



MITTELSTANDSKREIS

Deutschland • Österreich • Schweiz • Luxemburg

Linee Guida del Consiglio di Amministrazione
dell'Associazione Mittelstandskreis
für den Elektrofacheinzelhandel

LINEE GUIDA DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DELL'ASSOCIAZIONE

“Mittelstandskreis für den Elektrofacheinzelhandel“

SUI CRITERI DI QUALITÀ AI SENSI DEL § 7 DELLO STATUTO

Ai sensi del § 7 comma 12 dello Statuto, il Consiglio di amministrazione ha deciso, con delibera del 11.12.2023, di orientarsi come segue nell'applicare il § 7 dello Statuto:

- 1. In relazione al § 7 nella sua interezza:** i criteri di qualità di cui al § 7 e alle presenti linee guida si applicano a tutti i prodotti dei programmi per rivenditori specializzati, compresi i prodotti nuovi, resi e usati e gli espositori.

- 2. In relazione al § 7 comma 5:** l'obbligo di agire in base alla legge quando si propongono prodotti dei programmi per rivenditori specializzati vale sia per l'offerta in negozio che per quella su Internet. Ciò vale in particolare per i seguenti aspetti:
 - Le norme a tutela del cliente finale, che si applicano specialmente nel settore della vendita a distanza e del commercio elettronico, devono essere sempre pienamente rispettate.
 - I termini e le condizioni generali devono essere messi a disposizione in modo conforme ai requisiti di legge ed essere in grado di superare una verifica legale del loro contenuto (in Germania §§ 307 ss. del Codice civile).
 - Il colophon dei siti web deve essere indicato in modo conforme ai requisiti di legge e con i contenuti da essa prescritti (in Germania § 5 della Legge sui teledmedia).
 - I siti Internet devono rispettare le norme sulla protezione dei dati. Ove richiesto, è necessario ottenere un consenso effettivo relativo alla protezione dei dati, ad esempio attraverso uno strumento di gestione del consenso.
 - I dati personali (indirizzo, nome, coordinate bancarie) del cliente finale saranno archiviati ed elaborati esclusivamente in conformità alle disposizioni di legge in materia.
 - Le norme su concorrenza e antitrust devono essere rispettate. In particolare, i soci non devono stipulare accordi per armonizzare i prezzi, suddividersi le aree di consegna e scambiarsi informazioni illecite relative alla concorrenza (ad es. sui prezzi). Tutti i soci si impegnano a perseguire una concorrenza meritocratica. Di conseguenza, è necessario rispettare le norme di legge in materia di concorrenza leale. In particolare, non è consentito abusare in modo illecito dei modelli per rivenditori specializzati come pubblicità esca.

- 3. In relazione al § 7 comma 6 n. 1 e § 7 comma 7 n. 5:** tra i materiali di vendita e i dati dei prodotti delle società di vendita BSH che ogni socio è tenuto a utilizzare per promuovere le categorie di prodotti offerte nella propria attività specializzata ed eventualmente sul sito web, figurano in particolare:
 - Opuscoli
 - Materiali per il punto vendita
 - Pulsanti funzione
 - Materiale illustrativo
 - Video di immagini e prodotti

- 4. In relazione al § 7 comma 6 n. 1:** nell'offrire i prodotti dei programmi per rivenditori specializzati, tutti i soci devono assicurarsi di proporli in modo tale che i marchi siano rappresentati accuratamente e come si conviene alla loro reputazione. Ciò vale sia per le offerte nelle attività specializzate che nei media cartacei e online.

5. **In relazione al § 7 comma 6 n. 2:** per “normale orario di lavoro” si intende il normale orario di lavoro della propria località e del proprio mercato, ovvero, in Germania e Austria, un orario di almeno 35 ore settimanali distribuite su sei giorni alla settimana.
6. **In relazione al § 7 comma 6 n. 5:** si ritiene che un socio partecipi “regolarmente” alle attività promozionali delle società di vendita BSH se, nell’arco di un anno, partecipa alla metà delle attività promozionali svolte per le categorie di prodotti dei programmi per rivenditori specializzati da lui stesso offerti. La partecipazione al ripartitore di benefici MK non viene presa in considerazione in tale contesto, ma si applica la disposizione di cui al § 7 comma 8 dello Statuto.
7. **In relazione al § 7 comma 6 n. 6:** si ritiene che il personale di un socio partecipi “regolarmente” ai corsi di formazione offerti dalle società di vendita BSH se partecipa almeno una volta all’anno a corsi di formazione su apparecchiature dei programmi per rivenditori specializzati. I corsi di formazione possono svolgersi per via elettronica o in loco presso il negozio del socio o presso i locali della società di vendita BSH. Il socio deve sempre assicurarsi che il suo personale abbia seguito la formazione necessaria e possa dimostrarlo con attestati di frequenza.
8. **In relazione al § 7 comma 7 n. 1, 2 e 3:** i soci non possono vendere i prodotti dei programmi per rivenditori specializzati tramite piattaforme Internet, mercati Internet o siti web di altri domini evidentemente gestiti da terzi. Tuttavia, un socio può vendere i prodotti per attività specializzate tramite siti web sul dominio di una cooperativa commerciale di cui fa parte, purché la presenza di mercato del socio nel commercio specializzato corrisponda alla presenza di mercato della cooperativa commerciale e i requisiti dello Statuto e delle presenti linee guida vengano rispettati anche su tale sito web.
9. **In relazione al § 7 comma 7 n. 4:** una consulenza analoga a quella su Internet deve essere fornita per telefono, in una lingua ufficiale in vigore presso la sede del socio. Il socio fa riferimento a questa opzione in relazione all’offerta e alla pubblicità dei prodotti dei programmi per rivenditori specializzati su Internet. Il servizio di consulenza telefonica deve soddisfare i requisiti organizzativi e di personale di cui al § 7 comma 6 punto 6 e la disponibilità deve rientrare nel normale orario di lavoro di cui alla sezione 5 delle presenti linee guida. Il cliente non dovrà sostenere costi aggiuntivi per la consulenza oltre alle normali spese telefoniche.
10. **In relazione al § 7 comma 11:** non appena il socio si rende conto che un acquirente di prodotti dei programmi per rivenditori specializzati è un rivenditore commerciale con sede in Germania, Austria, Svizzera o Lussemburgo, è tenuto ad accertare senza indugio se tale acquirente è a sua volta socio del Mittelstandskreis, informandosi presso l’ufficio del Mittelstandskreis. In particolare, è opportuno accertarsene qualora un cliente acquisti elettrodomestici in quantitativi superiori a quelli per uso domestico o se è possibile dedurre dalla ragione sociale che non si tratta di un cliente finale privato. Se l’ufficio conferma che l’acquirente è socio del Mittelstandskreis, il socio può ritenere valida questa informazione per un periodo massimo di un anno, a meno che non venga informato prima del termine di tale periodo che l’acquirente non è più socio.

La presente traduzione degli Linee Guida ha uno scopo puramente informativo e non vincolante. Solo la versione tedesca dello Linee Guida è vincolante.

Monaco di Baviera, 11/12/2023



Mittelstandskreis Geschäftsstelle • Carl-Wery-Str. 34 • D-81739 München

Telefon: +49 89 4590-2021/-5191 • Fax: +49 89 4590-3791

kontakt@mittelstandskreis.com • www.mittelstandskreis.com