

# Associazione Comasca Agenti d’Affari in Mediazione

## F.I.M.A.A. Como

### CODICE DEONTOLOGICO

#### • **CAPITOLO I: PRINCIPI GENERALI E FINALITÀ'**

##### **Art. 1 - Codice Deontologico: principi generali**

- a. I principi ispiratori del presente Codice Deontologico sono correttezza, rispetto, trasparenza, professionalità e salvaguardia di tutti gli interessi coinvolti;
- b. Le regole di comportamento contenute nel presente Codice sono vincolanti per il Mediatore Associato; l’assoggettamento del Mediatore Associato al presente Codice avviene per effetto dell’iscrizione alla F.I.M.A.A. Como;
- c. Le regole di utilizzo del marchio associativo e della modulistica sono descritte nel Regolamento Interno dell’Associazione; le Commissioni disciplinari preposte al controllo in merito al corretto utilizzo del marchio e della modulistica provvedono ad ammonire e/o sanzionare l’Associato inadempiente.

##### **Art. 2 - Codice Deontologico: finalità**

- a. Il Codice Deontologico della F.I.M.A.A. Como definisce delle regole e fornisce dei suggerimenti comportamentali al fine di improntare l’attività professionale del Mediatore Associato secondo i principi di correttezza, rispetto, professionalità e trasparenza a tutela del Consumatore, dei Mediatori Associati e più in generale della Categoria;
- b. Il Codice Deontologico inoltre determina i parametri necessari alla F.I.M.A.A. Como per verificare la posizione dei propri iscritti rispetto a controversie, vertenze o contestazioni eventualmente insorte fra Mediatori Associati e fra Mediatore Associato e Cliente, consentendo agli Organi preposti dell’Associazione di adottare eventuali provvedimenti disciplinari nei confronti del Mediatore Associato che avesse trasgredito a quanto previsto dalle Leggi vigenti e/o dal presente Codice - ai sensi e per effetto dello Statuto della F.I.M.A.A. Como (\*1).

#### • **CAPITOLO II: NORME DI COMPORTAMENTO**

##### **Art. 3 - Norme generali di comportamento**

Il Mediatore Associato deve:

1. agire con la diligenza e la cura del buon padre di famiglia, secondo i principi morali di lealtà e di fedeltà nei confronti sia dell’Associazione che della Federazione Nazionale, rispettando le regole ed i canoni di correttezza e di professionalità;
2. agire sempre nel rispetto delle leggi in generale ed in particolare di quelle che regolano la professione dando prova al Cliente che ne faccia richiesta di essere regolarmente iscritto al Ruolo Mediatori e di aver depositato i propri formulari presso la CCIAA;
3. richiedere e rispettare rigorosamente il segreto professionale ed esigere che questo venga osservato anche da parte di Collaboratori, Dipendenti e Colleghi che lo coadiuvano nello svolgimento dell’attività, attenendosi anche a quanto previsto dalla Legge 196/2003 sulla Tutela dei Dati Personalini (Privacy);
4. essere aggiornato costantemente (formazione permanente) affinché la propria prestazione professionale possa essere qualificata e competente;
5. agire sempre con trasparenza, evitando ogni possibile equivoco nell’interesse delle parti ed evitando di creare pregiudizio alla dignità della professione;
6. astenersi dall’adottare forme di pubblicità scorretta e menzognera, ricordando che è illecito omettere di comunicare precisazioni e fatti necessari al Cliente per valutare correttamente un prodotto, un’attività o un servizio.

##### **Art. 4 - Norme di comportamento: rapporti fra Mediatori (Impresa / Impresa)**

- a. E’ fatto divieto di collaborare con chi esercita abusivamente la professione;

- b. E' fatto divieto di operare direttamente con persone vincolate da rapporto societario, di dipendenza o di collaborazione ad altri Colleghi, se tale collaborazione operativa non è stata preventivamente pattuita con i titolari delle rispettive Imprese;
- c. E' dovere del Mediatore qualificarsi sempre come tale, oltre che con i Clienti, anche con i Colleghi in caso di trattative in cui siano interessati più Mediatori;
- d. E' vietata l'utilizzazione di mezzi che possano creare equivoci e confusione sul mercato
- e. In caso di affare concluso per intervento di più Mediatori la suddivisione della provvigione deve essere preventivamente pattuita fra le parti, possibilmente in forma scritta; in mancanza di accordi le provvigioni verranno suddivise secondo quanto stabilito dal Codice Civile e dagli Usi e Consuetudini locali;
- f. Nel caso di pluralità di Mediatori, con incarico in esclusiva conferito ad uno di essi, la titolarità dello stesso resta al Mediatore che ne è intestatario;
- g. Nello svolgimento della propria attività professionale il Mediatore non deve compiere atti di concorrenza sleale;
- h. In particolare il Mediatore Associato deve astenersi dall'utilizzare il marchio F.I.M.A.A. Como, F.I.M.A.A. (ed ogni altro segno distintivo che determini l'appartenenza del Soggetto alla F.I.M.A.A. Como – F.I.M.A.A. Italia) per promuovere forme di concorrenza sleale;
- i. Il Mediatore Associato è tenuto a denunciare agli Organi competenti della F.I.M.A.A. Como ed a quelli della C.C.I.A.A. ogni forma di concorrenza sleale, pubblicità menzognera, utilizzo abusivo del marchio e/o della modulistica F.I.M.A.A. e quant'altro possa arrecare danno all'immagine della professione e/o dell'Associazione - di cui fosse testimone; in particolare: 1) in caso di contrasto, divergenza o vertenza tra Mediatori Associati, le relative pratiche di denuncia dovranno essere sottoposte al Collegio dei Probiviri della F.I.M.A.A. Como che svolgerà le istruttorie necessarie, con preminente spirito di conciliazione fra le parti; 2) nel caso in cui la denuncia venga effettuata nei confronti di Mediatori non o non più Associati, il Collegio dei Probiviri provvederà, se di sua competenza (es.: abuso della modulistica e del marchio associativo), ad inviare diffida scritta all'interessato oppure, se del caso, ad inoltrare la pratica alla Commissione Ruolo Mediatori della C.C.I.A.A. di riferimento; 3) in caso di denuncia di abusivismo "noto" (vale a dire di esercizio abusivo della professione in presenza di prove) la segnalazione dovrà essere indirizzata direttamente alla Commissione Ruolo Mediatori della C.C.I.A.A. e, per opportuna conoscenza, al Consiglio Direttivo, che provvederà a inviarne copia al collegio dei Probiviri.

#### **Art. 5 - Norme di comportamento: rapporti fra Mediatore e Cliente (Impresa / Consumatore)**

- a. Il Mediatore Associato deve sempre agire nel rispetto di quanto stabilito dalla F.I.M.A.A. Como relativamente ai contenuti della propria modulistica, soprattutto in materia di durata degli incarichi, termini e durata dell'irrevocabilità, eventuale clausola d'esclusiva – ove ammissibile e sottoscritta , previa definizione della stessa con il Cliente -, corretta individuazione del bene mediato, comunicazione di avvenuta o mancata accettazione delle proposte e restituzione somme; in particolare, per quanto concerne la modulistica, il Mediatore Associato deve utilizzare preferibilmente modelli contrattuali redatti dalla F.I.M.A.A., qualora si dotasse di formulari propri gli stessi devono essere redatti nel rispetto delle "Linee Guida" definite dalla Commissione Ruolo Mediatori della CCIAA di Como;
- b. Il Mediatore Associato deve dare una corretta ed imparziale valutazione del bene mediato e - se richiesto - deve essere disponibile a prestare al Cliente servizio di assistenza fino all'effettiva conclusione del contratto (es.: nel settore immobiliare fino al rogito oppure alla registrazione del contratto di locazione);
- c. Il Mediatore Associato deve astenersi dall'accettare incarichi che non possa svolgere con adeguata competenza (es.: se non è a conoscenza delle leggi / norme / regolamenti o semplicemente dei parametri di valutazione per alcune tipologie particolari di prodotti, come attività commerciali, terreni, ecc.) a meno che non dichiari di avvalersi della collaborazione di altri Colleghi e/o professionisti di settore;

d. Per ogni incarico acquisito, preferibilmente in forma scritta, il Mediatore Associato deve reperire ogni documento ed altro elemento necessario e/o utile al corretto svolgimento della propria attività mediatoria;

e. Il Mediatore Associato deve informare il Cliente relativamente alle eventuali obiettive difficoltà che possano sorgere in merito all'affare oggetto della mediazione;

f. Dopo aver stabilito le condizioni essenziali di una proposta di acquisto o di locazione, il Mediatore Associato è tenuto: 1) in caso di ricevimento di una proposta perfettamente conforme all'incarico a non raccogliere altre proposte fino all'esito della predetta proposta; 2) in caso di proposta inferiore a quanto previsto dall'incarico, ad informare il proponente che, qualora venissero raccolte altre proposte migliori, è dovere del Mediatore sottoporre le stesse al venditore / locatore; in ogni caso il Mediatore Associato si obbliga a tenere le parti sempre al corrente dell'andamento delle trattative;

g. Il Mediatore Associato non deve mai confondere il proprio compenso (provvigione) con il denaro ricevuto per conto terzi (caparra), ossia non deve mai incassare somme diverse dalle proprie spettanze;

h. In caso di vendita diretta da parte di un Mediatore Associato di un bene proprio lo stesso Mediatore Associato dovrà dichiarare di essere in quel caso venditore e non intermediario.

## **Art. 6 - Norme di comportamento: rapporti fra Mediatore Titolare e Mediatori Dipendenti e/o Mediatori Collaboratori**

Oltre a rispettare quanto previsto all'Art. 5, punto a) 3. del presente Codice, il Mediatore Associato deve garantire ai Clienti ed alla F.I.M.A.A. Como di avere informato i Mediatori Dipendenti e/o Mediatori Collaboratori che lavorano presso la propria Azienda sul contenuto del presente Codice Deontologico, assumendosi la responsabilità delle eventuali violazioni al Codice stesso effettuate da detti Dipendenti e/o Collaboratori durante lo svolgimento della loro attività mediatoria.

## • **CAPITOLO III: APPLICAZIONE**

### **Art. 7 – Organi di controllo: definizione e composizione**

a. Gli Organi di controllo sono:

1. Il Consiglio Direttivo e, per delega, il Comitato Esecutivo (Giunta)

2. Il Collegio dei Probiviri

3. La Commissione Vertenze

b. La composizione del Consiglio Direttivo, del Comitato Esecutivo (Giunta) e del Collegio dei Probiviri è regolamentata dallo Statuto del Collegio (\*2); la composizione della Commissione Vertenze è indicata in calce al presente Codice (\*\*).

### **Art. 8 – Organi di controllo: funzioni**

a. Come previsto dallo Statuto della F.I.M.A.A. Como (\*3), il compito di vigilare sul comportamento deontologico dei Mediatori Associati spetta al Consiglio Direttivo - o per delega al Comitato Esecutivo (Giunta) - con l'ausilio del Collegio dei Probiviri;

b. In caso di controversia fra Mediatori Associati e/o in presenza di comportamento non conforme a quanto previsto dal presente Codice e dallo Statuto della F.I.M.A.A. Como, al Collegio dei Probiviri compete statutariamente il compito di svolgere istruttorie, senza formalità di rito, e di conseguenza esprimere un parere e proporre al Consiglio Direttivo - o al Comitato Esecutivo (Giunta) - eventuali provvedimenti disciplinari nei confronti dei Mediatori Associati coinvolti; le istruttorie prevedono l'audizione delle parti con partecipazione delle stesse al procedimento in modo da garantire l'effettivo contraddittorio tra esse;

c. In caso di vertenza inoltrata da un Cliente nei confronti di un Mediatore Associato lo svolgimento dell'istruttoria, sempre senza formalità di rito, compete alla Commissione Vertenze che propone al Consiglio Direttivo - o al Comitato Esecutivo (Giunta) - eventuali provvedimenti disciplinari nei confronti del Mediatore Associato coinvolto;

d. Il Consiglio Direttivo ha la facoltà di richiedere la pubblicazione dei provvedimenti disciplinari adottati nei confronti dei Mediatori Associati;

e. La F.I.M.A.A. COMO, attraverso i propri Organi di controllo, si impegna ad effettuare un'azione continua di monitoraggio sull'impatto del presente Codice Deontologico sui propri iscritti (\*\*);

f. Il Mediatore Associato stesso deve agire in un'ottica di autocontrollo, divenendo controllore di sé stesso e quindi degli altri Mediatori Associati, in quanto parte di un Ente esponenziale di interessi comuni a tutti i partecipanti.

#### Art. 9 – Violazioni e sanzioni

a. Per quanto riguarda la natura delle violazioni, queste costituiscono un illecito disciplinare;

b. La violazione del Codice Deontologico comporta sempre e comunque la lesione del diritto d'onore dell'Associazione, a prescindere dalla prova del concreto pregiudizio;

c. Per quanto concerne le sanzioni si richiama quanto previsto dallo Statuto della F.I.M.A.A. Como (\*4), e cioè le stesse si applicano in forma di: 1) deplorazione scritta (diffida o ammonizione con invito formale ad uniformarsi a quanto deliberato dall'Organo di controllo); 2) sospensione dall'Associazione (da uno a sei mesi) e conseguente diffida ad utilizzare - nel periodo di sanzione - marchio, modulistica ed altri segni distintivi della F.I.M.A.A. Como e della F.I.M.A.A. ITALIA (nota: la sospensione comporta la temporanea interruzione da parte dell'Associazione di tutti i servizi al Mediatore Associato, a cominciare dalla corrispondenza e dalla copertura prevista dalla Polizza Assicurativa, dal 4 aprile 2001 obbligatoria per legge); 3) espulsione dall'Associazione con conseguente diffida ad interrompere immediatamente l'utilizzo del marchio, della modulistica e di altri segni distintivi della F.I.M.A.A. Como e della F.I.M.A.A. ITALIA (nota: lo Statuto prevede che il Mediatore Associato, per il quale è stata richiesta l'espulsione, venga convocato dal Consiglio Direttivo per un'audizione prima che la sanzione venga deliberata ed applicata).

### **Articoli dello Statuto F.I.M.A.A. Como menzionati nel presente Codice Deontologico:**

(\*1)

- Art. 5 punto c) - I Soci devono rispettare il Codice Deontologico dell'Associazione e devono astenersi da qualsiasi iniziativa in contrasto con gli scopi sociali e/o con gli interessi della Categoria

- Art. 16 punto f) - Al Collegio dei Probiviri vengono sottoposte tutte le questioni che non siano riservate ad altri Organi e che riguardano l'interpretazione e l'esecuzione del presente Statuto, del Regolamento Interno e del Codice Deontologico;

- Art. 16 punto g) - In particolare, il Collegio dei Probiviri è tenuto ad esprimere un parere su ogni controversia sorta fra Soci relativamente al rispetto del presente Statuto, del Regolamento Interno e del Codice Deontologico;

- Art. 21 punto c) - Per quanto concerne il comportamento deontologico dei Soci, lo stesso è regolamentato dal Codice Deontologico dell'Associazione

(\*2)

- Art. 12 punto a) – Il Consiglio Direttivo <...> è composto da un minimo di 10 ad un massimo di 15 Membri;

- Art. 15 punto a) – Nell'ambito del Consiglio Direttivo è istituito un Comitato Esecutivo (Giunta) costituito dal Presidente, che lo presiede, dai 2 Vicepresidenti e dai 2 Membri nominati dal Consiglio Direttivo;

- Art. 16 punto a) – Il Collegio dei Probiviri è composto un minimo di 3 ad un massimo di 5 Membri ed elegge al suo interno un Presidente;

(\*3)

- Art. 12 punto i) paragrafo 6 - Il Consiglio Direttivo, nel quadro degli indirizzi generali fissati dall'Assemblea dei Soci, svolge i seguenti compiti: (paragrafo 6) vigila sul comportamento deontologico dei Soci, con l'ausilio del Collegio dei Probiviri;

(\*4)

- Art. 8 punto a) – Le sanzioni disciplinari devono essere deliberate dal Consiglio Direttivo, a sua discrezione, e consistono in: 1. Deplorazione scritta; 2. Sospensione (con durata da uno a sei mesi); 3. Espulsione;

- Art. 8 punto b) – Prima di procedere all'applicazione dell'espulsione il Consiglio Direttivo convoca il Socio per un'audizione; il Consiglio Direttivo delibera la sanzione prescelta anche nel caso di assenza del Socio a suddetta audizione.

**(\*\*) Commissione Vertenze** - La Commissione Vertenze è uno degli Organi disciplinari dell'Associazione; è extragiudiziale ed opera a titolo gratuito. Svolge il proprio servizio di controllo sull'operato dei Mediatori Associati nei confronti dei Clienti.

E' composta da Mediatori Associati non necessariamente appartenenti agli Organi Direttivi; generalmente i Membri di questa Commissione sono almeno sei effettivi (di cui uno assume la carica di Coordinatore) ed almeno due supplenti, per un totale di almeno 8 Membri, oltre ad uno o più Esperti superpartes del settore.

La Commissione Vertenze riceve gli esposti che vengono inoltrati all'Associazione da parte di Clienti nei confronti di Mediatori Associati; una volta esaminate preventivamente le pratiche pervenute, la Commissione Vertenze convoca le parti per un'audizione e svolge un'istruttoria, senza formalità di rito, in presenza del/i Consulente/i Legale/i.

Le parti sono invitate ad intervenire personalmente e possono essere accompagnate, su loro richiesta, da persone di fiducia (inclusi consulenti legali o rappresentanti di associazioni consumatori o simili). In caso di pratiche particolarmente articolate la Commissione può convocare nuovamente le parti, o una sola di esse, in sedute successive.

I risultati delle istruttorie vengono comunicati direttamente alle parti verbalmente al termine delle audizioni o, se opportuno o necessario, successivamente in forma scritta.

Ogni eventuale provvedimento disciplinare nei confronti dei Mediatori Associati proposto dalla Commissione Vertenze deve essere deliberato dal Consiglio Direttivo o – per delega - dal Comitato Esecutivo (Giunta) dell'Associazione, come previsto dallo Statuto (\*4). Nel caso in cui la Commissione Vertenze proponesse l'espulsione di un Membro Associato, quest'ultimo deve, per Statuto (\*4), essere convocato al cospetto del Consiglio Direttivo per un'audizione al termine della quale viene deliberato se ratificare o meno l'espulsione richiesta.

Le riunioni della Commissione Vertenze, che si svolgono senza una periodicità fissa dipendendo dal numero delle pratiche pervenute, vengono verbalizzate da uno dei Membri che funge da Segretario. I verbali e le pratiche archiviate vengono custoditi presso gli uffici della Segreteria dell'Associazione e sono ad esclusivo uso interno.

**(\*\*\*) Monitoraggio** – Gli Organi preposti al monitoraggio sull'operato dei Mediatori Associati sono il Collegio dei Probiviri e la Commissione Vertenze, a seconda dei casi, coadiuvati dalla Segreteria del Collegio.

## **CODICE DEONTOLOGICO:**

### **APPENDICE**

- Il Mediatore
- La Concorrenza Sleale
- La Pubblicità

Fonti: Codice Civile e Raccolte Usi e Consuetudini CCIAA di Milano

#### **• Il Mediatore**

a. "Il Mediatore è colui che mette in relazione due o più parti per la conclusione di un affare, senza essere legato ad alcuna di esse da rapporti di collaborazione, di dipendenza o di rappresentanza" (Codice Civile, Art. 1754)

b. "Il Mediatore ha diritto alla provvigione da ciascuna delle parti, se l'affare è concluso per effetto del suo intervento. La misura della provvigione e la proporzione in cui questa deve gravare su ciascuna delle parti, in mancanza di patto, di tariffe professionali o di usi, sono determinate dal giudice secondo equità" (Codice Civile, Art. 1755)

- c. "Salvo patti o usi contrari, il Mediatore ha diritto al rimborso delle spese nei confronti della persona per incarico della quale sono state eseguite anche se l'affare non è stato concluso" (Codice Civile, Art. 1756)
- d. "Se l'affare è concluso per l'intervento di più Mediatori, ciascuno di essi ha diritto ad una quota della provvigione" (Codice Civile, Art. 1758)
- e. "Il Mediatore deve comunicare alle parti le circostanze a lui note, relative alla valutazione ed alla sicurezza dell'affare, che possono influire sulla conclusione di esso. Il Mediatore risponde dell'autenticità della sottoscrizione delle scritture e dell'ultima girata dei titoli trasmessi per il suo tramite" (Codice Civile, Art. 1759)
- f. "Il Mediatore può essere incaricato da una delle parti di rappresentarla negli atti relativi all'esecuzione del contratto concluso tramite il suo intervento" (Codice Civile, Art. 1761)

- **Concorrenza sleale**

- a. "...compie atti di concorrenza sleale chiunque: 1) usa nomi o segni distintivi idonei a produrre confusione con i nomi o con i segni distintivi legittimamente usati da altri, o imita servilmente i prodotti di un concorrente, o compie con qualsiasi altro mezzo atti idonei a creare confusione con i prodotti e con l'attività di un concorrente; 2) diffonde notizie ed apprezzamenti sui prodotti e sull'attività di un concorrente idonei a determinare il discredito, o si appropria di pregi dei prodotti e dell'impresa di un concorrente; 3) si avvale direttamente o indirettamente di ogni altro mezzo non conforme ai principi della correttezza professionale ed idoneo a danneggiare l'altrui azienda" (Codice Civile, Art. 2598);
- b. "La sentenza che accerta atti di concorrenza sleale ne inibisce la continuazione e dà gli opportuni provvedimenti affinché ne vengano eliminati gli effetti" (Codice Civile, Art. 2599);
- c. "Se gli atti di concorrenza sleale sono compiuti con dolo o con colpa, l'autore è tenuto al risarcimento dei danni. In tale ipotesi può essere ordinata la pubblicazione della sentenza. Accertati gli atti di concorrenza, la colpa si presume" (Codice Civile, Art. 2600);
- d. "Quando gli atti di concorrenza sleale pregiudicano gli interessi di una categoria professionale, l'azione per la repressione della concorrenza sleale può essere promossa anche dalle associazioni professionali e dagli enti che rappresentano la categoria" (Codice Civile, Art. 2601).

- **Pubblicità**

- a. "Per pubblicità si intende qualsiasi forma di comunicazione che sia diffusa nell'esercizio di una attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, allo scopo di promuovere la domanda di beni e di servizi" (Raccolta Provinciale Usi in materia di Pubblicità di Milano, Art. 1)
  - b. "Nell'elaborazione dei messaggi pubblicitari, gli operatori si uniformano alle regole dell'Autodisciplina Pubblicitaria e si adeguano alle determinazioni dei suoi Organi" (Raccolta Provinciale Usi in materia di Pubblicità di Milano, Art. 5)
- Nota: la pubblicità è da considerarsi menzognera in caso di diffusione incompleta (atta a generare confusione) e/o non veritiera di notizie e di apprezzamenti sui propri prodotti e sulle proprie attività; la pubblicità menzognera costituisce atto di concorrenza sleale anche se non scredisca il prodotto e/o l'attività altrui.