

Codice di condotta per i Lyconet Marketer

A. INTRODUZIONE

- A.1 Lyconet ha adottato questo Codice di condotta per assicurarsi che le relazioni tra Lyconet Marketer (“**Marketer**”), da un lato, e aderenti Cashback World, altri Marketer e Loyalty Merchants, dall’altro, siano basate su principi di fiducia e correttezza.
- A.2 I Marketer devono rispettare i principi sanciti dal Codice di Condotta nell’esercizio delle loro attività e per l’intera durata della loro relazione con aderenti Cashback World, altri Marketer o Loyalty Merchant effettivi o potenziali (“**Parti Interessate**”). Il rispetto delle previsioni del Codice di condotta non pregiudica il rispetto della legislazione applicabile alle attività dei Marketer.
- A.3 Comportamenti non in linea con il Codice di condotta possono esporre il gruppo myWorld o il gruppo Lyconet (i) all’imposizione di rilevanti sanzioni amministrative e giudiziali; (ii) a rilevanti danni d’immagine; (iii) a potenziali richieste di risarcimento danni. Il mancato rispetto delle previsioni del Codice di condotta comporterà il recesso unilaterale da parte di Lyconet dall’accordo con il Marketer.
- A.4 Qualora dovessero sorgere dei dubbi circa l’interpretazione o l’ambito di applicazione del Codice di condotta, o nel caso in cui un Marketer fosse al corrente di un’avvenuta infrazione delle regole da questo stabilite, i Marketer sono tenuti ad avvisare il seguente contatto:

➤ italy@lyconet.com

B. PRINCIPI GENERALI

- B.1 Non appena stabilito un contatto con una Parte Interessata, il Marketer deve identificarsi correttamente e chiaramente, specificando la natura della propria relazione con Lyconet, la natura dei servizi oggetto di promozione e lo scopo (commerciale) della propria attività. I Marketer non devono alcun modo fornire l’impressione di essere dipendenti di myWorld o di Lyconet.
- B.2 Le Parti Interessate devono ricevere informazioni accurate e complete riguardo ai servizi offerti da Lyconet e da myWorld nonché ad ogni altro aspetto rilevante che riguardi tali servizi: diritti (in particolare, il diritto di recesso e al rimborso di eventuali somme pagate), obblighi, costi tipici e spese.
- B.3 I Marketer dovranno utilizzare solamente i materiali promozionali preventivamente approvati da Lyconet, che saranno disponibili in un’apposita area del sito www.lyconet.com. I Marketer devono assicurarsi di essere sempre in possesso della versione più aggiornata di tutto il materiale.

B.4 I contatti personali, telefonici od elettronici sono autorizzati in misura ed in orari ragionevoli, al fine di non arrecare disturbo, e sempre nel rispetto della normativa applicabile. Qualora una Parte Interessata lo richieda, i Marketer sono tenuti ad interrompere la loro presentazione. I Marketer devono adottare misure adeguate per assicurare la protezione di tutte le informazioni riservate fornite dalle Parti Interessate.

B.5 I Marketer non devono utilizzare il logo di myWorld o il logo Lyconet, né il logo di alcuna società appartenente ai gruppi myWorld e Lyconet, né il logo o altre immagini di esercizi convenzionati o partner White Label, se non nei limiti stabiliti da myWorld e Lyconet e nella misura prevista dal materiale ufficiale.

C. ATTIVITÀ DI PROMOZIONE DELLA COMUNITÀ DI ACQUISTI MYWORLD (CASHBACK WORLD PROGRAM)

C.1 Questa sezione del Codice di condotta illustra le regole che devono essere rispettate nei rapporti con aderenti Cashback World effettivi o potenziali e, in generale, nel corso dell'attività di promozione della comunità d'acquisto Cashback World.

C.2 I Marketer devono approcciare potenziali aderenti Cashback World in maniera corretta e trasparente, ad esempio, senza abusare della fiducia accordatagli, rispettando la mancanza di competenze commerciali dei potenziali aderenti e non approfittando di circostanze personali quali età, malattia o incapacità di intendere.

C.3 I Marketer devono fornire a tutti gli Cashback World, siano essi effettivi o potenziali, informazioni complete ed accurate circa i servizi oggetto di promozione, le loro caratteristiche, i termini e le condizioni di utilizzo, il diritto di recesso. A tal fine, sia le condizioni di contratto myWorld sia il materiale ufficiale myWorld dovranno essere forniti ai potenziali aderenti sin dall'inizio del contatto e, in ogni caso, prima che gli venga presentata una formale proposta contrattuale.

C.4 I Marketer devono specificare in maniera chiara che l'adesione alla comunità di acquisti Cashback World è gratuita, e devono fornire risposte accurate e comprensibili alle domande dei potenziali aderenti Cashback World, sulla base di quanto previsto dal materiale ufficiale myWorld e Lyconet.

D. ATTIVITÀ DI PROMOZIONE DEL PROGRAMMA LYCONET

D.1 Questa sezione del Codice di condotta illustra le regole che devono essere rispettate nei rapporti con altri Marketer, effettivi o potenziali, nei rapporti con i Loyalty Merchant e, più in generale, nel corso dell'attività di promozione del programma Lyconet.

D.2 I Marketer devono svolgere la propria attività in modo corretto e trasparente. In particolare, i Marketer devono presentare i vantaggi dell'adesione al programma di *marketing* in modo veritiero, fornendo solo rappresentazioni fattuali che possano essere verificate o promesse che possano essere mantenute.

D.3 La spiegazione del *business model* e del piano rimborsi Lyconet deve essere chiara, corretta e non ingannevole. A tal fine, i termini e le condizioni contrattuali per l'adesione a Lyconet ("**Accordo Lyconet**") e per la sottoscrizione dei Programmi Fedeltà dovranno essere consegnati ai potenziali nuovi Marketer sin dall'inizio del contatto e, in ogni caso, prima che gli venga presentata una formale proposta contrattuale. I Marketer devono fornire risposte accurate e comprensibili alle domande dei potenziali nuovi Marketer.

D.4 I Marketer devono rappresentare le vendite e le opportunità di guadagno attuali o potenziali del programma Lyconet in maniera veritiera ed accurata. A tal fine, i Marketer devono fornire ai potenziali aderenti informazioni sufficienti per permettere loro di effettuare una valutazione delle opportunità di guadagno. In particolare:

- a. i Marketer devono chiaramente specificare che l'adesione al programma Lyconet è gratuita e che la partecipazione agli eventi e l'acquisto dei prodotti Lyconet illustrati nel corso della presentazione non è obbligatoria né un prerequisito per esercitare con profitto l'attività di promotori;
- b. i Marketer devono descrivere ed illustrare chiaramente la struttura ed i dettagli dei prodotti e dei servizi Lyconet;
- c. la descrizione delle opportunità di guadagno e dei dati di vendita deve essere veritiera ed accurata, e deve basarsi su fatti e documenti comprovati;
- d. i potenziali nuovi Marketer devono essere informati che i guadagni variano di persona in persona, a seconda delle capacità del promotore, del tempo dedicato all'attività e degli sforzi in essa profusi, nonché da altri fattori.

D.5 I Marketer devono illustrare chiaramente il contenuto dell'Accordo Lyconet, fornendo ai potenziali aderenti ogni dettaglio relativo al rapporto con Lyconet ed informandoli dei loro obblighi, incluse eventuali autorizzazioni, registrazioni e imposte.

D.6 I Marketer possono stabilire un contatto con potenziali Loyalty Merchant se rispettano le condizioni previste dall'Accordo Lyconet. In tal caso, i Marketer non possono comunque prendere contatto con catene di negozi che abbiano più di dieci punti vendita e cento dipendenti ma, in tale eventualità, dovranno immediatamente contattare il seguente indirizzo e-mail:

➤ italy@lyconet.com