

SEZIONE 1 – GENERALITÀ

1.1 Che cos'è l'«Etica»?

L'«Etica» esprime l'insieme di norme di condotta sia pubblica che privata seguite da una persona o da un gruppo di persone. È una parola usata in moltissimi contesti, e indica una riflessione sulle regole e sui principi da seguire nella vita di tutti i giorni. Il raggio d'azione dell'etica, quindi, è tutt'altro che teorico; riguarda il quotidiano e si traduce in norme di comportamento che accompagnano ogni azione intrapresa nei confronti di un'attività o di una persona.

La funzione propria dell'uomo si compie pienamente in conformità con la saggezza e con la virtù etica: infatti, la virtù fa retto lo scopo, e la saggezza fa retti i mezzi per raggiungerlo.

(Aristotele)

1.2 L'Etica aziendale

L'etica My Jechely si configura come la capacità di integrare le proprie attività di business con il rispetto e la tutela degli interessi di tutti i partner, di tutti gli affiliati e di tutti gli individui con cui si relaziona.

Tutto ciò in perfetta sinergia con il fare bene e dignità il proprio mestiere, avere rispetto delle regole, ma, anche e soprattutto, ispirarsi a principi e valori condivisi, che si richiamano al consenso e non all'obbedienza.

1.3 Ambito

Il Codice contiene principi di condotta etica per le aziende partner, gli Advisor e gli affiliati e per tutti gli altri soggetti facenti parte della struttura aziendale My Jechely.

1.4 Autoregolamentazione

Il Codice è una misura di autoregolamentazione. Pur non essendo una legge, i suoi obblighi possono richiedere un livello di condotta etica superiore a quello prescritto dalla legislazione vigente. L'inosservanza del Codice non comporta sanzioni di natura civilistica. Alla cessazione dell'appartenenza a My Jechely le aziende partner, gli

Advisor e gli affiliati non saranno più soggetti al Codice, fermo restando che tali norme rimangono valide per gli eventi o le operazioni antecedenti la cessazione.

1.5 Legge

Poiché le Aziende partner, gli Advisor e gli affiliati sono obbligati al rispetto delle norme di legge, il Codice non riporta tutti gli obblighi legislativi.

SEZIONE 2 – RAPPORTI DELLE AZIENDE PARTNER, DEGLI ADVISOR, DEGLI AFFILIATI E DEI CONSUMATORI

2.1 Pratiche vietate

Le Aziende partner, gli Advisor e gli affiliati (di seguito denominati “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 divulgazione fuorvianti, ingannevoli o sleali

2.2 Comportamento sui social (per affiliati)

Non sono ammesse denigrazioni e/o commenti negativi che ledano l’immagine di My Jechely

2.3 Identificazione e dimostrazione (estendibile sui social)

Fin dall’inizio del contatto con un’azienda partner, un Consumatore e/ o potenziale affiliato; gli Incaricati devono identificare sé stessi e la propria Azienda e spiegare lo scopo dell’incontro. Prima della conclusione del contratto (per le Aziende) o dell’affiliazione, gli incaricati devono fornire, oltre ad una presentazione e/o dimostrazione del prodotto, anche le informazioni di cui si ha disponibilità nella dashboard degli Advisor. Le informazioni date alle Aziende o altri soggetti devono essere fornite in modo leggibile, chiaro e comprensibile, tenendo conto dei principi di buona fede nelle operazioni commerciali, affinché il Consumatore possa capire esattamente la natura di ciò che gli si offre e fin dove si impegna con un ordine.

2.4 Presentazione dell’offerta

Gli Incaricati devono assistere con diligenza le aziende o i potenziali affiliati nella valutazione della natura dell’offerta, accertarsi che l’interlocutore capisca correttamente le informazioni e dare tempo sufficiente per valutare attentamente l’intero contratto e/o la presentazione del progetto My Jechely

Gli stampati promozionali o le offerte inviate per posta o pubblicate sul WEB (social) non devono contenere descrizioni, affermazioni o illustrazioni del prodotto che siano ingannevoli o fuorvianti

2.5 Promesse verbali

Gli Incaricati non devono fare, nel corso dei contatti con il Consumatore, (compresi quelli sui social) dichiarazioni o dimostrazioni che, direttamente o implicitamente, a causa di omissione, ambiguità o esagerazione, possano ingannare il Consumatore sui termini dell'offerta.

2.6 Risposte alle domande

Gli incaricati devono rispondere accuratamente e in modo comprensibile a tutte le domande dei Consumatori riguardanti il prodotto e l'offerta

2.7 Onestà

Gli Incaricati non devono abusare della fiducia del singolo Consumatore, devono rispettare la mancanza di esperienza commerciale dei Consumatori e non devono approfittarsi della loro età, stato di salute, mancanza di comprensione o poca conoscenza della lingua.

2.8 Testimonianze

Tutti gli attestati e le testimonianze 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 possono 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

2.9 Confronti e denigrazioni

Le Aziende Partner e gli Incaricati devono astenersi dall'usare raffronti che possano risultare fuorvianti o che siano incompatibili con i principi della leale concorrenza. Eventuali punti di raffronto devono essere scelti onestamente e devono fondarsi su fatti che possano essere provati. Le Aziende e gli Incaricati non devono denigrare altre Imprese o altri prodotti né direttamente né implicitamente. Le Aziende 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

Le Aziende partner e gli Incaricati devono assicurarsi che il trattamento dei dati personali dell'affiliato si svolga nel rispetto dei diritti, delle libertà fondamentali nonché della dignità della persona, con particolare riferimento alla riservatezza e

all'identità personale. I contatti personali, telefonici o via WEB devono essere fatti in modo e in orari ragionevoli per evitare che risultino invadenti. Se un Consumatore lo richiede, l'Incaricato deve interrompere la dimostrazione o la presentazione di vendita.

2.11 Adempimenti

Salvo diverso accordo tra le parti, gli ordini devono essere evasi il più rapidamente possibile e in ogni caso entro 7 giorni dal giorno seguente a quello in cui il Consumatore ha firmato l'ordine. i Consumatori devono venire informati se le Imprese o gli Incaricati non sono in grado di adempiere al contratto qualora i prodotti ordinati non siano disponibili. In tal caso, i Consumatori possono: - ottenere il rimborso di eventuali somme pagate, il più presto possibile e comunque entro 30 giorni, oppure - ricevere dall'impresa o dall'incaricato prodotti di qualità e prezzo equivalente, ove tale possibilità sia stata prevista prima della stipulazione del contratto o nel contratto stesso.

2.12 Utilizzo del Logo Il logo

My Jechely è un marchio registrato, è assolutamente vietato l'utilizzo e la divulgazione senza una specifica autorizzazione da parte di My Jechely.

La richiesta al suo utilizzo dovrà pervenire per iscritto attraverso mail da inviare a: amministrazione@myjechely.it

2.13 Advisor Executive-Board Team Silver -Board Team Gold

Per le figure professionali aziendali: Advisor Executive, Board Silver e Board Gold, My Jechely ha costituito un regolamento interno, di cui si può prendere visione all'interno della propria Dashboard.

2.14 Sicurezza

Le informazioni fornite insieme al prodotto devono comprendere istruzioni precise e complete per l'uso e, dove necessario, per la sicurezza.

2.15 Reclami

Le Aziende partner e gli Incaricati (a seconda dei casi) devono attivarsi tempestivamente per risolvere con equità ogni reclamo o lamentela del Consumatore e in particolare quelle relative alla corretta esecuzione dell'ordine.

Se un Consumatore dovesse lamentarsi del comportamento di un incaricato, My Jechely dovrà subito indagare e prendere le misure necessarie per correggere quanto di anomalo dovesse risultare dall'indagine.

2.16 Adesione al Codice

My Jechely deve divulgare il contenuto del presente Codice tra tutti i loro Incaricati e deve richiedere, quale condizione per l'appartenenza alla propria organizzazione ed ai propri sistemi distributivi, di aderire ai Codice o a regole di comportamento che ne soddisfino i principi. Le Aziende partner inoltre si impegnano ad adottare tutte le misure idonee per prevenire e, se occorre, far cessare immediatamente qualsiasi azione, attività o comportamento posto in essere da un proprio Incaricato in violazione del presente Codice.

SEZIONE 3 – SANZIONI e DISPOSIZIONI FINALI

3.1 Violazione del Codice

Nel caso di comportamento in violazione ai contenuti del presente Codice, posto in essere da un'azienda partner o da un incaricato si dovrà fare ricorso ad una specifica "Commissione di Conciliazione e Arbitrato My Jechely" la quale provvederà ad adottare i provvedimenti di cui ai punti seguenti.

3.2 Procedura

La Commissione comunica la violazione all'interessato (Azienda partner e/o incaricato) coinvolti, i quali avranno un termine, fissato dalla Commissione stessa, non inferiore a 30 giorni per elaborare le proprie difese e dovrà comunque essere sentita personalmente qualora ne faccia richiesta. La Commissione dovrà assicurare il contraddittorio secondo una procedura che sarà stabilita di volta in volta e dovrà essere comunque idonea a garantire alle parti il diritto di difesa. Qualora la violazione risulti fondata la Commissione comunica all'interessato l'azione di rimedio decisa e l'eventuale applicazione delle sanzioni

3.3 Richiamo

Qualora un'azienda partner o un incaricato violino per la prima volta il Codice saranno espressamente richiamati per iscritto dalla Commissione, salvo casi di particolare gravità nei quali possono applicarsi direttamente le sanzioni di cui ai punti seguenti.

3.4 Censura (applicabile solo alle aziende partner)

Qualora l'azienda partner richiamata persista nel comportamento vietato o violi per la seconda volta il Codice, la Commissione potrà proporre al Consiglio di Amministrazione My Jechely di comminare la sanzione della censura e una sanzione pecuniaria da 80,00 a 2.500,00 euro, da destinarsi ad attività didattiche, di studio, di formazione.

3.5 Esclusione

Qualora l'azienda partner censurata persista nel comportamento vietato o violi per la terza volta il Codice, la Commissione potrà proporre ai Consiglio di

Amministrazione My Jechely, oltre alla predetta sanzione pecuniaria per un importo non inferiore a 2.500,00 euro, di procedere all'esclusione dal gruppo di Acquisto.