

V. 2023

CODICE ETICO DELL'ASSOCIAZIONE

PREMESSA

L'Associazione A.E.C.I. APS (d'ora in avanti anche Associazione o semplicemente A.E.C.I.), ente indipendente per la tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti, adotta il presente Codice Etico al fine di garantire che:

- le **pratiche collettive**,
- le **azioni inibitorie**,
- gli **esposti e le segnalazioni alle Autorità italiane ed europee**

siano gestiti secondo principi di **legalità, indipendenza, trasparenza, correttezza, responsabilità e tutela dell'interesse generale dei consumatori**.

Il Codice vincola organi sociali, dirigenti, dipendenti, collaboratori, consulenti, volontari e chiunque, a qualunque titolo, operi per conto dell'Associazione in tali ambiti.

TITOLO I – PRINCIPI GENERALI

Art. 1 – Legalità e rispetto della normativa

1. A.E.C.I. agisce nel pieno rispetto della normativa nazionale ed europea in materia di tutela dei consumatori, delle norme sulle azioni collettive, delle disposizioni in tema di procedimenti dinanzi alle Autorità indipendenti e della normativa sulla protezione dei dati personali.
2. Ogni iniziativa collettiva, inibitoria o di segnalazione è valutata sulla base di **fondamenti giuridici seri e ragionevoli**, evitando azioni meramente strumentali o temerarie.

Art. 2 – Indipendenza e assenza di condizionamenti

1. Le scelte di A.E.C.I. in tema di pratiche collettive ed esposti sono **autonome e indipendenti** da interessi politici, economici, commerciali o personali.
2. È vietata qualsiasi forma di condizionamento da parte di imprese, fornitori, soggetti finanziatori o terzi che possa anche solo apparire idonea a influenzare l'operato dell'Associazione.

Art. 3 – Centralità dell'interesse collettivo

1. Nella selezione e gestione delle pratiche collettive e delle azioni inibitorie, A.E.C.I. persegue l'**interesse generale dei consumatori**, privilegiando i casi con impatto diffuso e rilevante.
2. L'Associazione evita di utilizzare strumenti collettivi per tutelare situazioni che abbiano esclusivamente natura personale o meramente individuale, salvo quando il caso singolo sia emblematico e idoneo a rappresentare un problema generale.



Art. 4 – Trasparenza e correttezza

1. L'Associazione informa in modo chiaro e comprensibile i consumatori coinvolti circa:
 - natura dell'iniziativa (collettiva, inhibitoria, esposto, azione giudiziaria, procedura amministrativa, ecc.);
 - limiti, rischi e possibili esiti;
 - eventuali costi, oneri, rimborsi spese o contributi richiesti.
2. È vietato promettere **risultati garantiti** o creare aspettative fuorvianti.

Art. 5 – Conflitto di interessi

1. Chiunque operi per conto dell'Associazione deve dichiarare tempestivamente eventuali **conflitti di interesse** (anche solo potenziali) rispetto a imprese o soggetti coinvolti nelle pratiche collettive o negli esposti.
2. In presenza di conflitto di interesse, il soggetto interessato si astiene da qualunque decisione o attività relativa al caso specifico.

TITOLO II – CRITERI DI SELEZIONE E GESTIONE DELLE PRATICHE COLLETTIVE

Art. 6 – Criteri di selezione delle iniziative collettive

1. L'Associazione valuta l'avvio di una pratica collettiva sulla base di criteri oggettivi, tra cui:
 - a. **Numero e rilevanza delle segnalazioni** ricevute;
 - b. **Gravità della violazione** dei diritti dei consumatori;
 - c. **Impatto economico e sociale** per la collettività;
 - d. **Solidità giuridica** della pretesa;
 - e. **Proporzionalità** tra costi/risorse impegnate e beneficio atteso per i consumatori.
2. La decisione di avviare, proseguire, sospendere o interrompere una pratica collettiva è assunta da un organo interno competente (es. Direzione, Consiglio Direttivo, Ufficio Legale) in modo collegiale e motivato.

Art. 7 – Informazione ai consumatori aderenti

1. I consumatori che aderiscono a iniziative collettive devono ricevere:
 - un **documento informativo sintetico**,
 - il **modulo di adesione** chiaro e comprensibile,
 - l'informativa privacy.
2. L'adesione deve essere **consapevole e libera**, senza pressioni o promesse ingannevoli.

Art. 8 – Divieto di sfruttamento commerciale della tutela collettiva

1. Le iniziative collettive non possono essere utilizzate come strumento di **marketing aggressivo** o di vendita di servizi non strettamente connessi alla tutela dei consumatori.



2. È vietato subordinare l'adesione a iniziative collettive alla sottoscrizione di servizi non necessari o a forme di pagamento sproporzionate rispetto ai costi effettivi.

Art. 9 – Gestione dei rapporti con gli studi legali

1. L'Associazione può avvalersi di avvocati e consulenti esterni, selezionati secondo criteri di **competenza, indipendenza e trasparenza**.
2. I rapporti economici con i professionisti devono essere chiari, documentati e comunicati, quando rilevanti, ai consumatori aderenti.
3. È vietata qualsiasi forma di accordo occulto con studi legali o controparti che possa compromettere l'interesse dei consumatori.

TITOLO III – AZIONI INIBITORIE

Art. 10 – Finalità delle azioni inibitorie

1. Le azioni inibitorie sono promosse dall'Associazione con l'obiettivo di **far cessare pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie, violazioni di legge o comportamenti discriminatori** in danno dei consumatori.
2. L'uso dello strumento inibitorio deve essere sempre **proporzionato, motivato e fondato** su un'analisi seria della violazione.

Art. 11 – Rapporto con le soluzioni stragiudiziali

1. Prima o parallelamente all'azione inibitoria, l'Associazione può valutare la possibilità di una **interlocuzione preventiva** con l'impresa o il soggetto responsabile, al fine di ottenere la cessazione spontanea delle condotte illecite.
2. Eventuali **accordi transattivi** devono:
 - essere messi per iscritto;
 - non limitare illegittimamente l'operato dell'Associazione verso altri soggetti;
 - rispettare i diritti già maturati dei consumatori.

Art. 12 – Pubblicità e comunicazione delle azioni inibitorie

1. La comunicazione pubblica delle azioni inibitorie deve essere **veritiera, prudente e non diffamatoria**, riportando i fatti in maniera corretta e distinguendo le **contestazioni** dagli **accertamenti definitivi**.
2. Si evita l'uso strumentale dei media esclusivamente per fini di immagine, quando ciò possa danneggiare l'effettivo buon esito dell'azione o la correttezza del contraddittorio.

TITOLO IV – ESPOSTI E SEGNALAZIONI ALLE AUTORITÀ ITALIANE ED EUROPEE

Art. 13 – Principi per la presentazione di esposti



A.E.C.I. APS NAZIONALE

iscritta al RUNTS (Det. Regione Lazio n. G14803/2022)
 Viale Palmiro Togliatti 1613 | 00155 Roma
 t. 06 45 10 914 | f. 0688 37 60 50
info@euroconsumatori.eu
aeci@pec.euroconsumatori.eu
www.euroconsumatori.eu

A.E.C.I. È ANCHE MEMBRO DI

Federazione iConsumatori
 CNUC presso Ministero MIMIT
 BEUC | in qualità di membro Federazione CIE
 ASVIS | Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile
 ALLEANZA CONTRO LA POVERTÀ' ENERGETICA
 OIC | Osservatorio Imprese e Consumatori
 CCRU LAZIO | CRUC TOSCANA | CCRU ABRUZZO

A.E.C.I. APS NAZIONALE

Viale Palmiro Togliatti 1613 | 00155 Roma
 t. 06 45 10 914 | f. 0688 37 60 50
info@euroconsumatori.eu
aeci@pec.euroconsumatori.eu
www.euroconsumatori.eu

1. L'Associazione presenta esposti e segnalazioni alle Autorità competenti (italiane ed europee) solo quando:
 - sussista un **fumus** di violazione della legge;
 - vi sia un **interesse collettivo** dei consumatori;
 - altre forme di interlocuzione non siano risultate adeguate o sufficienti.
2. È vietato utilizzare gli esposti come strumento di **pressione impropria** o ritorsione personale.

Art. 14 – Veridicità e accuratezza delle informazioni

1. Gli esposti devono essere basati su **informazioni verificate, documentate e attendibili**.
2. L'Associazione si impegna a:
 - verificare le fonti;
 - raccogliere documenti e prove;
 - evitare dichiarazioni eccessive o non supportate.

Art. 15 – Rapporti con le Autorità

1. L'Associazione collabora in modo **leale e trasparente** con le Autorità italiane ed europee, fornendo chiarimenti, documenti e dati richiesti, nel rispetto della normativa privacy.
2. L'Associazione non interferisce con l'autonomia decisionale delle Autorità e si astiene dal commentare in modo improprio procedimenti in corso, quando ciò possa essere frainteso o pregiudizievole.

Art. 16 – Feedback ai consumatori

1. Quando possibile, l'Associazione informa i consumatori interessati sullo **stato delle segnalazioni** e sugli eventuali provvedimenti assunti dalle Autorità.
2. In caso di archiviazione o mancato accoglimento, l'Associazione comunica in modo trasparente le ragioni note e valuta eventuali ulteriori strumenti di tutela compatibili con la legge.

TITOLO V – RAPPORTO CON I CONSUMATORI E GLI ASSOCIATI

Art. 17 – Chiarezza sulle aspettative

1. L'Associazione spiega che:
 - nessuna azione (collettiva, inibitoria, esposto) garantisce un esito favorevole;
 - i tempi possono essere lunghi;
 - le decisioni delle Autorità o dei giudici sono autonome e non controllabili dall'Associazione.
2. Viene evitata qualsiasi comunicazione che possa creare **illusioni di guadagni facili o rimborsi certi**.

Art. 18 – Trattamento equo e non discriminatorio



A.E.C.I. APS NAZIONALE

iscritta al RUNTS (Det. Regione Lazio n. G14803/2022)
 Viale Palmiro Togliatti 1613 | 00155 Roma
 t. 06 45 10 914 | f. 0688 37 60 50
info@euroconsumatori.eu
aeci@pec.euroconsumatori.eu
www.euroconsumatori.eu

A.E.C.I. È ANCHE MEMBRO DI

Federazione iConsumatori
 CNUC presso Ministero MIMIT
 BEUC | in qualità di membro Federazione CIE
 ASVIS | Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile
 ALLEANZA CONTRO LA POVERTÀ' ENERGETICA
 OIC | Osservatorio Imprese e Consumatori
 CCRU LAZIO | CRUC TOSCANA | CCRU ABRUZZO

A.E.C.I. APS NAZIONALE

Viale Palmiro Togliatti 1613 | 00155 Roma
 t. 06 45 10 914 | f. 0688 37 60 50
info@euroconsumatori.eu
aeci@pec.euroconsumatori.eu
www.euroconsumatori.eu

1. Tutti i consumatori sono trattati con **pari dignità e rispetto**, indipendentemente da appartenenze politiche, religiose, etniche, genere, condizioni economiche o altre caratteristiche personali.
2. Non sono ammessi comportamenti discriminatori nella selezione dei casi o nell'accesso alle iniziative collettive.

TITOLO VI – RAPPORTI CON LE IMPRESE, I MEDIA E TERZI

Art. 19 – Rapporti con le imprese e le controparti

1. Il dialogo con le imprese è improntato a **correttezza e fermezza**, con l'obiettivo di ristabilire il rispetto dei diritti dei consumatori.
2. Sono vietati:
 - accordi segreti;
 - patti che limitino indebitamente la libertà futura dell'Associazione;
 - accettazione di vantaggi personali per i rappresentanti dell'Associazione.

Art. 20 – Comunicazione pubblica e media

1. Le dichiarazioni pubbliche devono essere:
 - basate su fatti verificati;
 - espresse con linguaggio misurato;
 - rispettose del principio di presunzione di innocenza fino agli accertamenti definitivi.
2. L'Associazione non diffonde dati o informazioni coperte da segreto istruttorio o comunque non divulgabili.

TITOLO VII – RAPPORTI CON FINANZIATORI E SPONSOR

Art. 21 – Indipendenza dalle fonti di finanziamento

1. Contributi pubblici, privati, donazioni e sponsorizzazioni non possono in alcun modo condizionare:
 - la scelta dei casi;
 - il contenuto degli esposti;
 - la decisione di promuovere o meno un'azione collettiva.
2. L'Associazione rifiuta finanziamenti che possano compromettere anche solo **apparentemente** la propria indipendenza.

TITOLO VIII – PROTEZIONE DEI DATI E DOCUMENTAZIONE



Art. 22 – Tutela dei dati personali

1. I dati personali dei consumatori coinvolti nelle iniziative collettive, nelle azioni inibitorie e negli esposti sono trattati nel rispetto della normativa vigente in materia di **protezione dei dati personali**.
2. L'Associazione assicura:
 - uso dei dati solo per le finalità comunicate;
 - conservazione sicura;
 - accesso limitato al personale autorizzato.

Art. 23 – Conservazione e tracciabilità

1. Ogni pratica collettiva, azione inibitoria o esposto è corredata da un **fascicolo** (anche digitale) contenente la documentazione principale, le decisioni interne e le comunicazioni rilevanti.
2. La tracciabilità delle decisioni garantisce la possibilità di **verifica interna** e di controllo da parte degli organi associativi.

TITOLO IX – VIGILANZA, FORMAZIONE E SANZIONI INTERNE

Art. 24 – Vigilanza interna

1. Un organo interno (es. Collegio dei Probiviri, Comitato Etico o altro organo previsto dallo Statuto) vigila sull'osservanza del presente Codice.
2. Chiunque venga a conoscenza di violazioni o comportamenti non conformi è tenuto a segnalarli all'organo competente.

Art. 25 – Formazione

1. L'Associazione promuove attività di **formazione periodica** per operatori, legali, volontari e personale coinvolto nella gestione delle pratiche collettive, inibitorie ed esposti, con particolare attenzione a:
 - principi etici;
 - aggiornamenti normativi;
 - buone prassi operative.

Art. 26 – Conseguenze delle violazioni

1. Le violazioni del presente Codice possono comportare, secondo la gravità del fatto e nel rispetto delle norme statutarie:
 - richiamo scritto;
 - sospensione da incarichi;
 - revoca di deleghe o funzioni;
 - esclusione dall'Associazione, nei casi più gravi.



2. Restano salve le ulteriori responsabilità civili, penali o disciplinari previste dalla legge.

TITOLO X – ADOZIONE, REVISIONE ED ENTRATA IN VIGORE

Art. 27 – Adozione e revisione

1. Il presente Codice Etico è adottato dall’Assemblea o dall’organo competente, secondo quanto previsto dallo Statuto.
2. Il Codice può essere **periodicamente aggiornato** per recepire modifiche normative, migliori prassi o esigenze emerse dall’esperienza operativa.

Art. 28 – Pubblicità e conoscibilità

1. Il Codice è pubblicato sul sito istituzionale dell’Associazione e messo a disposizione di associati, consumatori, Autorità e soggetti interessati.
2. L’adesione al Codice è condizione per lo svolgimento di incarichi e collaborazioni nelle aree coperte dal presente documento.

Se vuoi, nel messaggio dopo posso:

- adattarlo esplicitamente ad **AECI/AECI Lazio/AECI Nazionale**,
- inserire un paio di **riferimenti normativi “soft”** (es. “ai sensi della normativa nazionale ed europea in materia di tutela dei consumatori”),
- oppure prepararti una **versione “breve”** da allegare come appendice a regolamenti interni o delibere.

Hai detto:

inserisci riferimenti soft e adattalo a AECI NAZIONALE. Inserisci, se ritieni opportuno possibilità di collaborazioni con strutture esterne per la condivisione di azioni di classe, inibitorie e esposti collettivi

ChatGPT ha detto:

Ragionato per 11s

Perfetto, lo rifaccio cucito su **AECI Nazionale**, con riferimenti normativi “soft” e una parte chiara sulle **collaborazioni con altre strutture** per azioni di classe, inibitorie ed esposti congiunti.

CODICE ETICO DI A.E.C.I. NAZIONALE

per la gestione delle pratiche collettive, azioni di classe, azioni inibitorie ed esposti alle Autorità italiane ed europee

PREMESSA



A.E.C.I. APS NAZIONALE

iscritta al RUNTS (Det. Regione Lazio n. G14803/2022)
Viale Palmiro Togliatti 1613 | 00155 Roma
t. 06 45 10 914 | f. 0688 37 60 50
info@euroconsumatori.eu
aeci@pec.euroconsumatori.eu
www.euroconsumatori.eu

A.E.C.I. È ANCHE MEMBRO DI

Federazione iConsumatori
CNUC presso Ministero MIMIT
BEUC | in qualità di membro Federazione CIE
ASVIS | Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile
ALLEANZA CONTRO LA POVERTÀ' ENERGETICA
OIC | Osservatorio Imprese e Consumatori
CRCU LAZIO | CRUC TOSCANA | CRCU ABRUZZO

A.E.C.I. APS NAZIONALE

Viale Palmiro Togliatti 1613 | 00155 Roma
t. 06 45 10 914 | f. 0688 37 60 50
info@euroconsumatori.eu
aeci@pec.euroconsumatori.eu
www.euroconsumatori.eu

L'Associazione Europea Consumatori Indipendenti – A.E.C.I. Nazionale (di seguito "AECI"), quale Ente del Terzo Settore impegnato nella tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti, adotta il presente Codice Etico al fine di garantire che:

- le **pratiche collettive**,
- le **azioni di classe**,
- le **azioni inibitorie**,
- gli **esposti e le segnalazioni** alle Autorità italiane ed europee

siano gestiti nel rispetto dei principi di **legalità, indipendenza, trasparenza, correttezza, responsabilità, proporzionalità e tutela dell'interesse generale dei consumatori**.

AECI si ispira, in particolare, alla normativa nazionale ed europea in materia di tutela dei consumatori e degli utenti (tra cui il **Codice del Consumo** e la normativa in tema di **azioni rappresentative e azioni di classe**), nonché alla disciplina sulla **protezione dei dati personali** (Regolamento (UE) 2016/679 – GDPR e normativa nazionale di attuazione).

Il Codice vincola organi sociali, dirigenti, dipendenti, collaboratori, consulenti, volontari e chiunque, a qualunque titolo, operi per conto di AECI nelle materie disciplinate.

TITOLO I – PRINCIPI GENERALI

Art. 1 – Legalità e rispetto della normativa

1. AECI agisce nel pieno rispetto:
 - della normativa nazionale ed europea a tutela dei consumatori e degli utenti;
 - della disciplina sulle **azioni di classe** e sulle **azioni rappresentative**;
 - delle regole procedurali dinanzi alle Autorità indipendenti e alle Autorità giudiziarie;
 - della normativa in materia di **protezione dei dati personali** e segreto d'ufficio.
2. Ogni iniziativa collettiva, inibitoria, esposto o azione di classe è intrapresa solo in presenza di **fondamenti giuridici seri e ragionevoli**, evitando iniziative temerarie o meramente strumentali.

Art. 2 – Indipendenza e assenza di condizionamenti

1. Le scelte di AECI sono **autonome e indipendenti** da interessi politici, economici, commerciali o personali.
2. È vietata ogni forma di condizionamento da parte di imprese, finanziatori, sponsor o soggetti terzi che possa anche solo **apparire** idonea a influenzare la tutela effettiva dei consumatori.

Art. 3 – Centralità dell'interesse collettivo

1. Nella selezione e gestione di pratiche collettive, azioni di classe, azioni inibitorie ed esposti, AECI persegue l'**interesse generale dei consumatori**, privilegiando i casi con impatto diffuso e rilevante.



2. Non vengono utilizzati strumenti collettivi per fini esclusivamente personali o individuali, salvo casi singoli emblematici, idonei a rappresentare un problema generalizzato.

Art. 4 – Trasparenza e correttezza

1. AECA informa in modo chiaro e comprensibile i consumatori coinvolti riguardo a:
 - o natura dell'iniziativa (esposto, azione di classe, azione inibitoria, altra procedura);
 - o limiti, rischi, possibili esiti e tempi presumibili;
 - o eventuali costi, oneri, rimborsi spese o contributi richiesti.
2. È vietato promettere **risultati garantiti** o rimborsi certi, o usare toni che possano creare aspettative irrealistiche.

Art. 5 – Conflitti di interesse

1. Chiunque operi per conto di AECA deve dichiarare tempestivamente eventuali **conflitti di interesse**, anche solo potenziali, rispetto alle imprese o ai soggetti coinvolti nei casi trattati.
2. In presenza di conflitto di interesse, il soggetto interessato è tenuto ad **astenersi** da decisioni e attività relative allo specifico caso.

TITOLO II – CRITERI DI SELEZIONE E GESTIONE DELLE PRATICHE COLLETTIVE E DELLE AZIONI DI CLASSE

Art. 6 – Criteri di selezione

1. AECA valuta l'avvio di pratiche collettive o azioni di classe in base a criteri oggettivi, tra cui:
 - a. **Numero e coerenza delle segnalazioni** ricevute;
 - b. **Gravità e durata** della violazione dei diritti dei consumatori;
 - c. **Impatto economico e sociale** per la collettività;
 - d. **Solidità giuridica** della pretesa;
 - e. **Proporzionalità** tra risorse impiegate e beneficio atteso per i consumatori.
2. La decisione di avviare, proseguire, sospendere o interrompere una pratica collettiva o un'azione di classe è assunta da un organo interno competente di AECA (es. Direzione Nazionale, Consiglio Direttivo, Ufficio Legale), in modo collegiale e motivato.

Art. 7 – Informazione ai consumatori aderenti

1. I consumatori che aderiscono a iniziative collettive o azioni di classe ricevono:
 - o un **documento informativo sintetico** con l'illustrazione dell'iniziativa;
 - o il **modulo di adesione** chiaro e comprensibile;
 - o l'**informativa privacy** e il consenso, ove richiesto.
2. L'adesione deve essere **libera, consapevole e informata**, senza pressioni indebite o promesse fuorvianti.

Art. 8 – Divieto di sfruttamento commerciale

A.E.C.I. APS NAZIONALE	A.E.C.I. È ANCHE MEMBRO DI	A.E.C.I. APS NAZIONALE
iscritta al RUNTS (Det. Regione Lazio n. G14803/2022) Viale Palmiro Togliatti 1613 00155 Roma t. 06 45 10 914 f. 0688 37 60 50 info@euroconsumatori.eu aeci@pec.euroconsumatori.eu www.euroconsumatori.eu	Federazione iConsumatori CNUC presso Ministero MIMIT BEUC in qualità di membro Federazione CIE ASVIS Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile ALLEANZA CONTRO LA POVERTÀ' ENERGETICA OIC Osservatorio Imprese e Consumatori CRCU LAZIO CRUC TOSCANA CRCU ABRUZZO	Viale Palmiro Togliatti 1613 00155 Roma t. 06 45 10 914 f. 0688 37 60 50 info@euroconsumatori.eu aeci@pec.euroconsumatori.eu www.euroconsumatori.eu



1. Le iniziative collettive e le azioni di classe non possono essere usate come strumenti di **marketing aggressivo** o di vendita di servizi estranei alla tutela dei consumatori.
2. È vietato subordinare l'adesione a iniziative collettive alla sottoscrizione di servizi non necessari o a corrispettivi sproporzionati rispetto ai costi effettivi.

Art. 9 – Rapporti con studi legali e consulenti

1. AECI può avvalersi di avvocati e consulenti esterni, selezionati secondo criteri di **competenza, indipendenza e trasparenza**, nel rispetto della normativa sulle azioni di classe e sulle azioni rappresentative.
2. I rapporti economici con i professionisti sono chiari, documentati e, quando rilevanti per i consumatori aderenti, dichiarati e illustrati.
3. È vietata qualsiasi forma di accordo occulto con studi legali o controparti che possa pregiudicare l'interesse dei consumatori o l'immagine di AECI.

TITOLO III – COLLABORAZIONI CON STRUTTURE ESTERNE

Art. 10 – Collaborazioni per azioni di classe, inibitorie ed esposti congiunti

1. AECI può collaborare con **altre associazioni di consumatori, enti del Terzo Settore, comitati, organizzazioni nazionali o europee** per:
 - la promozione congiunta di **azioni di classe**;
 - la proposizione di **azioni inibitorie condivise**;
 - la presentazione di **esposti e segnalazioni collettive** alle Autorità italiane ed europee.
2. Tali collaborazioni sono improntate a:
 - **parità e reciproco rispetto**;
 - **condivisione di obiettivi** di tutela dei consumatori;
 - **trasparenza dei ruoli** e delle responsabilità;
 - **rispetto dell'indipendenza** di ciascun soggetto.
3. AECI non aderisce a collaborazioni che implichino:
 - limitazioni ingiustificate alla propria libertà di azione presente o futura;
 - rinunce incompatibili con l'interesse dei consumatori;
 - accordi che possano risultare in contrasto con la normativa nazionale o europea.
4. In caso di azioni congiunte, AECI si impegna a regolare i rapporti mediante **accordi scritti**, che definiscano:
 - obiettivi comuni;



- riparto di attività e responsabilità;
- modalità di gestione dei dati e della comunicazione;
- criteri di eventuale riparto di rimborsi o somme riconosciute a titolo di spese.

TITOLO IV – AZIONI INIBITORIE

Art. 11 – Finalità

1. Le azioni inibitorie promosse da AECL mirano a ottenere la **cessazione di pratiche commerciali scorrette, violazioni del Codice del Consumo, clausole vessatorie, condotte discriminatorie o comunque illecite** in danno dei consumatori.
2. L'utilizzo di tale strumento avviene nel rispetto dei principi di **proporzionalità, ragionevolezza e buona fede**, previa adeguata istruttoria.

Art. 12 – Interlocuzione preventiva e soluzioni stragiudiziali

1. Ove opportuno e compatibile con l'interesse dei consumatori, AECL può attivare una **interlocuzione preventiva** con l'impresa o il soggetto responsabile per ottenere la cessazione spontanea delle condotte illecite.
2. Eventuali **accordi transattivi o protocolli correttivi** devono:
 - risultare da atti scritti;
 - essere coerenti con l'interesse collettivo dei consumatori;
 - non limitare illegittimamente l'operato futuro di AECL né comprimere diritti già maturati dei consumatori.

Art. 13 – Comunicazione delle azioni inibitorie

1. La comunicazione pubblica delle azioni inibitorie deve essere **corretta, prudente e non diffamatoria**, distinguendo chiaramente:
 - le **contestazioni** mosse da AECL;
 - gli eventuali **accertamenti definitivi** di Autorità o giudici.
2. È evitato l'uso strumentale dei media se ciò può pregiudicare il buon esito dell'azione o il corretto svolgimento del contraddittorio.

TITOLO V – ESPOSTI E SEGNALAZIONI ALLE AUTORITÀ ITALIANE ED EUROPEE

Art. 14 – Principi di presentazione

1. AECL presenta esposti e segnalazioni alle Autorità italiane ed europee (ad esempio Autorità Antitrust, Autorità di regolazione settoriali, Autorità di vigilanza, Commissione Europea, organismi europei competenti) quando:



- sussista un **fumus** di violazione di norme a tutela dei consumatori o della concorrenza;
 - sia coinvolto un **interesse collettivo** rilevante;
 - il ricorso alle Autorità sia ritenuto strumento adeguato e proporzionato.
2. Gli esposti non sono utilizzati come strumento di **ritorsione personale** o per controversie meramente private.

Art. 15 – Veridicità, documentazione e accuratezza

1. Gli esposti di AECI si fondano su fatti **verificati, documentati e attendibili**.
2. AECI si impegna a:
 - raccogliere e conservare documenti, segnalazioni e prove;
 - verificare l'attendibilità delle fonti;
 - evitare affermazioni generiche o non supportate da un minimo di riscontri.

Art. 16 – Rapporti con le Autorità

1. AECI collabora in modo **leale e trasparente** con le Autorità competenti, fornendo, quando richiesto:
 - chiarimenti;
 - documentazione;
 - elementi integrativi.
2. AECI rispetta l'autonomia delle Autorità e si astiene dal porre in essere condotte che possano influenzare impropriamente i procedimenti in corso.

Art. 17 – Informazione ai consumatori

1. Quando possibile, AECI informa i consumatori interessati sullo **stato degli esposti** e sugli eventuali provvedimenti adottati dalle Autorità.
2. In caso di archiviazione o mancato accoglimento, AECI comunica con trasparenza le ragioni note, valutando eventuali ulteriori strumenti di tutela compatibili con la legge.

TITOLO VI – RAPPORTO CON I CONSUMATORI E GLI ASSOCIATI

Art. 18 – Chiarezza sulle aspettative

1. AECI chiarisce che:
 - nessuna azione (collettiva, inibitoria, di classe o esperto) garantisce un esito favorevole;
 - i tempi possono essere lunghi e dipendono da Autorità e giudici;
 - le decisioni finali non sono nella disponibilità di AECI.
2. È fatto divieto di comunicare in modo da far pensare a **risarcimenti o risultati certi**.



Art. 19 – Trattamento equo e non discriminatorio

1. Tutti i consumatori sono trattati con **pari dignità e rispetto**, senza discriminazioni di alcun tipo.
2. Non sono ammesse discriminazioni nell'accesso alle iniziative collettive, fatti salvi criteri oggettivi e motivati di priorità legati alla tutela dell'interesse collettivo.

TITOLO VII – RAPPORTI CON IMPRESE, MEDIA E TERZI

Art. 20 – Rapporti con le imprese e le controparti

1. Il dialogo con le imprese e le controparti è improntato a **correttezza, fermezza e lealtà**, con l'obiettivo di ristabilire il rispetto dei diritti dei consumatori.
2. Sono vietati:
 - accordi segreti;
 - patti che limitino indebitamente la futura libertà d'azione di AECI;
 - vantaggi personali per rappresentanti o collaboratori di AECI.

Art. 21 – Comunicazione pubblica e media

1. Le dichiarazioni pubbliche di AECI:
 - si basano su fatti verificati;
 - utilizzano un linguaggio sobrio e non diffamatorio;
 - rispettano la presunzione di innocenza fino a decisioni definitive.
2. È vietata la diffusione di informazioni coperte da segreto o non divulgabili per legge.

TITOLO VIII – RAPPORTI CON FINANZIATORI E SPONSOR

Art. 22 – Indipendenza dalle fonti di finanziamento

1. Contributi pubblici, privati, donazioni e sponsorizzazioni non possono condizionare:
 - la scelta dei casi;
 - il contenuto degli esposti;
 - la decisione di promuovere o meno azioni di classe o inibitorie.
2. AECI rifiuta finanziamenti che possano compromettere, anche solo in apparenza, la propria **indipendenza**.

TITOLO IX – PROTEZIONE DEI DATI E DOCUMENTAZIONE

Art. 23 – Tutela dei dati personali

	A.E.C.I. APS NAZIONALE	A.E.C.I. È ANCHE MEMBRO DI	A.E.C.I. APS NAZIONALE
	iscritta al RUNTS (Det. Regione Lazio n. G14803/2022) Viale Palmiro Togliatti 1613 00155 Roma t. 06 45 10 914 f. 0688 37 60 50 info@euroconsumatori.eu aeci@pec.euroconsumatori.eu www.euroconsumatori.eu	Federazione iConsumatori CNUC presso Ministero MIMIT BEUC in qualità di membro Federazione CIE ASVIS Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile ALLEANZA CONTRO LA POVERTÀ' ENERGETICA OIC Osservatorio Imprese e Consumatori CCRU LAZIO CRUC TOSCANA CCRU ABRUZZO	Viale Palmiro Togliatti 1613 00155 Roma t. 06 45 10 914 f. 0688 37 60 50 info@euroconsumatori.eu aeci@pec.euroconsumatori.eu www.euroconsumatori.eu

1. I dati personali dei consumatori sono trattati da AECI nel rispetto del **GDPR** e delle norme nazionali di attuazione.
2. AECI garantisce:
 - uso dei dati solo per le finalità comunicate;
 - conservazione sicura;
 - accesso limitato al personale autorizzato;
 - adeguate misure tecniche e organizzative di sicurezza.

Art. 24 – Conservazione, archiviazione e tracciabilità

1. Ogni pratica collettiva, azione di classe, azione inibitoria o esposto è corredata da un **fascicolo** (cartaceo o digitale) contenente gli atti principali, le decisioni interne, le comunicazioni rilevanti.
2. La tracciabilità delle decisioni consente verifiche interne e controlli degli organi associativi.

TITOLO X – VIGILANZA, FORMAZIONE E SANZIONI INTERNE

Art. 25 – Vigilanza

1. Un organo interno (es. **Collegio dei Probiviri, Comitato Etico o altro organo previsto dallo Statuto di AECI**) vigila sull'osservanza del presente Codice.
2. Chiunque venga a conoscenza di violazioni del Codice è tenuto a segnalarle all'organo competente, nel rispetto delle procedure interne.

Art. 26 – Formazione

1. AECI promuove attività di **formazione periodica** per operatori, referenti territoriali, volontari, consulenti e legali che operano su pratiche collettive, azioni di classe, azioni inibitorie ed esposti.
2. La formazione riguarda in particolare:
 - principi etici;
 - novità normative;
 - buone prassi operative e relazionali con i consumatori.

Art. 27 – Conseguenze delle violazioni

1. Le violazioni del presente Codice Etico possono comportare, in base alla gravità del fatto e nel rispetto dello Statuto di AECI:
 - richiamo verbale o scritto;
 - sospensione da incarichi o funzioni;
 - revoca di deleghe e ruoli;
 - esclusione dall'Associazione nei casi più gravi.



2. Restano ferme eventuali responsabilità civili, penali, disciplinari o deontologiche previste dalla legge e dagli ordini professionali.

TITOLO XI – ADOZIONE, REVISIONE ED ENTRATA IN VIGORE

Art. 28 – Adozione e revisione

1. Il presente Codice Etico è adottato da **AECI Nazionale** mediante deliberazione dell’organo competente secondo Statuto.
2. Il Codice può essere aggiornato per recepire:
 - modifiche normative;
 - migliori prassi nazionali ed europee;
 - esigenze emerse dall’esperienza operativa.

Art. 29 – Pubblicità e conoscibilità

1. Il Codice è pubblicato sul sito istituzionale di AECI Nazionale e messo a disposizione di associati, consumatori, Autorità e soggetti interessati.
2. L’adesione al presente Codice è condizione per lo svolgimento di incarichi, collaborazioni e funzioni in AECI nell’ambito delle attività qui disciplinate.



A.E.C.I. APS NAZIONALE

iscritta al RUNTS (Det. Regione Lazio n. G14803/2022)
 Viale Palmiro Togliatti 1613 | 00155 Roma
 t. 06 45 10 914 | f. 0688 37 60 50
info@euroconsumatori.eu
aeci@pec.euroconsumatori.eu
www.euroconsumatori.eu

A.E.C.I. È ANCHE MEMBRO DI

Federazione iConsumatori
 CNCU presso Ministero MIMIT
 BEUC | in qualità di membro Federazione CIE
 ASVIS | Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile
 ALLEANZA CONTRO LA POVERTÀ' ENERGETICA
 OIC | Osservatorio Imprese e Consumatori
 CRCU LAZIO | CRUC TOSCANA | CRCU ABRUZZO

A.E.C.I. APS NAZIONALE

Viale Palmiro Togliatti 1613 | 00155 Roma
 t. 06 45 10 914 | f. 0688 37 60 50
info@euroconsumatori.eu
aeci@pec.euroconsumatori.eu
www.euroconsumatori.eu