

26 gennaio 2010 16:10

TELEVENDITE, VENDITE A DOMICILIO, MULTILEVEL MARKETING: le regole

di [Rita Sabelli](#)

Indice scheda

[TELEVENDITA](#)

[VENDITA A DOMICILIO](#)

[MULTILEVEL MARKETING E VENDITE PIRAMIDALI](#)

[TELEVENDITA](#)

E', per definizione di legge *"un'offerta diretta trasmessa al pubblico attraverso il mezzo televisivo o radiofonico allo scopo di fornire, dietro pagamento, beni o servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni"*.

La normativa che le disciplina non e' specifica ma si deve ricavare da norme diverse, dal testo unico della radiotelevisione che disciplina la pubblicita', al codice del consumo che disciplina le vendite a distanza, fino alle disposizioni dell'Autorita' nelle telecomunicazioni (Agcom).

Nel concetto di televendita rientrano anche le vendite di servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili e di servizi relativi a concorsi o giochi comportanti ovvero strutturati in guisa di pronostici.

I soggetti che effettuano questo tipo di vendita devono avere una opportuna licenza e devono aver inviato una comunicazione preventiva al Comune ove hanno sede.

Prima distinzione: televendita e telepromozione

Mentre la televendita e', diciamo, un "programma" a se' stante, inserito tra altri (spesso prima della pubblicita'), effettuato in uno "spazio" acquistato e gestito direttamente dal produttore/venditore del bene o servizio, la "telepromozione", che per molti versi si distingue (anche in termini di regolamentazione normativa) e' invece una forma di pubblicita' effettuata nell'ambito di un programma televisivo, gestita (dietro compenso) dall'emittente televisiva stessa e spesso condotta dallo stesso presentatore del programma.

Messaggio riconoscibile

La televendita dev'essere chiaramente riconoscibile come tale e deve distinguersi dal resto della programmazione televisiva attraverso mezzi ottici (scritta "televendita") inseriti all'inizio e alla fine. Se trasmessa durante un programma televisivo, deve essere effettuata fuori dal contesto dello stesso (di solito e' registrata a parte, in ambiente diverso). Se la televendita imita o fa la parodia di un determinato programma, non dev'essere trasmessa prima o dopo lo stesso.

Attenzione, quindi: se durante un programma televisivo viene inserita, nel contesto del programma stesso, una pubblicita' o una televendita, si puo' parlare di *"pubblicita' clandestina"*, segnalabile all'Autorita' garante per le telecomunicazioni (vedi piu' avanti).

Offerta chiara e precisa

Gli oggetti, i prodotti o i servizi venduti devono essere ben descritti sia qualitativamente che quantitativamente e le immagini televisive devono rappresentarli fedelmente ed integralmente, senza creare ambiguita'.

Devono essere date chiare informazioni sul prezzo, le garanzie, i servizi post-vendita e le modalita' di fornitura o prestazione, nonche' sul venditore (nome, denominazione o ragione sociale, sede, numero di iscrizione al registro delle imprese e partita IVA).

Durante la televendita dev'essere inoltre data precisa informazione riguardo al diritto di recesso, all'inizio e in corso di trasmissione. La stessa poi deve essere fornita per iscritto, al piu' tardi al momento della consegna del bene. Per i dettagli sul recesso di veda piu' avanti.

Obblighi e divieti

Le televendite

- devono evitare ogni forma di sfruttamento della superstizione, della credulità o della paura;
- non devono contenere scene di violenza fisica o morale o tali da offendere il gusto e la sensibilità dei consumatori per indecenza, volgarità o ripugnanza;
- non devono contenere dichiarazioni o rappresentazioni che possono indurre in errore gli utenti o i consumatori, anche per mezzo di omissioni, ambiguità o esagerazioni, in particolare per ciò che riguarda le caratteristiche e gli effetti del servizio, il prezzo, le condizioni di vendita o di pagamento, le modalità della fornitura, gli eventuali premi, l'identità delle persone rappresentate;
- non possono essere inserite nei programmi per bambini di durata inferiore ai 30 minuti (sono escluse da questo divieto le emittenti locali, disciplinate localmente);
- non possono essere inserite nei programmi di cartoni animati per bambini (sono esclusi i lungometraggi cinematografici e i film prodotti per la televisione).

E' vietata la televendita che

- offenda la dignità umana,
- comporti discriminazioni di razza, sesso o nazionalità,
- offenda convinzioni religiose e politiche,
- induca a comportamenti pregiudizievole per la salute o la sicurezza o la protezione dell'ambiente,
- riguardi sigarette o altri prodotti a base di tabacco,
- riguardi una vendita all'asta.

Riguardo ai minori, la televendita non deve

- esortare i minori a stipulare contratti di compravendita o di locazione di prodotti e di servizi;
- arrecare pregiudizio morale o fisico ai minori;
- esortare direttamente i minori ad acquistare un prodotto o un servizio, sfruttandone l'inesperienza o la credulità;
- esortare direttamente i minori a persuadere genitori o altri ad acquistare tali prodotti o servizi;
- sfruttare la particolare fiducia che i minori ripongono nei genitori, negli insegnanti o in altri;
- mostrare, senza motivo, minori in situazioni pericolose.

Se oggetto della vendita e' una bevanda alcolica la televendita non deve

- rivolgersi espressamente ai minori, nè, in particolare, presentare minori intenti a consumare tali bevande;
- collegare il consumo di alcolici con prestazioni fisiche di particolare rilievo o con la guida di automobili;
- creare l'impressione che il consumo di alcolici contribuisca al successo sociale o sessuale;
- indurre a credere che le bevande alcoliche possiedano qualità terapeutiche stimolanti o calmanti o che contribuiscano a risolvere situazioni di conflitto psicologico;
- incoraggiare un uso eccessivo e incontrollato di bevande alcoliche o presentare in una luce negativa l'astinenza o la sobrietà;
- usare l'indicazione del rilevante grado alcolico come qualità positiva delle bevande.

Le televendite inerenti servizi di astrologia, cartomanzia, pronostici (gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, lotterie, etc.) non devono:

- essere trasmesse dalle ore 7 (mattino) alle ore 23 (sera);
- mostrare in sovraimpressione o indurre ad utilizzare numerazioni telefoniche per la fornitura di servizi a sovrapprezzo, anche a tariffa specifica (899, 895, 894, 48X). (Attenzione! L'uso di queste numerazioni e' invece consentito nelle pubblicità e nelle telepromozioni, a condizione che vengano date informazioni sulla facoltà di attivare il blocco selettivo delle chiamate verso le stesse numerazioni, rivolgendosi al proprio gestore telefonico);
- trarre in inganno il pubblico, per esempio tramite omissioni (non dicendo cose importanti), ambiguità, esagerazioni, riguardo al contenuto e agli effetti dei beni e servizi offerti;
- sfruttare la superstizione del pubblico, la credulità, la paura, in particolare riguardo alle categorie di utenti psicologicamente vulnerabili;

Cosa fare se....

Ci si ripensa: il diritto di recesso

L'informazione inerente il diritto di recesso dev'essere data all'inizio e durante la trasmissione di televendita e per iscritto, al più tardi nel momento della consegna del bene.

Il termine per recedere e' di 10 giorni lavorativi dalla consegna del bene (che va restituito a proprie spese), con invio di raccomandata a/r.

Per le televendite che riguardano servizi (oroscopo, carte, pronostici), se la prestazione viene resa subito, non esiste ovviamente possibilita' di recedere.

E' opportuno verificare se il contratto prevedesse un termine piu' ampio per l'invio della raccomandata a/r, ed anche -soprattutto- per la restituzione del bene.

Fonte: Codice del consumo art. 59, 64 e 65

Per approfondire si veda la scheda

LE VENDITE A DISTANZA NEL NUOVO CODICE DEL CONSUMO: [clicca qui](#)

(http://sosonline.aduc.it/scheda/vendite+distanza+nel+nuovo+codice+del+consumo_1093.php)

Il bene e' difettoso: le garanzie

Come tutte le vendite, anche quelle televisive sono "coperte" dalla garanzia di legge di due anni a carico del venditore, che si affianca all'eventuale garanzia specifica del produttore, contrattuale e da valutarsi a parte.

La garanzia di legge copre i vizi di produzione e di conformita', quindi puo' essere utilizzata se il bene non funziona o presenta dei difetti oppure se non corrisponde a quanto ordinato.

E' importante ricordare che questa garanzia legale e' riservata agli acquisti fatti dai consumatori, quindi senza utilizzo di partita Iva.

Per approfondimenti si veda la scheda

LA GARANZIA DEI PRODOTTI A DUE ANNI A CARICO DEL VENDITORE: [clicca qui](#)

Il bene non arriva

Se si e' regolarmente eseguito l'ordine (per telefono, Internet o quello che sia) e il bene non arriva nel termine promesso, o comunque in un termine ritenuto congruo (cio' varia da caso a caso) puo' essere contestata al venditore l'inadempienza, dettando un termine non inferiore a 15 giorni per adempiere con minaccia di adire le vie legali.

Per approfondimenti sull'inadempimento come sugli eventuali vizi del contratto, si veda la scheda

COMPRAVENDITA BENI: DIRITTI, DOVERI, VIZI E GARANZIE: [clicca qui](#)

Vigilanza e segnalazioni

L'autorita' che si occupa di monitorare il sistema televisivo e di comminare le sanzioni e' l'AGCOM, Autorita' garante per le comunicazioni: [clicca qui](#)

La segnalazione inerenti lelevendite di servizi di astrologia, cartomanzia, pronostici (gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, etc.) possono essere fatte al "comitato televendite" istituito dal Ministero delle comunicazioni (oggi Attivita' Produttive), che opera in base al "codice di autoregolamentazione per le televendite" firmato dalla maggiorparte delle emittenti televisive.

Per informazioni: [clicca qui \(http://www.comunicazioni.it/aree_interesse/televisione/televisione_televendite/\)](http://www.comunicazioni.it/aree_interesse/televisione/televisione_televendite/)

Fonti normative

- D.lgs. 114/98 art.18
- D.lgs. 177/2005 (testo unico della radiotelevisione) art.37 e segg.
- D.lgs. 206/2005 (codice del consumo) art. 28 e segg. e art.59, 64 e 65
- Delibera AGCOM 538/01/CONS del 26/7/2001 e succ.mod. : [clicca qui \(http://www2.agcom.it/provv/d_538_01_CSP_Reg_coordinato.htm\)](http://www2.agcom.it/provv/d_538_01_CSP_Reg_coordinato.htm)

Per le sanzioni:

- Legge 481/95 art.2 comma 20 lettera c) e Legge 249/97 art.1 comma 31

VENDITA A DOMICILIO

E' definita dalla legge come vendita "effettuata tramite raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio del consumatore finale o nei locali nei quali il consumatore si trova, anche temporaneamente, per motivi personali, di lavoro, di studio, di intrattenimento o di svago."

Le imprese venditrici devono avere apposita licenza per questo tipo di vendita e devono effettuare una comunicazione preventiva al Comune ove hanno sede.

La vendita e' effettuata tramite soggetti incaricati dal venditore, che possono essere dipendenti o semplici agenti legati contrattualmente.

Gli incaricati devono possedere determinati requisiti (non aver avuto condanne penali, etc.) ed essere muniti di un tesserino di riconoscimento con foto, dati anagrafici, la sede dell'impresa venditrice e i prodotti venduti, il nome del responsabile dell'impresa stessa e la sua firma. E' bene sapere che l'incaricato non ha, salvo precisa autorizzazione scritta, facolta' di riscuotere personalmente le somme dovute dal consumatore ne' puo' concedere sconti o dilazioni di pagamento che non siano gia' previste dal contratto.

La disciplina legislativa e' anche in questo caso composita, ma per quanto riguarda il consumatore la principale norma di riferimento e' il codice del consumo, nella parte relativa ai contratti stipulati fuori dai locali commerciali.

Rispetto a qualsiasi altro tipo di vendita al consumatore non cambiano le garanzie (garanzia biennale di legge piu' eventuale garanzia contrattuale del produttore o venditore) ne' le regole per il recesso, che e' esercitabile entro 10 giorni lavorativi dalla firma del contratto con raccomandata a/r.

Per approfondimenti si veda la scheda

IL DIRITTO DI RECESSO NEI CONTRATTI FUORI DAGLI ESERCIZI COMMERCIALI: [clicca qui \(http://sosonline.aduc.it/scheda/diritto+recesso+nei+contratti+fuori+dagli+esercizi_9631.php\)](http://sosonline.aduc.it/scheda/diritto+recesso+nei+contratti+fuori+dagli+esercizi_9631.php)

Per le societa' che violano la legge sono previste delle sanzioni amministrative, e in taluni casi il Sindaco puo' anche sospendere l'attivita' di vendita. Le segnalazioni vanno fatte alla polizia amministrativa (funzione solitamente svolta dalla polizia locale). Se si ravvisano reati questi possono essere segnalati con un esposto alla Procura della Repubblica.

Fonti normative

- D.lgs.114/98 art.19
- Legge 173/2005
- D.lgs. 206/2005 (codice del consumo) art. 45 e segg. e art. 64

[Due parole sul MULTILEVEL MARKETING e sulle VENDITE PIRAMIDALI](#)

Il multilevel marketing (mlm) e' una forma particolare di vendita diretta dove alla semplice promozione di prodotti (in genere a domicilio) e' affiancata una politica di "reclutamento" dei clienti come venditori.

L'incaricato ha quindi due possibilita' di guadagno, la provvigione sulle proprie vendite e un "bonus" su quelle che successivamente fara' il cliente reclutato che diviene, quindi, a sua volta venditore.

Una procedura di questo tipo, dove comunque il guadagno principale e' relativo alle proprie vendite, e' lecita, pur se spesso utilizzata in modo spregiudicato.

Non e' invece lecita una struttura di vendita molto simile a questa, non diretta ma "piramidale", dove il guadagno dell'incaricato e' dovuto principalmente dall'adesione di altri soggetti, che pagano alte quote di affiliazione, piu' che alla sua capacita' di vendere e promuovere i prodotti o servizi.

Praticamente, la legge vuole colpire quelle attivita' dove il guadagno, piu' che alla vendita di beni e/o servizi, e' dovuto al reclutamento di personale a cui corrisponde la riscossione di ingenti quote di "iscrizione".

La legge in questione e' la 173/2005 (art.5/6), emanata dopo diverse pronunce dell'ISVAP e vicende giudiziarie tutt'ora in corso.

Ma come distinguere i due casi? Non e' facile ne' immediato, ma la legge fissa delle caratteristiche la cui presenza consente di presumere quale attivita' sia illecita:

- eventuale obbligo del soggetto reclutato di acquistare dall'impresa, ovvero da altro componente la struttura, una

rilevante quantita' di prodotti senza diritto di restituzione o rifusione del prezzo, in misura non inferiore al 90% del costo originario, nel caso di mancata vendita al pubblico;

- eventuale obbligo del soggetto reclutato di corrispondere all'impresa o ad altro componente la struttura, all'atto di reclutamento e comunque quale condizione per la permanenza nell'organizzazione, una somma di denaro o titoli di credito o altri valori mobiliari e benefici finanziari in genere di rilevante entita' e in assenza di una reale controprestazione;

- l'eventuale obbligo del soggetto reclutato di acquistare dall'impresa o da altro componente la struttura, materiali, beni o servizi, ivi compresi materiali didattici e corsi di formazione, non strettamente inerenti e necessari all'attivita' commerciale in questione e comunque non proporzionati al volume dell'attivita' svolta.

Per tali attivita' illecite e' previsto, a carico di promotori e organizzatori, l'arresto da sei mesi ad un anno e l'ammenda da 100.000 a 600.000 euro. Denunce in questo ambito possono essere fatte alla polizia amministrativa (di solito rappresentata dalla polizia locale). Volendo invece segnalare un ipotetico reato ma la cosa migliore da fare e' inoltrare un esposto alla Procura della Repubblica.

Si ricorda che e' illegale anche il marketing piramidale via internet. Una sentenza della Corte di Cassazione sez.penale (n.37049/2012) ha stabilito che commette reato il titolare di un sito internet che svolge un'attivita' commerciale basata sulla corresponsione di somme di denaro per il puro e semplice reclutamento di altri utenti piuttosto che per la vendita di beni o servizi. La Cassazione si rifa' proprio alla legge suddetta (Legge 173/2005) ribadendo che le vendite piramidali sono illegali.