

## CODICE DI CONDOTTA PER I PROCESSI DI GESTIONE E TUTELA DEL CREDITO

### Le Associazioni sottoscrittrici:

#### UNIREC

UNIREC è l'Unione Nazionale Imprese a Tutela del Credito.

Aderisce a CONFINDUSTRIA Servizi Innovativi e Tecnologici ed è membro di FENCA, la Federazione Europea delle Associazioni Nazionali delle Imprese di recupero Crediti. Il suo sviluppo associativo è iniziato nel 1998, anno della fondazione.

UNIREC è il punto di riferimento per gli operatori del settore. Essa si pone, tra i suoi obiettivi, la diffusione di una "cultura bilaterale del recupero crediti", ovvero una cultura che racchiuda le idee delle Imprese e delle Associazioni dei Consumatori.

UNIREC, inoltre, promuove una formazione costante dei propri iscritti che possa contribuire fattivamente alla veicolazione delle buone prassi del settore. Le Associate UNIREC si impegnano a garantire professionalità ed etica nello svolgimento dei propri mandati, sottoscrivono un severo Codice Deontologico e formano i propri Collaboratori sulla corretta <sup>1</sup> applicazione delle norme che regolamentano il settore.

Il Collegio dei Probiviri è l'organismo di UNIREC che ha il compito di valutare con rigore ed imparzialità tutte le richieste di ammissione all'Associazione, nonché di verificare il possesso ed il mantenimento dei requisiti di "professionalità" ed "onorabilità" per i Soci di vecchia e nuova ammissione.

L'Organo ha anche il compito di valutare con equità le eventuali controversie tra Associati, anche in relazione al rapporto con Consumatori e Committenti.

L'elenco aggiornato delle aziende aderenti, può essere visionato sul sito [www.unirec.it](http://www.unirec.it).

UNIREC è un'Associazione, indipendente e apartitica, costituita per dare voce e volto al settore delle Imprese a tutela del credito.

Nell'ambito del suo Statuto, tra le finalità salienti dell'Associazione, si evidenziano:

- promozione nella società e presso le Aziende associate di valori sociali, civili e imprenditoriali propri di una libera società in sviluppo;
- promozione presso le Istituzioni, le organizzazioni economiche, politiche, sociali e culturali di forme di collaborazione che consentano di perseguire in comune più vaste finalità di progresso;
- garanzia di professionalità e correttezza delle Imprese associate.

Nel perseguimento degli scopi associativi, UNIREC adotta dei Regolamenti ed un Codice di Condotta, ai quali sono ispirate le modalità organizzative e comportamentali alla cui osservanza sono impegnati tutti gli Associati.

Il Codice di Condotta ha come principi fondanti: requisiti di onorabilità e professionalità per l'Associato e per i propri dirigenti e collaboratori, formazione e buone prassi.

## ADICONSUM

**Adiconsum** è un'associazione di consumatori con quasi 150.000 iscritti costituita nel 1987 su iniziativa della CISL, presente su tutto il territorio nazionale, con oltre 250 sedi di assistenza, dislocate a livello regionale, provinciale e locale.

**Adiconsum** negozia e concerta condizioni di tutela individuale e collettiva dei consumatori, realizzando una costante attività di monitoraggio dei vari settori di consumo.

**Adiconsum** lavora in stretta sinergia con le Istituzioni e le Authority sia nazionali che europee, oltre a collaborare con le maggiori Associazioni di rappresentanza nazionali ed internazionali ponendo al centro del proprio agire: Informazione; Formazione; Assistenza; Concertazione; Negoziazione; Conciliazione paritetica dei contenziosi tra consumatori e aziende. L'attività svolta dall'associazione riguarda i seguenti settori: assicurazioni, sicurezza stradale, risparmio energetico, sostenibilità ambientale, trasporti, credito e risparmio, poste, telecomunicazioni e nuove tecnologie (tv digitale, banda larga, internet), contratti, vendite fuori e dentro i locali commerciali, turismo, commercio, alimentazione, fisco e tributi, auto.

**A livello nazionale Adiconsum** è membro del CNCU (Consiglio Nazionale Consumatori ed Utenti), del Forum del Terzo Settore, di Consumer's Forum, del Forum della Finanza sostenibile, di Next ed è socio ordinario di IMQ (Istituto per il marchio di qualità). Adiconsum è anche l'unica associazione consumatori ad aver ottenuto il riconoscimento del Ministero del Tesoro per la gestione **del Fondo prevenzione usura per le famiglie**.

**A livello internazionale Adiconsum** è coordinatore per l'Italia del Centro europeo del consumatore (ECC-NET Italia); collabora con le Direzioni Generali dell'Unione europea; coopera con le maggiori associazioni consumatori europee ed extraeuropee.

Adiconsum collabora ad uno scambio di esperienze con numerosi partner, europei ed italiani, avviando importanti campagne di informazione e studi, iniziative di ricerca, informazione e sensibilizzazione rivolte ai consumatori, per rispondere al bisogno di promuovere un consumo consapevole, critico e socialmente responsabile, creando le premesse per la diffusione di una matura e forte cultura di consumerismo sociale.

## CITTADINANZATTIVA

**Cittadinanzattiva** onlus è un movimento di partecipazione civica che opera in Italia e in Europa per la promozione e la tutela dei diritti dei cittadini e dei consumatori. Fondata nel 1978, è riconosciuta dal Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (presso il Ministero dello Sviluppo Economico) dal 2000.

**Cittadinanzattiva** è presente in Italia con 21 segreterie regionali, oltre 250 assemblee locali e con più di 100.000 iscritti.

**Cittadinanzattiva è presente in Europa** con la rete Active Citizenship Network che raccoglie circa 100 Associazioni distribuite in 27 Paesi.

Gli obiettivi associativi di Cittadinanzattiva sono concentrati nella difesa dei cittadini, prevenendo ingiustizie e sofferenze inutili; nell'attivazione di coscienze ed impegni sociali volti a migliorare la qualità della vita dei cittadini; nella promozione della partecipazione e dell'attivismo civico come leva per il cambiamento sociale.

Gli ambiti prevalenti di intervento, nei quali Cittadinanzattiva persegue i suoi obiettivi, sono: la salute, la giustizia, la scuola e la formazione alla cittadinanza attiva, le politiche dei consumatori e la cittadinanza d'impresa.

Con particolare attenzione alle politiche dei consumatori, Cittadinanzattiva si impegna con 3 l'obiettivo di delineare un nuovo approccio al ruolo di consumatori ed utenti: un ruolo che tende a superare una logica di "delega" della propria responsabilità da parte del cittadino favorendo, invece, un suo pieno coinvolgimento nell'accessibilità, sostenibilità, qualità e cura dei servizi.

**Cittadinanzattiva** si impegna inoltre nella promozione di forme di governance in cui soggetti pubblici e non esercitino responsabilità per la cura dell'interesse generale, lavorando per favorire la definizione partecipata delle politiche in ambiti con forte impatto sulla qualità della vita dei cittadini come i servizi pubblici locali. Tale approccio si basa sul riconoscimento di un ruolo attivo di tutti gli stakeholder, in primis del cittadino, intendendo l'esercizio di tale ruolo in linea con il principio di sussidiarietà orizzontale, come riconosciuto dall'art. 118 u.c. della nostra Costituzione, nel quale trova perfetta aderenza la missione dell'Associazione.

## FEDERCONSUMATORI

La **Federconsumatori**, costituita nel 1988 con il contributo della Cgil, è un'associazione *senza scopo di lucro* che ha come obiettivi prioritari l'informazione e la tutela dei consumatori ed utenti. Alla sua costituzione hanno contribuito anche esperti di consumerismo operanti nell'ambito dell'università, dell'informazione e del Parlamento, impegnati da anni in difesa dei diritti dei consumatori.

La **Federconsumatori** è un ente di Promozione Sociale.

La **Federconsumatori** è presente su tutto il territorio nazionale con una rete capillare di sportelli per fornire assistenza e consulenza a tutti i cittadini. Possono accedere agli sportelli e alle sedi dell'associazione tutti i consumatori indistintamente. Gli operatori degli sportelli svolgono soprattutto un'attività di informazione dei consumatori, dei loro diritti, delle leggi vigenti e delle azioni da intraprendere per risolvere i loro problemi.

I servizi di informazione, consulenza ed assistenza sono espletati da esperti qualificati. Il consumatore che lo desidera può associarsi alla Federconsumatori ed usufruire del relativo servizio di sportello versando una quota fissa annua. Per specifici interventi di natura tecnico-legale dovranno essere corrisposte spese ed onorari di spettanza dei professionisti indicati dalla Federconsumatori, che applicheranno gli onorari minimi previsti dai rispettivi ordini professionali.

La **Federconsumatori**, che già da venti anni opera con competenza e professionalità nella difesa dei diritti dei consumatori, ha promosso molteplici iniziative, incontri, dibattiti, conferenze, ricerche e campagne informative, a diversi livelli: locale, nazionale ed europeo.

**L'associazione collabora con istituzioni comunitarie e nazionali:** *Commissione europea per le politiche dei consumatori, Parlamento europeo, il Comitato economico e sociale, i Ministeri, il Cnel, la Commissione di garanzia legge n. 146/90, le Regioni, le Provincie, i Comuni e le Camere di commercio.*

4

## MOVIMENTO CONSUMATORI

**Movimento Consumatori** (MC) è un'associazione autonoma e indipendente, senza fini di lucro, nata nel 1985 per tutelare i diritti dei consumatori.

**Movimento Consumatori** è iscritto al registro delle associazioni di promozione sociale (APS) e aderisce alla Federazione A.R.C.I. E' membro del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU), costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico, e collabora con diverse realtà del terzo settore con lo scopo di costruire una rete condivisa di promozione dei diritti di cittadinanza.

La struttura organizzativa conta più di 60 sezioni in tutta Italia.

**Movimento Consumatori** ha messo a disposizione dei cittadini anche un servizio innovativo di consulenza on line: lo Sportello del Consumatore ha l'obiettivo di estendere l'assistenza anche ai cittadini che non possono recarsi presso le sedi dell'associazione e semplifica i tempi di gestione delle controversie, grazie a team di esperti di ogni settore.

## MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

Il **Movimento Difesa del Cittadino** (MDC) è un'Associazione di Consumatori che si occupa della difesa dei diritti dei cittadini. E' nata a Roma nel 1987, è indipendente da partiti e sindacati e ha l'obiettivo di promuovere la tutela dei consumatori, informandoli e dotandoli di strumenti giuridici di autodifesa, prestando assistenza e tutela tramite esperti.

**Movimento Difesa del Cittadino** è membro, insieme ad altre sedici Associazioni dei Consumatori, del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU) costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico e di Consumers' Forum. E' un'Associazione di Promozione Sociale riconosciuta dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ed è iscritta al registro delle Associazioni che svolgono attività contro le discriminazioni presso l'Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali (UNAR).

Riconosciuta anche dalla Direzione generale della salute e della tutela del consumatore (DG SANCO) della Commissione Europea, fa parte della Consulta delle associazioni dei Consumatori e dei Produttori sulla sicurezza alimentare presso il Ministero della Salute.

**Movimento Difesa del Cittadino** collabora con Legambiente e con le principali associazioni di consumatori; è presente in diverse sedi istituzionali, comitati, commissioni, arbitrati, osservatori e forum.

**Movimento Difesa del Cittadino** realizza campagne informative e offre, attraverso gli oltre 100 sportelli e sedi dislocate in 19 regioni, consulenza e assistenza a tutela dei consumatori, promuovendo la conciliazione come strumento stragiudiziale delle controversie tra gli utenti e le aziende. MDC si avvale di esperti che curano le attività associative e si occupano di tematiche specifiche per la difesa dei consumatori

## IL CODICE DI CONDOTTA PER I PROCESSI DI GESTIONE E TUTELA DEL CREDITO

### Premessa.

Il presente Codice di Condotta, redatto ai sensi di quanto previsto dall'art. 27 bis del Codice del Consumo, impegna le Imprese a tutela del credito (di qui in avanti più semplicemente "Professionisti") nonché le Associazioni sottoscrittrici al rispetto delle disposizioni in esso contenute.

L'adozione del Codice di Condotta mira a promuovere il dialogo tra Professionisti e Consumatori che non abbiano adempiuto alle proprie obbligazioni, sicché tutti gli attori coinvolti nei processi di tutela del credito possano operare sulla base di regole certe e condivise. Ai sensi di quanto previsto dall'art. 27 bis del Codice del Consumo le norme ivi

contenute si pongono quale obiettivo anche la “protezione dei minori” e la “salvaguardia della dignità umana”.

Prevalentemente i processi di gestione del credito prevedono:

- contatti telefonici tra incaricati dell’impresa Professionista e Consumatori/Debitori;
- comunicazioni di natura epistolare o telematica;
- contatti tra incaricati del servizio “domiciliare” e Consumatori/Debitori che hanno luogo, generalmente, presso la residenza del Consumatore;
- procedure giudiziali, seguite dal Professionista per il tramite dei propri legali di riferimento, sulla base di un formale incarico ricevuto dai Creditori/Committenti.

Se, da un lato, l’ambito giudiziale è presidiato dal Codice Civile, dal Codice del Consumo e dalle altre normative di settore, nonché regolamentato dai competenti Codici di rito, dall’altro, lo scopo del presente Codice di Condotta è garantire che, nello svolgimento delle attività stragiudiziali di gestione del credito, venga salvaguardato l’equilibrio tra i diritti delle Parti.

## CAPO I Principi generali

6

### **ART. 1 – Doveri di Terzietà**

**1.** Il Professionista incaricato del recupero crediti per conto dei Committenti/Creditori ai sensi dell’art. 115 TULPS 1931 deve relazionarsi con il Consumatore/Debitore o suoi delegati preservando un ruolo di mera intermediazione.

**2.** Posto che all’atto dell’affidamento delle posizioni debitorie è il Creditore/Committente a garantire la certezza ed esigibilità del credito, il professionista si impegna a sospendere l’attività qualora il Consumatore/Debitore compri la pendenza di una “*contestazione del credito*” come definita all’art. 2 e secondo le modalità ivi indicate. Le Imprese tenute al rispetto del presente Codice si impegnano comunque a sensibilizzare i Creditori/Committenti in ordine ai principi in esso contenuti.

### **ART. 2 – Gestione delle contestazioni e dei reclami**

**1.** Ai fini del presente Codice di Condotta:

- per “*contestazione del credito*” deve intendersi l’opposizione avanzata in forma scritta dal Consumatore/Debitore direttamente nei confronti del Creditore/Committente, avente ad

oggetto elementi strettamente attinenti al rapporto di credito ed estranea alle condotte poste in essere dal Professionista;

- per “*reclamo*” deve intendersi l’obiezione avanzata in forma scritta dal Consumatore/Debitore in ordine alle procedure di gestione del credito realizzate dal Professionista;
- per “*procedura di conciliazione*” deve intendersi qualsiasi procedura di risoluzione alternativa di una controversia riconosciuta dal Creditore/Committente ovvero disciplinata dalla legge.

Qualunque forma scelga il Consumatore/Debitore per i propri rilievi, purchè scritta, è compito del Professionista ricondurre i medesimi ad una delle predette categorie e trattarli ai sensi dei punti 2 e 3 seguenti.

**2.** Qualora il Consumatore/Debitore comprovi documentalmente la pendenza di una “*contestazione del credito*” o di una “*procedura di conciliazione*”, il Professionista deve sospendere ogni attività, trasmettere al Creditore/Committente la documentazione raccolta ed attendere indicazioni sulla fondatezza o meno dei rilievi ed istruzioni in ordine alla eventuale prosecuzione delle procedure affidate.

**3.** La ricezione di un “*reclamo*” in forma scritta, nell’accezione di cui precedente punto 1, impone al Professionista di fornire adeguato e puntuale riscontro al Consumatore/Debitore in ordine alla correttezza del proprio operato ed al rispetto del presente Codice di Condotta.

**4.** Il Professionista non può sostituirsi al Consumatore/Debitore nell’anticipazione delle somme dovute, e non può pretendere il pagamento di importi ulteriori rispetto a quelli indicati dalla società committente o con essa formalmente concordati.

**5.** Il Professionista non può sollecitare il Consumatore/Debitore ad assumere impegni più gravosi di quelli che il medesimo documenti di poter sostenere.

7

### ART. 3 – Registro dei Reclami e delle Contestazioni

**1.** Il Professionista deve curare ed aggiornare, in cartaceo o tramite strumenti informatici, un Registro dei “*Reclami*” e delle “*Contestazioni del credito*” in cui siano conservati:

- a) i documenti prodotti dal Consumatore/Debitore a *contestazione* delle pretese del Creditore/Committente o dell’attività posta in essere dagli incaricati del Professionista durante i processi di gestione del credito;
- b) i possibili riscontri forniti al Consumatore/Debitore in risposta ai *reclami* ed alle *contestazioni ricevute*.

## CAPO II

### Il trattamento dei dati nella gestione dei crediti

#### ART. 4 – La liceità del trattamento

1. Il Professionista deve cercare un confronto diretto con il Consumatore/Debitore e accertarne, volta per volta, per quanto gli sia possibile, l'identità.
2. Qualora il Consumatore/Debitore non risulti reperibile ai recapiti forniti dalla Cliente/Committente, il Professionista è legittimato alla consultazione di fonti terze. Nell'acquisizione di ulteriori dati rispetto a quelli trasferiti dal Creditore/Committente, tuttavia, il Professionista deve evitare di comunicare, ingiustificatamente, informazioni relative alla condizione di inadempimento nella quale versa l'interessato ad individui estranei rispetto all'obbligazione oggetto di mandato.
3. Ai sensi di quanto previsto **dal Dlgs 196/03 nonché** dall'Autorità Garante per il Trattamento dei Dati Personali con Provvedimento del 30 novembre 2005 è vietato comunicare *“ingiustificatamente”* a terzi informazioni relative allo stato d'inadempimento in cui versa il Consumatore/Debitore allo scopo di esercitare sul medesimo *“indebite pressioni”*<sup>1</sup>. 8
4. Il Professionista, pertanto, non può confrontarsi con soggetti terzi, estranei al rapporto contrattuale, se non per legittimi motivi e sempre con l'esclusione dei minori.
5. Si considera effettuata per legittimi motivi:
  - a) la comunicazione di informazioni riservate a terzi i quali si dimostrino già a conoscenza delle circostanze oggetto di mandato e si rendano disponibili a definire la posizione per conto del Consumatore/Debitore assente (circostanza piuttosto comune in relazione a quei debiti – bollette, ratei di mutuo, crediti al consumo – che avendo una forte connotazione familiare, molto spesso, sono assunti, conosciuti e gestiti anche dai prossimi congiunti della parte che ha formalmente assunto l'obbligazione);
  - b) la comunicazione di informazioni riservate a terzi che si dichiarino espressamente delegati dal Consumatore/Debitore a gestire le sue vicende contrattuali.
6. Qualunque contatto con soggetti formalmente estranei rispetto all'obbligazione oggetto di mandato, in ogni caso, può avere luogo unicamente:
  - a) in via sussidiaria, considerata l'irreperibilità del Consumatore/Debitore;

<sup>1</sup>“Chiunque effettui un trattamento di dati personali nell'ambito dell'attività di recupero crediti deve osservare il principio di liceità nel trattamento: tale precetto è violato dal comportamento (attuato da taluni operatori economici) consistente nel comunicare ingiustificatamente a soggetti terzi rispetto al debitore (quali, ad esempio, familiari, coabitanti, colleghi di lavoro o vicini di casa), informazioni relative alla condizione di inadempimento nella quale versa l'interessato (comportamento talora tenuto per esercitare indebite pressioni sul debitore al fine di conseguire il pagamento della somma dovuta)” – Art. 2, comma 1 Provvedimento Garante Privacy 30 Novembre 2005.



- b) preservando sempre la dignità e l'onorabilità del Consumatore/Debitore stesso.

## ART. 5 – La pertinenza e la finalità del trattamento

1. Possono formare oggetto di trattamento i soli dati strettamente necessari all'esecuzione dell'incarico.
2. Una volta portato a termine l'incarico, il Professionista deve avere cura di conservare i dati raccolti durante il processo di gestione del credito al solo fine di adempiere agli obblighi di legge su di esso gravanti o per relazionare, in caso di reclamo/contestazione, nel merito dell'attività compiuta.

## CAPO III La correttezza delle prassi commerciali

### ART. 6 – Principi comuni

1. Gli incaricati del Professionista, durante i contatti con il Consumatore/Debitore, non possono:
  - a) utilizzare titoli mendaci o toni minacciosi atti a generare indebita pressione;
  - b) prospettare conseguenze irreali o inapplicabili al caso di specie (es. distacchi di utenze non previsti da contratto; iscrizione di ipoteche su crediti irrisori, ecc.).

### Art. 7 - I contatti telefonici

1. Il Professionista deve avere cura di istruire i propri incaricati affinché i contatti telefonici con il Consumatore/Debitore siano improntati a buona educazione e rispetto, che non vengano reiterati in maniera petulante ed aggressiva e che siano, in ogni caso, finalizzati ad instaurare un percorso di confronto concordato in merito alle cause dell'insolvenza e alle possibili soluzioni.
2. Il Professionista deve fissare una soglia massima in merito al numero e alla frequenza delle telefonate. Il parametro di riferimento ai fini della definizione della suddetta soglia, *salvo diverso accordo* con il Consumatore/Debitore, è costituito dalle telefonate di tipo *outbound* a seguito delle quali si realizzi un effettivo colloquio tra le parti. Nello specifico, le predette soglie sono indicate come segue:
  - a) nell'arco della medesima giornata, salvo diversi accordi, può svolgersi al massimo *un colloquio effettivo* col debitore a seguito di attività *outbound*.

- b) nell'arco della medesima settimana, salvo diversi accordi, possono svolgersi al massimo *tre colloqui effettivi* col debitore a seguito di attività *outbound*.

**3.** Gli incaricati del Professionista, salvo diversi accordi con il Debitore/Consumatore, anche in relazione a particolari esigenze manifestate esplicitamente da quest'ultimo, non possono effettuare contatti telefonici durante le festività nazionali ed in orari diversi dai seguenti:

8.30-21.00 dal lunedì al venerdì;

8.30-15.00 il sabato;

Gli incaricati dovranno porre particolare attenzione ai contatti effettuati in prossimità dell'inizio e del termine delle fasce orarie sopra indicate.

Qualora il Consumatore/Debitore facesse richiesta di essere contattato in uno specifico giorno o orario, anche diversi da quelli indicati nel presente Codice, sarà compito del Professionista rispettare tali volontà e regolarsi di conseguenza.

**4.** Il Professionista deve avere cura di garantire che i contatti telefonici tra i suoi incaricati ed il Consumatore/Debitore non vengano reiterati in maniera petulante. A tal proposito, nei confronti dei propri incaricati, il Professionista si impegna a:

- somministrare periodicamente interventi formativi aventi ad oggetto le principali normative di settore, il Codice del Consumo, le cosiddette "buone prassi", nonché il contenuto del presente Codice di Condotta e dei Provvedimenti emessi dalle Autorità competenti;
- fornire adeguate istruzioni, nello svolgimento dell'attività, allo scopo di evitare il concretizzarsi di condotte scorrette.

10

## ART. 8 – I contatti epistolari/digitali

**1.** Il Professionista può inviare comunicazioni ed intimazioni di pagamento scritte - per mezzo di posta ordinaria, elettronica, raccomandata o per il tramite del competente ufficiale giudiziario - il cui contenuto sia concordato con le parti Committenti o, in assenza di specifico accordo, dal medesimo deciso autonomamente.

**2.** I testi prodotti, in ogni caso, devono adeguarsi ai seguenti principi:

- a) nelle comunicazioni epistolari che contengono richieste di pagamento, deve essere fornita la causale e il dettaglio delle somme richieste, specificandone le singole componenti (capitale, interessi, spese accessorie);
- b) devono essere indicate le conseguenze dell'eventuale protrarsi dello stato d'inadempimento secondo criteri di trasparenza, correttezza e coerenza rispetto a quanto previsto contrattualmente o normativamente;
- c) devono essere indicate con la massima chiarezza le modalità di pagamento;
- d) devono contenere una clausola di cortesia del seguente tenore: *"Qualora abbia già saldato il Suo debito, consideri nulla la presente e, al solo fine di permettere l'allineamento contabile della Sua posizione, per evitare ulteriori rilevazioni d'insolvenza, voglia cortesemente documentare l'avvenuto pagamento delle fatture, inviando copia della relativa ricevuta [...]";*

- e) devono contenere termini ad adempiere non inferiori a 10 giorni;
- f) non devono essere presenti riferimenti che richiamino indebitamente pubbliche amministrazioni, esattorie, l'Amministrazione Giudiziaria.

**3.** Per quanto riguarda le comunicazioni elettroniche (e-mail, fax e sms, ecc.), salvo che i recapiti utilizzati non siano forniti direttamente dall'avente diritto proprio allo scopo di ricevere informazioni inerenti lo svolgimento del rapporto obbligatorio, devono essere rispettati i seguenti principi:

- a) le comunicazioni elettroniche contenenti il dettaglio della posizione debitoria e/o le coordinate ove effettuare il pagamento, assolvendo solo a uno scopo informativo in favore dell'obbligato, sono inviate unicamente in accordo con il medesimo. Inoltre, l'invio di tali comunicazioni non può essere ingiustificatamente ripetitivo;
- b) per le comunicazioni elettroniche contenenti una richiesta di contatto, deve essere fissata una soglia numerica, consistente in un *massimo di quattro richieste di contatto inviate nell'arco di un mese*. Salvo che il recapito utilizzato non sia stato fornito dal Debitore/Consumatore anche allo scopo di ricevere comunicazioni sullo svolgimento del rapporto, le comunicazioni elettroniche contenenti richieste di contatto non possono essere utilizzate altresì come sistema di primo sollecito di pagamento.

## ART. 9 – I contatti domiciliari

**1.** Il Professionista deve avere cura di istruire i propri incaricati affinché i contatti domiciliari con il Consumatore/Debitore siano improntati a buona educazione e rispetto, che non vengano reiterati in maniera petulante ed aggressiva e che siano, in ogni caso, finalizzati ad instaurare un percorso di confronto concordato in merito alle cause dell'insolvenza e alle possibili soluzioni. A tal proposito, nei confronti dei propri incaricati del servizio domiciliare, il Professionista si impegna a:

- somministrare, periodicamente, interventi formativi aventi ad oggetto le principali normative di settore, il Codice del Consumo, le cosiddette "buone prassi", nonché il contenuto del presente Codice di Condotta e dei Provvedimenti emessi dalle Autorità competenti;
- fornire adeguate istruzioni, all'atto del conferimento dell'incarico e durante il suo svolgimento, allo scopo di evitare il concretizzarsi di condotte scorrette;
- tenere traccia del numero di visite effettuate e del loro esito.

**2.** Qualora l'incaricato documenti il proprio tentativo di contatto "domiciliare" recapitando una comunicazione scritta, non potrà rendere visibili esternamente alla lettera (busta e/o lettera pinzata) riferimenti espliciti alle ragioni della comunicazione, così da non ledere la dignità del Debitore/Consumatore dinnanzi a soggetti terzi.

**3.** La comunicazione recapitata a domicilio di cui al precedente punto 2, in ogni caso, deve indicare:

- a) nome e cognome dell'incaricato, precisando altresì i riferimenti del Professionista;
- b) il soggetto creditore ed il motivo della visita;
- c) un recapito telefonico da contattare per eventuali richieste di chiarimenti e/o informazioni.

4. Gli incaricati del Professionista, salvo diversi accordi con il Debitore, anche in relazione a particolari esigenze manifestate esplicitamente da quest'ultimo, non possono effettuare visite al domicilio durante le festività nazionali ed in orari diversi dai seguenti:

8.30-21.00 dal lunedì al venerdì;

8.30-15.00 il sabato;

Gli incaricati dovranno porre particolare attenzione ai contatti domiciliari effettuati in prossimità dell'inizio e del termine delle fasce orarie sopra indicate.

Qualora il Consumatore/Debitore facesse richiesta di essere contattato in uno specifico giorno o orario, anche diversi da quelli indicati nel presente Codice, sarà compito del Professionista rispettare tali volontà e regolarsi di conseguenza.

5. Il Professionista, tramite i propri incaricati, non può effettuare visite sul posto di lavoro del Consumatore/Debitore se non in accordo con il medesimo. Il contatto sul luogo di lavoro è possibile laddove sia il Consumatore/Debitore a farne richiesta o qualora il relativo indirizzo sia stato dal medesimo fornito contrattualmente come recapito utile al contatto.

12

#### CAPO IV

### La risoluzione delle controversie

#### **ART. 10 – Competenza del FORUM UNIREC-CONSUMATORI**

1. Le Associazioni ed i Professionisti che sottoscrivono il presente Codice di Condotta, ai sensi di quanto previsto dall'art. 27 ter del Codice del Consumo, si impegnano a devolvere al FORUM UNIREC-CONSUMATORI la risoluzione delle controversie che dovessero insorgere tra Professionisti e Consumatori/Debitori<sup>2</sup>.

2. Le controversie di cui al precedente punto 1, sono affidate alle procedure di Conciliazione Paritetica del FORUM UNIREC-CONSUMATORI, secondo quanto previsto dal Regolamento di Conciliazione che viene allegato al presente Codice Di Condotta e ne rappresenta parte essenziale ed integrante.

---

<sup>2</sup> Il 18 giugno 2014, UNIREC (Unione Nazionale Imprese a Tutela del Credito) ha ufficialmente costituito la Fondazione FORUM UNIREC-CONSUMATORI, di cui fanno parte Adiconsum, Cittadinanzattiva, Federconsumatori, Movimento Consumatori e Movimento Difesa del Cittadino.

Il FORUM, che rappresenta un luogo di dialogo strutturato tra imprese a tutela del credito e consumatori, ha tra le sue principali finalità:

- ✓ l'osservazione costante dei rapporti tra Consumatori e Professionisti, in relazione ai servizi di gestione e recupero del credito;
- ✓ l'educazione dei consumatori, nell'ottica di un accesso consapevole agli strumenti finanziari;
- ✓ stimolare la riflessione sulla funzione economico-sociale del recupero crediti e la diffusione delle cosiddette "buone prassi";
- ✓ la creazione di idonei strumenti di conciliazione atti a dirimere le controversie eventualmente insorte tra Consumatori e Professionisti.

**3.** Il ricorso alle procedure di Conciliazione Paritetica di cui al precedente punto 2 è effettuato in via preventiva rispetto a qualunque altra iniziativa di natura contenziosa o giudiziaria, ivi compresi i procedimenti descritti all'art. 27 del Codice del Consumo.

**4.** In ogni caso, al termine della procedura di conciliazione, qualunque ne sia l'esito, è fatto salvo il diritto delle parti di agire giudizialmente per la tutela dei diritti che ritenessero violati.