



Codice Etico

Premessa

L'impresa aderente a Consumerismo no profit APS per l'anno solare in corso si impegna a rispettare i principi contenuti nel presente Codice Etico, riconoscendone il valore fondamentale nella costruzione di un mercato più equo, trasparente e sostenibile. Il Codice ha lo scopo di rafforzare il rapporto di fiducia tra imprese e consumatori, promuovendo un comportamento imprenditoriale responsabile.

Consumerismo no profit APS non svolge attività di promozione o pubblicità e non intende in tal senso realizzare alcuna connessione di interessi con le imprese aderenti all'Associazione, così come previsto dal Codice del Consumo. L'impresa aderente prende quindi atto della indipendenza e imparzialità di Consumerismo no profit APS e in particolare si impegna a non condizionarne in alcun modo (né direttamente, né indirettamente) l'autonomia di pensiero, le scelte editoriali e gli esiti di qualsivoglia attività svolta dall'Associazione.

1. Principi Generali

1.1 Legalità

L'impresa aderente si impegna a rispettare tutte le leggi e normative vigenti a livello nazionale e internazionale, con particolare riferimento alla tutela del consumatore.

1.2 Trasparenza

Ogni comunicazione al consumatore deve essere chiara, completa, veritiera e facilmente comprensibile. Devono essere evitati messaggi ambigui, fuorvianti o manipolatori.

1.3 Correttezza

Le relazioni con i consumatori devono essere improntate all'onestà, alla buona fede e al rispetto reciproco.

1.4 Responsabilità sociale

L'impresa si impegna considerare l'impatto delle proprie attività sulla collettività e sull'ambiente, promuovendo pratiche di sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

2. Relazioni con i consumatori

2.1 Tutela del consumatore

L'impresa si impegna a garantire la massima tutela dei diritti dei consumatori, offrendo prodotti e servizi sicuri, conformi agli standard di qualità e pienamente rispondenti alle promesse pubblicitarie.

2.2 Assistenza e reclami

L'impresa si impegna a predisporre canali efficaci per l'ascolto e la gestione delle segnalazioni, dei reclami e dei suggerimenti da parte dei consumatori, garantendo risposte tempestive e risolutive.

2.3 Privacy e dati personali

L'impresa si impegna a trattare i dati personali dei consumatori nel rispetto delle normative sulla privacy (GDPR), garantendo trasparenza nell'uso dei dati e misure di sicurezza adeguate.

3. Comunicazione e pubblicità

3.1 Comunicazione etica

Le attività promozionali devono rispettare i principi della lealtà e dell'integrità, evitando pratiche di marketing aggressivo o ingannevole.

3.2 Educazione al consumo consapevole

L'impresa è invitata a promuovere iniziative di educazione al consumo critico, informato e responsabile.

4. Ambiente e sostenibilità

4.1 Impegno ambientale

L'impresa si impegna a ridurre il proprio impatto ambientale attraverso l'adozione di pratiche sostenibili in ambito produttivo, logistico e distributivo.

4.2 Informazione ambientale

Le informazioni sulle caratteristiche ambientali dei prodotti o servizi devono essere accurate, verificabili e non fuorvianti.

5. Utilizzo del logo

5.1 Durata

Il logo "Impresa aderente a Consumerismo" può essere utilizzato dall'impresa solamente per l'anno solare di adesione.

5.2 Conformità

È vietata la modifica, la variazione, l'aggiunta, la copia o l'estrazione, direttamente o indirettamente, di contenuti o la produzione di formati derivati del logo o di qualsiasi parte del suo contenuto. In generale, il logo deve essere riprodotto fedelmente e in modo tale da non fuorviare i consumatori.

6. Monitoraggio

6.1 Aderenza al Codice

L'adesione al presente Codice Etico costituisce requisito essenziale per la permanenza nell'Associazione come impresa aderente.

6.2 Verifica e sanzioni

Consumerismo no profit APS si riserva di effettuare verifiche periodiche sul rispetto del Codice Etico e di applicare sanzioni o sospensioni in caso di violazioni gravi o reiterate.

7. Disposizioni finali

7.1 Comunicazione

L'impresa aderente si impegna a informare tempestivamente Consumerismo no profit APS su eventuali fatti o circostanze che potrebbero inficiare la collaborazione con l'Associazione, anche solo da un punto di vista reputazionale (ad esempio: indagini, procedure presso le Authority, contenziosi, etc.). In tale evenienza, Consumerismo no profit APS si riserva il diritto di analizzare i fatti contestati e, in caso di gravi evidenze, di interrompere la collaborazione con l'impresa e di darne comunicazione pubblica.

7.2 Aggiornamenti

Il Codice Etico può essere aggiornato periodicamente per rispondere a evoluzioni normative, sociali ed economiche. L'impresa aderente sarà tempestivamente informata di ogni modifica.

7.3 Diffusione

L'impresa aderente si impegna a pubblicare i punti 1,2,3 e 4 del presente Codice Etico sul proprio sito web.