

**CODICE DEONTOLOGICO
A.I.M. OTE ITALIA**

**Associazione Italiana del Timeshare
e della Multiproprietà**

Assemblea dei Soci

19 MARZO 1998

20121 Milano - Corso Venezia, 47/49
tel. 02/780604 - fax 02/794372
e-mail : aim@confcommercio.it

INDICE GENERALE

	Pagina
TITOLO PRIMO - NORME GENERALI	3
Art. 1 Osservanza delle leggi	3
Art. 2 Etica commerciale	3
Art. 3 Inderogabilità	3
TITOLO SECONDO - RAPPORTI CON IL CLIENTE	
4	
Art. 4 Contratti	4
Art. 5 Obblighi di informazione	5
Art. 6 Esecuzione secondo buona fede	5
Art. 7 Orientamento del cliente	5
Art. 8 Compatibilità ambientale dei beni	5
TITOLO TERZO - RAPPORTI TRA IMPRESE COMMERCIALI	6
Art. 9 Divieto di concorrenza sleale	6
Art. 10 Giudizi sui concorrenti	6
Art. 11 Compariazioni obiettive	6
TITOLO QUARTO - RISERVATEZZA DEI DATI PERSONALI	7
Art. 12 Osservanza delle leggi	7
Art. 13 Reperimento e trattamento di dati	7
Art. 14 Archivi sensibili	7
Art. 15 Protezione dei dati	7
Art. 16 Accesso ai dati	8
Art. 17 Cancellazione di dati	8
TITOLO QUINTO - DISPOSIZIONI FINALI	9
Art. 18 Vigilanza sul rispetto delle norme del codice	9
Art. 19 Rilevanza disciplinare delle violazioni al codice	9
Art. 20 Accettazione espressa del codice	9

TITOLO I

(Norme generali)

Art. 1 (Osservanza delle leggi)

Nello svolgimento della propria attività, l'impresa aderente ad A.I.M. si attiene scrupolosamente alle norme civili, penali e amministrative.

Gli organi direttivi dell'impresa vigilano affinché i propri collaboratori operino nel rispetto scrupoloso delle leggi e dei regolamenti.

Art. 2 (Etica commerciale)

Nello svolgimento della propria attività di **realizzazione, commercializzazione, gestione, promozione verso il pubblico**, l'impresa aderente ad A.I.M. osserva i principi di lealtà, probità e correttezza nei confronti di tutti i soggetti, pubblici e privati, con i quali entra in relazione, siano essi clienti, concorrenti, terzi.

Gli organi direttivi dell'impresa vigilano affinché i propri collaboratori operino nel rispetto dei suddetti principi.

Art. 3 (Inderogabilità)

L'impresa aderente ad A.I.M. non può invocare a scusante della violazione degli artt. 1 e 2 del presente codice l'esistenza di pratiche generali di settore, né l'espressa richiesta del cliente o, comunque, l'intenzione di prestare un servizio il più possibile completo e conducente rispetto alle esigenze della clientela.

TITOLO II

(Rapporti con il cliente)

Art. 4 (Contratti)

L'impresa aderente ad A.I.M. opera nei rapporti contrattuali con il cliente, sin dalla fase delle trattative, con la massima chiarezza, veridicità e trasparenza e nel rispetto dei principi sanciti dalla direttiva 94/47/CE del 26 ottobre 1994. In particolare ha l'obbligo di fornire una corretta informazione (completa, non falsa o ingannevole) anche nei confronti dei consumatori che siano destinatari di annunci pubblicitari (tramite stampa, televisione o mezzi di comunicazione di massa in genere) o di materiale avente comunque un contenuto promozionale - informativo (ad esempio, dépliant, brochure, etc.)

Nella predisposizione dei propri moduli contrattuali, l'impresa si astiene dalla adozione di clausole che, tenuto conto della natura del bene e dei servizi offerti, nonché delle circostanze esistenti al momento della conclusione del contratto, determinano un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi a carico del consumatore.

In ogni caso, le clausole contrattuali sono redatte in modo chiaro e comprensibile. In particolare è consigliato che le clausole contrattuali che attribuiscono diritti a garanzia dei consumatori siano redatte con particolare evidenza anche grafica.

Art. 5 (Obblighi di informazione)

L'impresa aderente ad A.I.M. adempie ai doveri di informazione di cui alla direttiva 94/47/CE del 26 ottobre 1994.

In ottemperanza alla citata direttiva, l'impresa comunica al cliente prima della eventuale conclusione del contratto ogni modificazione intervenuta rispetto alle informazioni precedentemente comunicate.

Art. 6 (Esecuzione secondo buona fede)

Nell'esecuzione del contratto, l'impresa aderente ad A.I.M. mantiene con precisione scrupolo e puntualità gli impegni assunti, con particolare riferimento agli standard qualitativi e quantitativi dei servizi promessi alla clientela.

Art.7 (Orientamento del cliente)

L'impresa aderente ad A.I.M., ai fini della prestazione del servizio, rileva sempre scrupolosamente i bisogni e le esigenze specifiche e concrete del cliente, modulando in base a queste l'offerta dei beni e servizi, sotto il profilo qualitativo e quantitativo.

Art. 8 (Compatibilità ambientale dei beni)

L'impresa aderente ad A.I.M. è tenuta a trattare beni e servizi che rispettano le condizioni di vivibilità dell'ambiente e del territorio.

TITOLO III

(Rapporti tra imprese commerciali)

Art. 9 (Divieto di concorrenza sleale)

L'impresa aderente ad A.I.M. si astiene tassativamente dal compiere atti di concorrenza sleale come definiti dall'art. 2598 c.c.

Art. 10 (Giudizi sui concorrenti)

L'impresa aderente ad A.I.M. si astiene dal formulare giudizi sulla professionalità delle imprese concorrenti, ancorché richiesti dal cliente, anche potenziale.

Art. 11 (Comparazioni obiettive)

Nella presentazione al cliente dei beni e servizi offerti, l'impresa aderente ad A.I.M. può effettuare raffronti e comparazioni con quelli delle imprese concorrenti, purché, tassativamente, in relazione ad elementi veridici, omogenei ed obiettivi.

TITOLO IV

(Riservatezza dei dati personali)

Art. 12 (Osservanza delle leggi)

L'impresa aderente ad A.I.M. opera nel rispetto scrupoloso delle leggi poste a tutela della riservatezza delle persone e degli altri soggetti, con particolare riferimento al trattamento dei dati personali.

Art. 13 (Reperimento e trattamento dei dati)

L'impresa aderente ad A.I.M. reperisce e tratta i dati personali necessari ai fini dello svolgimento della propria attività in modo lecito e corretto.

Art. 14 (Archivi sensibili)

L'impresa aderente ad A.I.M. non elabora dati e informazioni al fine di costituire archivi di dati sensibili anche solo potenzialmente discriminatori di persone o altri soggetti, in particolare quelli riguardanti l'origine razziale o etnica, le convinzioni religiose, filosofiche o politiche, l'adesione a partiti, sindacati, associazioni o organizzazioni a carattere religioso, filosofico, politico o sindacale, lo stato di salute e la vita sessuale.

Art. 15 (Protezione dei dati)

L'impresa aderente ad A.I.M. assume tutte le misure necessarie alla protezione dei dati e delle informazioni in suo possesso, tanto rispetto a eventi accidentali, quanto rispetto ad elaborazioni abusive, anche di propri collaboratori.

Le misure di protezione devono essere adeguate al tipo di elaborazione, al tipo di rischio sofferto, allo stato delle conoscenze informatiche. In ogni caso devono corrispondere agli "standards" normativi minimi.

Art. 16 (Accesso ai dati)

L'impresa aderente ad A.I.M. garantisce l'accesso ai dati e alle informazioni in proprio possesso da parte dei soggetti cui i dati e le informazioni sono direttamente riferiti.

A fronte di quanto enunciato, assicura snellezza di procedure, agilità degli strumenti di ricerca, massima brevit  possibile dei tempi di accesso, minor costo per l'accesso a carico del richiedente.

Art. 17 (Cancellazione di dati)

L'impresa aderente ad A.I.M. procede alla cancellazione dei dati in suo possesso divenuti obsoleti o inutili al fine perseguito nel loro reperimento, oppure a seguito di specifica richiesta in tal senso avanzata dall'interessato.

TITOLO V

(Disposizioni finali)

Art. 18 (Vigilanza sul rispetto delle norme del codice)

Il Consiglio Direttivo dell'Associazione vigila sul rispetto delle norme del Codice Deontologico ai fini della procedura di cui all'art. 19 e segnala al Collegio dei Probiviri eventuali infrazioni al codice medesimo. Ciascun aderente ha l'obbligo di comunicare al Consiglio Direttivo A.I.M. eventuali fatti o vicende che lo coinvolgono direttamente e che possano costituire violazione del presente codice.

Art. 19 (Rilevanza disciplinare delle violazioni al codice)

Le infrazioni al presente codice da parte dell'impresa aderente ad A.I.M., salvo ogni ulteriore profilo di responsabilità, costituiscono violazione statutaria ai sensi dell'art. 7 dello Statuto sociale e per gli effetti dell'art. 15, nonché, nei casi di particolare gravità, dell'art. 12 del ridetto Statuto.

Art. 20 (Accettazione espressa dal codice)

La domanda di adesione alla A.I.M. di cui all'art.10 dello Statuto sociale, reca la dichiarazione di piena conoscenza e integrale accettazione delle disposizioni del presente codice.