



INDICE CODICE

I. PREMESSA

II. LE REGOLE PROFESSIONALI DELLE VENDITE PER CORRISPONDENZA E A DISTANZA

- **art. 1** la raccolta e l'uso dei dati
- **art. 2** la protezione dei dati
- **art. 3** l'offerta dei prodotti
- **art. 4** le condizioni di vendita
- **art. 5** le forme di garanzia
- **art. 6** i concorsi e le vendite promozionali
- **art. 7** l'esecuzione dell'ordine
- **art. 8** la garanzia "soddisfatti o rimborsati"
- **art. 9** i rapporti tra le Aziende

III. L'ORGANO DI CONTROLLO

- **art. 10** composizione dell'Organo di Controllo
- **art. 11** composizione del Comitato di Accertamento
- **art. 12** competenza e intervento del Comitato di Accertamento
- **art. 13** funzionamento del Comitato di Accertamento
- **art. 14** composizione e funzioni della commissione di disciplina
- **art. 15** competenza e sanzioni della Commissione di disciplina

IV. SERVIZIO PREFERENZA CONSUMATORI

- **art. 16** funzioni del servizio preferenza consumatori

V. IL MARCHIO ANVED

- **art. 17** funzioni e utilizzo del marchio ANVED

I. PREMESSA

Le Vendite per Corrispondenza e a Distanza sono un metodo di distribuzione commerciale che mette a disposizione di tutti i consumatori ogni genere di prodotti, integrando, in tal modo, il sistema distributivo tradizionale.

Le Aziende che usano questo metodo si avvalgono di sistemi operativi loro peculiari con conseguenti vantaggi, oltre che propri, anche per i consumatori:

- l'invio per posta e/o per mezzo di sistemi telematici o audiovisivi delle medesime offerte attenua eventuali differenze economiche dovute alla localizzazione geografica della popolazione;
- la analitica presentazione delle caratteristiche dei prodotti permette ai consumatori una scelta ragionata e la conseguente verifica della merce ordinata;
- il blocco dei prezzi per tutta la durata dell'offerta contribuisce alla stabilità del mercato;
- la libertà di effettuare scelte meditate e senza costrizioni evita ogni forzatura psicologica;
- la possibilità di recedere dall'acquisto, di sostituire i prodotti, di richiedere il rimborso ed eventuali altre facilitazioni, offre all'acquirente una base di fiducia inequivocabile.

Per meglio garantire al consumatore i benefici del sistema di Vendita per Corrispondenza e a Distanza nella reciproca osservanza di un corretto comportamento, le Aziende associate all'ANVED hanno sottoscritto questo Codice Morale Professionale che definisce le norme per la tutela del consumatore, nonché per una leale concorrenza tra Aziende, ed hanno istituito un Organo che ne attua concretamente il controllo.

 [torna all'indice.](#)

II. LE REGOLE PROFESSIONALI DELLE VENDITE PER CORRISPONDENZA E A DISTANZA

● **art. 1** la raccolta e l'uso dei dati

1.1. Le Aziende Associate all'ANVED si impegnano ad utilizzare a scopo commerciale i dati anagrafici riferibili al consumatore (titolo, nome e cognome, indirizzo, numero telefonico e professione) senza danneggiarne o lederne il rispetto e la dignità.

1.2. Eventuali altri dati utili allo svolgimento della propria attività, non inclusi fra quelli dell'articolo 1.1., possono essere acquisiti, registrati ed utilizzati purché non arrechino pregiudizio al consumatore.

1.3. Circa l'eventuale comunicazione dei dati registrati, le Aziende si impegnano a :

- esaminare con attenzione l'origine dei dati che vengono loro proposti;
- non comunicare dati che potrebbero essere giudicati confidenziali;
- cautelarsi preventivamente che la loro utilizzazione sarà conforme a questo Codice Morale Professionale.

1.4. Le Aziende si impegnano a soddisfare le seguenti richieste personali del consumatore che fornisca sufficienti elementi di identificazione:

- a)** di ricevere dall'Azienda tutti i dati che lo riguardano redatti in modo comprensibile e conoscere lo scopo per il quale sono registrati;
- b)** di apportare correzioni ai dati riscontrati errati o incompleti, senza alcun addebito al consumatore;
- c)** di escludere il proprio nome da ogni invio di offerte dell'Azienda (Servizio preferenza consumatori).

1.5. Le Aziende aderenti all'ANVED si prodigheranno affinché i consumatori siano informati in particolare del contenuto degli articoli 1.3. e 1.4.

● **art. 2** la protezione dei dati

Le Aziende si impegnano a custodire convenientemente i dati dei propri archivi, a mantenerli adeguatamente aggiornati e ad utilizzarli in conformità a questo Codice Morale Professionale.

Si impegnano altresì a proteggere con mezzi idonei i propri archivi contro distruzione, indebiti accessi, manipolazioni e diffusioni non autorizzate.

● **art. 3** l'offerta dei prodotti

3.1. Le Aziende presenteranno le offerte in forma chiara e priva di ambiguità, tali da consentire al cliente di conoscere esattamente i prodotti e le loro caratteristiche, le condizioni di vendita, i prezzi, le condizioni di pagamento, nonché gli impegni reciproci assunti all'atto del conferimento

dell'ordine. Ogni altra condizione relativa alla durata, alla concessione di premi, offerte "omaggio", concorsi, ecc., va illustrata con la massima chiarezza.

3.2. L'offerta dovrà comprendere la ragione sociale completa e l'indirizzo, oppure elementi sufficienti per individuare nel tempo e con certezza il venditore.

La sola indicazione di una casella postale non è ritenuta sufficiente per il riconoscimento.

3.3. I dati scientifici e altri dati citati a suffragio dell'offerta devono essere documentabili.

Su richiesta, la documentazione o la citazione della fonte dei dati devono essere sollecitamente messe a disposizione del richiedente.

3.4. La presentazione delle offerte potrà comprendere, o far riferimento, a testimonianze o pareri favorevoli purché:

a) siano veritieri ed autorizzati dalle persone citate, salvo in casi di affermazioni notorie;

b) non siano obsoleti;

c) non vengano usati in modo da trarre in inganno il cliente.

3.5. Le offerte non devono contenere affermazioni o rappresentazioni (testi, disegni o fotografie) di violenza fisica o morale o di contenuto pornografico, nonché situazioni che, secondo il gusto e la sensibilità correnti, debbano ritenersi volgari e ripugnanti. Le offerte non devono contenere nulla che possa danneggiare psichicamente e/o fisicamente il consumatore o ne sfrutti la superstizione, la credulità o, salvo ragioni giustificate, la paura. Una cura particolare deve essere posta nelle offerte che si rivolgono direttamente ai bambini.

3.6. Le Aziende si impegnano a non mettere in commercio prodotti riconosciuti nocivi o dannosi alla salute nel loro uso corrente. Una cura particolare sarà rivolta ad evitare che l'imballaggio e la confezione dei prodotti possano costituire pericolo per le persone.

● **art. 4** le condizioni di vendita

4.1. Qualora l'offerta preveda un buono d'ordine, questo deve essere facilmente compilabile dal consumatore, non deve lasciare adito ad equivoci e deve riportare esplicitamente le condizioni di vendita essenziali o fare riferimento al catalogo o a qualsiasi altro documento equivalente in possesso del consumatore.

4.2. Tanto nelle offerte in contanti che in quelle con pagamento rateale, le eventuali spese accessorie (quali affrancatura, spedizione e imballaggio, eventuali imposte, ecc.) vanno indicate con chiarezza e non dovranno essere richieste più di una volta nel caso di frazionamento nell'evasione dell'ordine quando detto frazionamento non sia provocato da richiesta del cliente.

Nelle vendite rateali, le condizioni riguardanti il credito, i depositi o versamenti in acconto, il numero, l'importo e la frequenza delle rate, il prezzo complessivo, se diverso dal prezzo in contanti, vanno chiaramente esposti nell'offerta.

Quando la durata dell'offerta non viene espressamente indicata, le sue condizioni vanno mantenute, per la merce disponibile, fino all'emissione di una nuova offerta che la modifichi. Le eccezioni riguardano unicamente i casi di forza maggiore (ad es. variazione delle aliquote d'imposta, delle spese postali, ecc.), per i quali si deve provvedere a darne esplicita giustificazione al cliente.

● **art. 5** le forme di garanzia

Le offerte possono comprendere termini quali "garanzia", "garantito" o altri termini aventi equivalente significato, solo se le condizioni di garanzia e dell'eventuale assistenza dopo vendita, sono chiaramente indicate.

L'offerta sarà comunque coperta dalla condizione "soddisfatti o rimborsati" (vedi art. 8).

● **art. 6 i concorsi e le vendite promozionali**

Le Aziende dell'ANVED, considerato:

- a)** che il sistema di Vendita per Corrispondenza e a Distanza (che serve il consumatore a domicilio) poggia la sua struttura distributiva e il suo sistema informativo sulla pubblicità diretta indirizzata al consumatore;
- b)** che nella struttura dei costi delle Aziende del settore la pubblicità diretta comprende ciò che nelle altre forme di distribuzione è rappresentato dai costi della pubblicità rivolta al consumatore anonimo attraverso media tradizionali e da gran parte dei costi dei punti vendita;
- c)** che è essenzialmente attraverso la pubblicità diretta che le Aziende possono proporre ai consumatori i prodotti e/o servizi offerti, l'informazione ad essi connessa, le incentivazioni e le promozioni, tra cui sono inclusi i concorsi e le operazioni a premio;
- d)** che l'utilizzo di dette formule promozionali è generalizzato sul mercato e, oltre ad essere suggerito dall'intento di accrescere l'attenzione del cliente sulle proposte e di incentivare le vendite, coincide altresì con le attese della clientela, che le gradisce e le richiede, contribuendo inoltre, per effetto dell'incremento di ordini che ne consegue, a mantenere più bassi i prezzi di vendita, con ciò indirettamente giovando ai consumatori;
- e)** che responsabilità precise vengono assunte dalle Aziende stesse nei confronti dei destinatari dei messaggi pubblicitari relativi a concorsi ed operazioni a premio collegate alla vendita dei loro prodotti;
- f)** che una comunicazione pubblicitaria responsabile, veritiera e corretta è necessaria non solamente per garantire il buon esito di tali manifestazioni e l'immagine dell'Azienda che le bandisce, ma anche e soprattutto per tutelare l'affidamento della clientela e del pubblico in generale;
- g)** che esse Aziende avrebbero gravi conseguenze economiche negative nel non attenersi ai principi qui esposti, visto che esse inviano la merce richiesta ad effetti traslativi sospesi applicando rigorosamente la garanzia "soddisfatti o rimborsati" in base alla quale, restituendo il prodotto integro entro un termine ragionevole dalla consegna, il cliente ha, anche senza dover fornire alcuna spiegazione, il diritto di ottenere a sua scelta, o il rimborso del prezzo o altri prodotti, da lui scelti, per un importo equivalente;

TUTTO CIO' PREMESSO E CONSIDERATO

Le Aziende dell'ANVED hanno formulato le seguenti regole auto disciplinari, che si impegnano scrupolosamente a rispettare nella effettuazione di qualsiasi tipo di promozione a premio (concorsi od operazioni) da esse indette nei confronti della propria clientela attraverso la propria pubblicità diretta:

6.1. La comunicazione pubblicitaria dei concorsi e operazioni a premio collegati alle Vendite per Corrispondenza e a Distanza deve essere onesta, veritiera e corretta.

[Con comunicazione "onesta, veritiera e corretta" si intende affermare che:

- a) nella promozione dei concorsi e delle operazioni a premio le norme regolamentari di partecipazione e di assegnazione dei premi devono essere illustrate in modo da non generare equivocate interpretazioni da parte del lettore;*
- b) nulla che non avvenga nella realtà deve essere detto.]*

Essa deve essere conforme alla legge italiana e ispirata alle normative comunitarie europee in

materia.

6.2. La comunicazione pubblicitaria deve ispirarsi al principio di base al quale l'utilità che il cliente ricava dall'eventuale acquisto è soprattutto da riferirsi alla qualità e al prezzo competitivo del prodotto offerto, la partecipazione a concorsi ed operazioni a premio rappresentando solo un vantaggio in più, che si aggiunge, e non si sostituisce, a tali motivi di convenienza.

6.3. La partecipazione a concorsi e operazioni a premio, condizionata ad un atto di acquisto, deve essere gratuita, nel senso che, per accedervi, non deve essere richiesto al cliente alcun incremento del prezzo del prodotto.

*[Quando la partecipazione a concorsi e/o operazioni a premio è **condizionata** ad un acquisto, ciò deve apparire con chiarezza nell'offerta.*

*Quando invece la partecipazione a concorsi e/o operazioni a premio **non è condizionata** ad un acquisto, è ammessa la richiesta di un contributo alla spese di spedizione nel solo caso che tale partecipazione preveda l'invio a domicilio del consumatore di un premio.*

In tal caso il contributo alle spese di spedizione non potrà essere superiore a quello previsto dall'Azienda nelle sue condizioni generali di vendita e la sua richiesta dovrà essere chiaramente esplicitata nell'offerta.]

6.4. Nella comunicazione pubblicitaria la presentazione dei premi deve essere chiara e tale da non trarre in errore circa la loro consistenza, qualità e quantità.

6.5. Per ciò che concerne in particolare i concorsi a premio, la comunicazione pubblicitaria deve essere formulata in modo tale da rendere facilmente comprensibile che la distribuzione dei premi è meramente aleatoria essendo basata esclusivamente sulla fortuna e secondo criteri che garantiscono la massima casualità.

[Nell'offerta deve apparire chiaramente che i premi del concorso vengono estratti a sorte tra tutti i partecipanti sotto il controllo del Pubblico Ufficiale competente, Ciò deve avvenire anche quando tutti gli acquirenti hanno diritto a ricevere uno dei premi in palio.]

6.6. La comunicazione pubblicitaria dei concorsi a premio, in tutti i casi in cui la vincita di un premio non sia affettivamente certa, non deve dare per vinto ciò che in realtà potrà essere vinto, né può indicare come "vincita" la semplice assegnazione di un numero che parteciperà ad estrazioni successive.

6.7. La comunicazione pubblicitaria di ogni tipo di manifestazione a premio deve contenere una precisa descrizione alle condizioni di partecipazione (richiesta di prodotti, invio di ordini, entità minima di tali ordini, termine utile, ecc...), nonché illustrare chiaramente ciò che il cliente deve fare e le modalità cui deve sottostare per rendere tale partecipazione effettiva.

6.8. Nella comunicazione pubblicitaria delle manifestazioni diverse dalle semplici operazioni a premio, ed in particolare nei concorsi, dovrà essere contenuta una sommaria ma dettagliata descrizione del regolamento (inizio della manifestazione, meccanismo di partecipazione, modalità di assegnazione, data di estrazione, termini per la comunicazione ai vincitori, ecc....) tale da farne comprendere con chiarezza il funzionamento.

[In particolare devono essere ripostati:

- *le modalità di partecipazione alle estrazioni dei premi;*
- *date di inizio, di scadenza, di estrazione, di assegnazione, e di consegna dei premi ai vincitori sotto il controllo del Pubblico Ufficiale competente;*
- *luogo di svolgimento delle operazioni;*
- *l'organo aziendale responsabile dello svolgimento della manifestazione;*
- *modalità di comunicazione delle vincite ai vincitori;*
- *inoltre, deve essere esplicitato che possono essere richieste informazioni più dettagliate*

all'Azienda da parte degli interessati a partecipare.]

6.9. In ogni caso il cliente ha diritto di avvalersi della garanzia "soddisfatti o rimborsati". Egli pertanto potrà partecipare al concorso e trattenere l'eventuale premio vinto anche nel caso di restituzione del prodotto per qualsiasi motivo.

[Questa facoltà deve essere presentata con adeguato rilievo nell'esposizione del regolamento.]

6.10 Nei concorsi i premi dovranno essere assegnati sempre in conformità a quanto previsto dal regolamento.

6.11. Per trenta giorni dalla data di scadenza di ogni concorso, l'elenco dei vincitori dovrà, a richiesta di qualsiasi partecipante, essere messo a sua disposizione per la consultazione presso la Sede dell'Azienda.

6.12. La pubblicazione a fini pubblicitari della immagine e dell'indirizzo completo dei vincitori non potrà avvenire se non previo consenso scritto degli interessati.

6.13. Ad ulteriore conferma della totale gratuità dei concorsi le Aziende che li organizzano si accolleranno, pur non essendovi tenute, il pagamento della ritenuta alla fonte sul valore dei premi assegnati ai vincitori, in modo che la relativa imposta non abbia a gravare su questi ultimi.

6.14. A tutti i concorsi a premio non potranno partecipare gli esponenti della Azienda organizzatrice, i suoi dipendenti e i loro familiari.

● **art. 7** l'esecuzione dell'ordine

7.1. Le Aziende associate all'ANVED s'impegnano a spedire i prodotti soltanto a seguito di specifica richiesta da parte del cliente, o di adesione ad un programma di fornitura continuativa. E' consentito invece l'invio di campioni promozionali di prodotti od omaggi non richiesti a condizione che non comportino alcuna spesa o vincolo per il destinatario.

7.2. Le Aziende faranno sì che i prodotti siano spediti nel minore tempo possibile e in condizioni di funzionalità ed efficienza. Le Aziende sono tenute ad avvisare il cliente di eventuali ritardi o disagi imputabili al funzionamento aziendale accettando l'eventuale cancellazione dell'ordine.

7.3. Le procedure di riscossione dei pagamenti saranno tenute sotto costante controllo e condotte in modo efficiente e corretto al fine di evitare inconvenienti alla clientela. L'Azienda tratterà reclami, solleciti ed eventuali richieste di informazioni con cortesia.

7.4. Se un prodotto non è più disponibile per cause indipendenti dalla volontà del venditore, un altro prodotto può essere fornito al suo posto solo se l'articolo proposto in sostituzione presenta delle caratteristiche eguali o superiori ed è offerto ad un prezzo eguale o inferiore. In questo caso deve essere fornita una spiegazione al cliente in merito alla sostituzione del prodotto e al suo diritto di rendere l'articolo, avvalendosi della garanzia "soddisfatti o rimborsati".

● **art. 8** la garanzia "soddisfatti o rimborsati"

Restituendo il prodotto integro entro un termine ragionevole dalla consegna, il cliente ha il diritto di ottenere a sua scelta, o il rimborso del prezzo o altri prodotti, da lui scelti, per un importo equivalente.

Tale garanzia "soddisfatti o rimborsati" è totale e valida anche nei casi in cui i motivi di insoddisfazione del cliente non nascono da specifiche responsabilità delle Aziende.

● **art. 9** i rapporti tra le Aziende

9.1. I principi della concorrenza leale, quali sono generalmente definiti ed accettati nelle relazioni commerciali, regolano i rapporti tra i Soci dell'ANVED.

In particolare, ogni Azienda deve evitare di provocare nel consumatore qualsivoglia confusione tra la propria produzione, le proprie creazioni pubblicitarie, i propri marchi e quelli degli altri Soci.

9.2. Le Aziende si impegnano a non acquistare e/o usare alcuna lista in violazione dei legittimi diritti di terzi; ed inoltre a informare gli interessati di qualsiasi eventuale violazione dei loro diritti relativi alle liste stesse.

9.3. L'utilizzo del servizio postale è fondato sul rispetto delle norme del vigente codice postale e i Soci ANVED vi si atterrano scrupolosamente.

[👉 torna all'indice.](#)

III. L'ORGANO DI CONTROLLO

● **art. 10** composizione dell'Organo di Controllo

L'organo di Controllo è composto da:

- a) il Comitato di accertamento;**
- b) la Commissione di disciplina.**

● **art. 11** composizione del Comitato di Accertamento

Il Comitato di Accertamento è composto da 5 a 7 membri scelti tra persone estranee all'Associazione con idonea competenza professionale.

Il Comitato elegge il suo Presidente che può essere scelto anche tra soggetti esterni il Comitato stesso.

I componenti il Comitato durano in carica due anni e sono rieleggibili.

● **art. 12** competenza e intervento del Comitato di Accertamento

12.1. Il Comitato accerta le eventuali infrazioni delle norme del Codice Morale Professionale da parte dei Soci dell'ANVED.

12.2. Qualunque persona interessata, anche estranea all'ANVED, può richiedere che il Comitato accerti una violazione del Codice Morale Professionale.

Le domande, formulate per iscritto e contenenti la descrizione e la documentazione dei fatti, vanno indirizzate al Segretario Generale dell'ANVED, che dopo averle adeguatamente istruite provvede a trasmetterle al Presidente del Comitato.

● **art. 13** funzionamento del Comitato di Accertamento

13.1. Il Comitato, fatti salvi i diritti della difesa e il principio del contraddittorio, accerta se il caso esaminato viola il Codice Morale Professionale e pronuncia un proprio giudizio, di colpevolezza o meno, succintamente motivato indicando la gravità e l'eventuale recidiva, depositandolo presso la segreteria dell'ANVED e inoltrandone copia al presidente dell'ANVED.

13.2. Nelle vertenze nelle quali non sia coinvolto l'interesse del consumatore, il Comitato, su concorde richiesta della parti, può costituirsi in Collegio arbitrale irrituale, decidendo con un lodo. Il Presidente del Comitato stabilisce la relativa procedura caso per caso.

13.3. La funzione di Segreteria del Comitato è svolta dal Segretario Generale dell'ANVED.

13.4. Il Comitato si riunisce periodicamente nella sede dell'ANVED su convocazione del Presidente, secondo un calendario fissato di volta in volta dal Presidente. Nei casi urgenti il Presidente potrà riunire il Comitato di Accertamento anche in deroga al calendario già fissato.

Le riunioni del Comitato non sono pubbliche.

Nelle sue riunioni il Comitato è validamente costituito con la presenza di almeno 3,4,5 membri nel caso che esso sia composto rispettivamente da 5,6,7 membri.

Avanti il Comitato, le parti possono farsi assistere o rappresentare dagli iscritti agli albi professionali o da esperti di Vendita per Corrispondenza e a Distanza.

13.5. Il Comitato delibera con il voto favorevole della maggioranza dei membri presenti; l'astensione non è ammessa. Ai membri del Comitato spetta un gettone di presenza la cui entità è decisa anno per anno dal Comitato Direttivo.

● **art. 14** composizione e funzioni della commissione di disciplina

La Commissione di Disciplina è composta dai membri del Comitato Direttivo, con esclusione di quelli eventualmente parti in causa, e dal Presidente del Comitato di Accertamento.

Si riunisce validamente con la presenza di almeno 3/4 degli aventi diritto a parteciparvi; l'astensione non è ammessa.

Presiede la riunione il Presidente ANVED o, in sua assenza, un Vice Presidente.

Il Presidente è tenuto a convocare tempestivamente la Commissione di disciplina nel caso di un giudizio di colpevolezza.

● **art. 15** competenza e sanzioni della Commissione di disciplina

15.1. La Commissione di disciplina prende atto del giudizio del Comitato di accertamento e decide le sanzioni del caso scegliendo tra le seguenti:

- 1) ammonizione verbale;
- 2) lettera ufficiale di biasimo;
- 3) lettera ufficiale di biasimo con diffida a maggiori sanzioni;
- 4) inibizione temporanea all'uso del marchio ANVED;
- 5) espulsione dall'ANVED. Entro dieci giorni dalla decisione, la Commissione di disciplina deposita la pronuncia presso la Segreteria, che ne trasmette copia alle parti e a tutti gli eventuali interessati. Le decisioni della Commissione di disciplina sono definitive.

15.2. In ogni caso diverso dalla sanzione di ammonizione verbale, la Commissione potrà disporre inoltre, a sua discrezione, la comunicazione confidenziale ai Soci oppure la pubblicazione sul notiziario ANVED e/o su un organo di stampa a larga diffusione, delle decisioni del Comitato di accertamento e della Commissione di disciplina.

Potrà inoltre disporre a carico dell'Azienda l'obbligo di rettifica e/o di riparazione a pena di ulteriori sanzioni.

Per le sanzioni previste dai punti 1,2,3, è richiesta la maggioranza semplice dei presenti; per le sanzioni dei punti 4 e 5 ed inoltre per la pubblicazione su un organo di stampa a larga diffusione è richiesta la maggioranza di 3/4 dei presenti.

 [torna all'indice.](#)

IV. IL SERVIZIO PREFERENZA CONSUMATORI

● art. 16 funzioni del servizio preferenza consumatori

In esecuzione dell'impegno di cui all'art. 1.4 lettera C di questo Codice Morale Professionale l'ANVED ha istituito e mantiene un "Servizio preferenza consumatori" allo scopo di facilitare ai consumatori e alle Aziende l'inserimento o l'esclusione dalle liste promozionali di nomi di consumatori che esprimano tale loro preferenza.

Il servizio si articola nel modo seguente:

- a) l'ANVED rende nota al pubblico l'esistenza del servizio;
- b) l'ANVED trasmette alle Aziende interessate i nominativi di coloro che hanno segnalato il desiderio di:
 - ricevere offerte di prodotti o servizi per corrispondenza;
 - non ricevere offerte di prodotti o servizi per corrispondenza.
- c) l'ANVED accerta che la volontà espressa dal consumatore sia stata soddisfatta, al primo aggiornamento tecnicamente raggiungibile, dal sistema di gestione delle singole Aziende e che il consumatore interessato sia stato adeguatamente informato.

 [torna all'indice.](#)

V. IL MARCHIO ANVED

● art. 17 funzioni e utilizzo del marchio ANVED

L'accettazione delle norme del presente Codice legittima le Aziende Associate all'uso, su tutti i propri supporti promozionali, della scritta "Socio ANVED" e di un eventuale marchio di garanzia delle vendite per Corrispondenza e a Distanza, intesi entrambi a garantire ai consumatori il rispetto delle norme del Codice Morale Professionale.

L'utilizzazione del marchio è possibile solo dopo 12 mesi dalla data dell'associazione all'ANVED da parte dell'Azienda, purché non sia incorsa in sanzioni da parte della Commissione di disciplina, o sia pendente un procedimento nei suoi confronti davanti all'organo di