere che la Società rappresenti un'opportunità mediante la quale sia facile raggiungere il successo senza alcun esborso economico, sforzo o spendita di tempo e di attività da parte degli Incaricati;

ix) non dovrà presentare il Piano, né sollecitare la partecipazione all'opportunità della Società, attraverso l'invio "in massa" di e-mail o di altra corrispondenza, telemarketing, pubblicità anche su scala nazionale, comunicazioni elettroniche via computer, o attraverso altro mezzo di comunicazione in cui il contatto personale tra l'Incaricato/"sponsor" ed il potenziale Incaricato alle Vendite a Domicilio sia assente;

x) non dovrà lasciar intendere che vi siano zone e/o aree geografiche nelle quali gli Incaricati operino in esclusiva;

xi) non dovrà dichiarare che l'opportunità della Società può essere costruita in forma di "club di acquisti all'ingrosso";

xii) non dovrà, altresì:

-dare l'impressione che l'opportunità della Società rappresenti un'opportunità di assunzione;

-promuovere l'opportunità della Società come un rapporto con un soggetto (persona fisica, ovvero giuridica) diverso dalla Società;

-dichiarare, sottintendere, o agire in modo da far credere di essere un dipendente della Società, ovvero figura professionale differente da quella disciplinata dal Contratto stipulato con la Società.

Milano, 18 giugno 2020