

Numero del procedimento

PS/83.

Parte del procedimento

Mondolibri S.p.A. (la "Società" o "Mondolibri").

Fattispecie contestata

In data 26 marzo 2009, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (l'"Autorità") comunicava a Mondolibri l'avvio del procedimento PS/83, concernente un'istruttoria ai sensi dell'articolo 6 del "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette", volta all'accertamento dell'esistenza di presunte violazioni degli articoli 20, 21, comma 1 e comma 2b), 22, 24, 25 e 26 (f) del Codice del Consumo.

Nel provvedimento di avvio dell'istruttoria l'Autorità ha rilevato la presunta attuazione da parte della Società di alcune pratiche commerciali scorrette *"in relazione alla conclusione, all'esecuzione e al recesso dai contratti di abbonamento ai servizi Euroclub"*.

Il suddetto provvedimento precisa inoltre i profili di comportamento contestati, indicando:

- a) con riferimento alla conclusione del contratto, *"l'incompletezza e l'inesattezza delle informazioni fornite ai consumatori dai cataloghi, dal sito e dai promoters Euroclub per quanto riguarda le modalità e i vantaggi dell'adesione a Euroclub. (...)"*

(...) non viene infatti chiarito in maniera adeguata che, una volta sottoscritto il modulo di adesione, il consumatore si ritrova ad avere sottoscritto un contratto in base al quale egli, dopo avere effettuato il primo acquisto a condizioni estremamente vantaggiose, è vincolato ad ordinare almeno dieci articoli."

- b) con riferimento all'esecuzione e recesso dal contratto, *"difficoltà nell'esercizio, da parte dei consumatori, del diritto di recesso. Una volta effettuati i dieci acquisti richiesti dal contratto, i consumatori che scelgono di recedere dal contratto continuano infatti a ricevere libri o addirittura materiale diverso da quello previsto contrattualmente (per esempio, CD musicali) a cui si accompagnano diversi e minacciosi solleciti di pagamento"*.

Descrizione degli impegni proposti e considerazioni circa la loro idoneità a fare venire meno i profili anticonsumeristici oggetto dell'istruttoria.

Pur senza riconoscere in alcun modo la fondatezza delle tesi e delle ipotesi formulate nel provvedimento di avvio della presente istruttoria, e ribadendo di non avere commesso alcuna violazione della normativa nazionale a tutela dei consumatori e di avere anzi sempre agito nel pieno e totale rispetto della stessa, nonché in ottemperanza agli obblighi derivanti dai codici di condotta adottati, la Società intende offrire alcuni impegni, ai sensi dell'articolo 8 del "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette".

- **Esattezza e completezza delle informazioni contrattuali fornite.**

Questi impegni sono assunti per favorire – in fase di adesione ad *Euroclub*, e dunque pre-contrattuale – una chiara ed univoca comprensione delle condizioni contrattuali da parte del consumatore, preservandone in modo assoluto la libertà negoziale: essi vanno dunque ad investire, da un lato, la documentazione che viene sottoposta al consumatore all'atto dell'adesione – ed in particolare il catalogo di reclutamento, che costituisce senz'altro lo strumento che maggiormente attrae l'attenzione del consumatore stesso – e, dall'altro lato, il comportamento del *promoter*, che tale documentazione ha il compito di illustrare in modo trasparente ed esaustivo.

Si aggiunge infine un ulteriore controllo a quelli già effettuati immediatamente dopo la raccolta dell'adesione, specificamente rivolto alle adesioni presentate dai consumatori più giovani (fascia tra i diciotto ed i ventuno anni; si precisa che l'età minima per aderire al *Club* è diciotto anni) e dunque presunti più a rischio di suggestionabilità.

Si procede pertanto alla descrizione degli impegni che si propongono:

A) **Catalogo di reclutamento.**

La Società si impegna a modificare il catalogo di reclutamento (Allegato 7 – numerazione MILANO) in modo da chiarire in modo definitivo, con espressioni univoche e dirette, sia l'esistenza ed i termini dell'obbligo di acquisto da ciascun catalogo – compreso il meccanismo di invio della Offerta Premium in caso di mancato acquisto – sia l'esistenza del diritto di recesso e le relative caratteristiche.

Più specificamente, la Società si impegna, con riferimento al catalogo di reclutamento, a:

- 1) indicare, con modalità che ne consentano una agevole individuazione, che le condizioni contrattuali sono il risultato della lettura combinata della cedola e del catalogo;
- 2) modificare le eventuali espressioni generiche relative agli obblighi assunti dal socio (ad esempio, “effettuerò”, farò”) con altre più incisive (“dovrò”);
- 3) inserire in prima pagina il testo della “Lettera di benvenuto” come riportato nell’**allegato A** alla presente proposta di impegni (“**Lettera di benvenuto**”);
- 4) sostituire la previsione “*Il servizio è valido per almeno dieci articoli*” – contenuta alla pagina 7 del catalogo di reclutamento – con la corrispondente previsione contenuta nella cedola (Allegati 3,4 – numerazione MILANO): “*Blocchetto cedola (versione negozio)*”, “*Blocchetto cedola (versione porta a porta)*”: “*In qualunque momento potrò disdire l’adesione ad Euroclub dopo aver comprato almeno 10 articoli (libri, CD, DVD, con la sola esclusione dei prodotti in promozione speciale, ossia con sconto superiore al 50% sul prezzo editore), rispettando l’acquisto relativo alla rivista in vigore al momento della disdetta, inviando al Servizio Soci una semplice lettera*”.

B) Comportamento del promoter.

La Società effettua una accurata formazione del *promoter*, cui sono pure insegnate tecniche di *marketing* coerenti con le caratteristiche peculiari dell’attività che svolge, ossia la vendita fuori dai locali commerciali e “porta a porta”.

Ciò che è esemplificato – in modo necessariamente schematico e *standard* – nella “Guida al reclutamento” (Allegato 2 – numerazione MILANO), nell’analogo “Corso Procacciatori”, (Allegati 13 e 32 – numerazione MILANO) e nella “Cartellina starting point” (Allegato 4 – numerazione ROMA, REGGIO CALABRIA) viene arricchito e reso vivo dalla pratica del *promoter*, nel corso della propria attività (si offre in visione, al fine di favorire una migliore valutazione delle caratteristiche dell’approccio esemplificato nei documenti indicati, una *demo* contenente la rappresentazione filmica, e dunque dinamica, delle fasi descritte nei documenti di formazione: **allegato B 1** alla presente proposta di impegni (“**Demo reclutamento**” - OMISSIS).

La Società si impegna ad effettuare una completa revisione della “Guida al reclutamento”, del “Corso Procacciatori” e della “Cartellina starting point” nell’ottica di evitare qualsiasi comportamento che possa essere sentito dal consumatore come invadente o comunque risultare sgradevole, ed in particolare apportando le seguenti modifiche:

- 1) la fase “2 – SONDAGGIO”, lungi dall’essere un mero strumento di approccio nei confronti del consumatore, è invece essenziale per selezionare il potenziale socio in funzione della sua attitudine alla lettura e, di conseguenza, all’acquisto di libri: sarà esplicitamente inserita l’indicazione di non procedere a presentare il servizio *Euroclub* nei confronti di potenziali clienti che nel corso del sondaggio dichiarino di acquistare meno di cinque libri all’anno;
- 2) tanto in generale quanto in particolare nella fase “5 – CONCLUSIONE”, verrà richiesto al *promoter* di specificare la gratuità dell’adesione al *Club* in luogo del precedente riferimento al “servizio”;
- 3) nella fase “7 – CONSOLIDAMENTO” il *promoter* non darà corso all’adesione nel caso in cui il consumatore – nel fornire risposta alle domande indicate sul “cartoncino giallo” (doc. 8 memoria 20.4.2009 – “Cartellino mostrato da *promoter* per preannunciare controllo telefonico) – manifesti evidente incapacità di comprendere appieno il meccanismo di funzionamento di *Euroclub*;
- 4) le sezioni “INDICAZIONI IMPORTANTI” e “RISPOSTA ALLE OBIEZIONI” attualmente contenute nella “Cartellina starting point” (Allegato 4 – numerazione ROMA, REGGIO CALABRIA) vengono modificate come riportato nell’**allegato B 2 (“Indicazioni e risposte obiezioni” - OMISSIS)**; le medesime modifiche investiranno anche la parte del “Corso Procacciatori” (Allegati 13 e 32 – numerazione MILANO) dedicata al medesimo oggetto, attualmente rappresentata con vignette.

Il testo della “Guida al reclutamento” (Allegato 2 – numerazione MILANO) rivisto ai sensi di quanto esposto è allegato *sub B 3* alla presente proposta di impegni (“GAR” - OMISSIS). La Società effettuerà in modo coerente la revisione anche del contenuto del “Corso Procacciatori” e della “Cartellina starting point”.

C) Controlli successivi alla raccolta dell’adesione.

Mondolibri segue il lavoro del *promoter* attraverso diversi e costanti controlli, sia telefonici (effettuati di prassi, su circa il 70% delle adesioni) sia addirittura – nei casi in cui il controllo telefonico evidenzia comportamenti non in linea con le istruzioni fornite - fisici (cioè inviando un incaricato direttamente a casa del socio, controllo effettuato per il 5% delle adesioni), al fine di constatare il comportamento tenuto dal *promoter* e l’effettiva comprensione da parte del neo-socio del funzionamento del *Club*, compresi gli impegni assunti.

La Società si impegna ad aggiungere a tali controlli *standard* uno strumento dedicato ai neo-soci che abbiano età compresa tra i diciotto ed i ventuno anni: in

caso di adesione da parte di un consumatore appartenente a questa fascia di età, la Società effettuerà uno specifico controllo telefonico presso la famiglia, richiedendo esplicitamente la conferma dell'adesione.

- **Diritto di recesso e recupero crediti**

Questi impegni sono assunti per favorire il piano, trasparente e consapevole esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore e per facilitare una risoluzione transattiva di controversie inerenti al recupero del credito.

Per inquadrare chiaramente la funzione assunta dagli impegni che si propongono, appare utile rammentare il contesto in cui essi si pongono, ossia le caratteristiche di *Euroclub* e della relativa gestione da parte della Società.

L'attuale contratto di adesione ad *Euroclub* (cosiddetto "*Euroclub 5*"), in uso da circa tre anni, prevede il diritto del socio di recedere liberamente, in qualsiasi momento e senza preavviso, una volta assolto l'obbligo di acquisto minimo (dieci prodotti, compresi naturalmente quelli già acquistati a titolo di offerta introduttiva, al momento dell'adesione).

Permangono inoltre tuttora in vigore circa 265.000 contratti conclusi con la precedente formula commerciale (cosiddetta "*Euroclub 4*"), che determina la durata minima del contratto in due anni, senza possibilità di recesso, ed il successivo rinnovo automatico di anno in anno con facoltà di recesso da esercitare con preavviso di tre mesi: tutte le posizioni in essere riconducibili ad "*Euroclub 4*" – data l'anzianità della data di adesione – hanno ormai superato la fase del "biennio" e si trovano in quella di eventuale rinnovo di anno in anno salvo disdetta. Attualmente la Società – attraverso il *customer service*, quando interpellato dal socio a questo scopo – gestisce le relative richieste di recesso senza rigidità, accettandole spesso indipendentemente dal rigoroso rispetto del termine per il preavviso.

Quanto alle generali modalità di gestione del recesso, sia le richieste di esercizio del diritto di "ripensamento" ai sensi dell'art. 64, comma 1, Cod. Cons. sia le richieste di recesso ai sensi di quanto convenzionalmente dedotto in contratto, che siano "pure" (ossia, senza altro tipo di segnalazioni) ed effettuate da chi sia in regola con le condizioni contrattuali, vengono gestite in automatico dal sistema, che registra la cessazione degli effetti del contratto senza generare alcuna risposta specifica al consumatore: ciò comporta a volte alcune disfunzioni gestionali, legate alla eventualità che, durante il decorso del tempo necessario per l'acquisizione a sistema del recesso, al consumatore venga comunque inviato materiale la cui spedizione era già stata programmata prima della ricezione della richiesta di recesso (si precisa che

la Società gestisce complessivamente oltre sessantacinque date di invio di cataloghi, sostanzialmente un invio ogni quattro giorni lavorativi); in tali casi il consumatore interpreta l'invio come un sintomo di mancato accoglimento, da parte della Società, dell'esercizio del proprio diritto, con le conseguenti possibili contestazioni.

Da ultimo, con riferimento al delicato settore del recupero crediti, si rammenta che la procedura *standard* adottata dalla Società prevede che, qualora non pervenga il pagamento di un ordine, dopo circa due mesi dalla spedizione vengano inviate in automatico tre successive lettere di sollecito in cui si invita il socio a saldare la propria posizione, inserendo nuovamente un bollettino postale precompilato, utile qualora quello originale fosse stato smarrito in precedenza (primo livello di sollecito). In ogni lettera viene inoltre data la possibilità al socio di comunicare con Mondolibri utilizzando il retro della lettera stessa, per esempio per segnalare la mancata ricezione della merce. Ad esse fa seguito, in caso di mancato riscontro, dopo circa 230 giorni dalla spedizione della merce, una lettera di messa in mora firmata dal legale interno di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. Infine, dopo circa altri 120 giorni, le pratiche senza alcun esito (e che non abbiano prodotto eventuali contatti con il *customer service* per segnalare problemi di ricezione della merce) vengono affidate a società di recupero crediti esterne, che agiscono per via epistolare e telefonica.

Si procede pertanto alla descrizione degli impegni che si propongono:

A) Recesso

La Società si impegna a modificare la propria procedura di gestione dei recessi (nell'accezione completa, sopra ricordata, di esercizio del diritto di "ripensamento" ai sensi dell'art. 64, comma 1, Cod. Cons., e di recesso ai sensi di quanto convenzionalmente dedotto in contratto) in modo da informare in modo diretto, senza possibilità di equivoco, il consumatore dello stato della sua richiesta e delle relative conseguenze.

La Società si impegna inoltre a semplificare l'esercizio del diritto di recesso (inteso ai sensi di quanto convenzionalmente dedotto in contratto) per i soci tuttora aderenti alla precedente formula "*Euroclub 4*".

Più specificamente, la Società si impegna a:

- 1) per i soci aderenti al regolamento "*Euroclub 5*": implementare una procedura di risposta automatica per iscritto a qualsiasi richiesta di ripensamento/recesso "pura" (ossia, senza altro tipo di segnalazioni) effettuata da socio che abbia effettuato l'acquisto minimo di dieci prodotti. La lettera di risposta conterrà la

conferma della accettazione del recesso e la descrizione delle relative conseguenze in relazione alla attività di esecuzione del contratto condotta sino a quel momento, nonché i riferimenti per contattare il *customer service*;

- 2) per i soci aderenti al regolamento “Euroclub 4”: accettare e rendere immediatamente operative le richieste di recesso indipendentemente dalla decorrenza del termine di preavviso indicato contrattualmente, nonché implementare una procedura di risposta automatica per iscritto a qualsiasi richiesta di ripensamento/recesso “pura” (ossia, senza altro tipo di segnalazioni). In tale modo, il meccanismo e le conseguenze del recesso vengono sostanzialmente allineati a quelli operanti nel caso di “Euroclub 5”. La lettera di risposta conterrà pertanto la conferma della accettazione del recesso e la descrizione delle relative conseguenze in relazione alla attività di esecuzione del contratto condotta sino a quel momento, nonché i riferimenti per contattare il *customer service*.

Si allega *facsimile* di lettera di risposta, identico per i recessi da “Euroclub 4” e per i ripensamenti/recessi “Euroclub 5”: **allegato C** (“Lettera di risposta recesso puro”).

B) Recupero crediti

Si osserva che le procedure istituite per l'attività di recupero crediti (sia nella fase interna sia con riguardo a quella affidata a soggetti terzi specializzati) riguardano indifferentemente tanto gli scoperti legati alla esecuzione dei contratti in essere da tempo, che magari hanno accumulato una esposizione debitoria rilevante, quanto quelli relativi all'inadempimento della sola offerta introduttiva: l'affidamento a società di recupero del credito di scoperti relativi alla sola offerta introduttiva si è verificato, nel corso del 2008, con riferimento alla posizione di circa 17.000 soci di *Euroclub*.

La Società ha considerato che in tali ultimi casi il mancato pagamento può dipendere da cause estranee alla mala fede e legate invece ad incomprensioni relative al meccanismo di funzionamento del *Club*: per tale motivo, si impegna ad adottare – per l'inadempimento della sola offerta introduttiva – una apposita procedura di recupero del credito che preveda l'invio in automatico delle sole tre successive lettere di sollecito interne, in cui si invita il socio a saldare la propria posizione dando tutte le necessarie informazioni (secondo il già descritto *standard* attualmente in vigore). Il socio che non darà riscontro verrà poi contattato telefonicamente da parte del *customer service*, al fine di favorire una soluzione amichevole della problematica.

- Varie

Da ultimo, la Società si impegna ad istituire una linea telefonica dedicata all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato – eventualmente estensibile alle associazioni dei consumatori interessate – per la gestione di qualsiasi richiesta o lamentela inviata a questi ultimi soggetti, riguardante l'associazione ai *Club*, entro quarantotto ore lavorative, garantendo la presentazione all'Autorità (o all'associazione richiedente) di tutta la documentazione a supporto.

Periodo di validità

Gli impegni di cui sopra avranno effetto immediato e la loro applicazione proseguirà senza limiti di tempo.

Conclusioni

La Società ritiene che gli impegni in questione siano tali da fare venire meno i presunti profili anticonsumeristici di cui al provvedimento di avvio dell'istruttoria. La realizzazione degli impegni è quindi offerta sul presupposto che l'Autorità – concludendo che essi sono idonei ad eliminare i profili anticonsumeristici oggetto dell'avvio dell'istruttoria – assuma una propria decisione con cui, accettando gli impegni e rendendoli obbligatori per la Società, chiuda – come previsto dall'articolo 8 del "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*" – il procedimento nei confronti della Società senza accertare alcuna infrazione da parte di quest'ultima.

Benvenuto in EUROCLUB



**RESPONSABILE
COMMERCIALE**

CARLO CAMPLONE

Carlo Camplone

Caro Nuovo Socio, Le diamo il benvenuto in Euroclub, l'unico Club che presenta una rivista periodica con una ricca selezione di libri di ogni genere, valutati da un qualificato Comitato editoriale e offerti ai soci con sconti che partono da una base minima del 20 % e possono arrivare fino al 50 % del prezzo di copertina. Il regolamento di Euroclub per tutti i Soci è semplicissimo: ogni nuovo socio dovrà effettuare almeno un acquisto, da casa o in un qualunque negozio Mondolibri da ciascuna delle cinque riviste che riceverà ogni anno altrimenti, dopo essere stato preavvertito per posta o per telefono, riceverà la nostra splendida Offerta Premium presentata a pagina 6 con uno sconto intorno al 40 %. Il socio potrà disdire in qualunque momento il nostro servizio dopo aver comprato almeno 10 articoli. Tengo a precisare che troverà sempre su molti titoli il simbolo Premio Fedeltà e il suo sconto aumenterà già dopo i primi 12 mesi; più resterà con noi, più sarà soddisfatto. Sfogli sempre subito le nostre riviste; troverà certamente i libri che Le interessano a prezzi convenienti.

1 In collaborazione con le più importanti case editrici, musicali e video

Case Editrici Ancora, Baldini&Castoldi Dalai, Bompiani, Corbaccio, Cortina, De Agostini, De Vecchi, Walt Disney, E. Elle, Edicart, E/O, ES, Fabbri, Feltrinelli, Giorgio Mondadori, Garzanti, Giunti, Gremese, Guanda, Happy Books, Hoepli, Jaca Book, Kowalski, Laterza, Le Monnier, Longanesi & C., McGraw-Hill, Mondadori, Newton Compton, Editrice Nord, Piemme, Pratiche, Red Edizioni, Rizzoli, Il Saggiatore, Salani, Sonzogno, Sperling & Kupfer, Touring Club Italiano, Tropea, Vallardi I. G., Zanichelli. **Etichette musicali** Edel Italy, Emi, Sony BMG, Sugar, Universal, Virgin, Warner Music Italy. **DVD** D1 Distribution, Buenavista, Cecchi Gori, Cinehollywood, Dnc/Filmauro, Eagle Pictures, Feltrinelli, Medusa Video, Paramount, Universal Pictures, Sony Pictures, Warner, Twentieth Century Fox.

2 Offriamo libri, musica e DVD con risparmi fino al 50%

Per effettuare gli acquisti, mettiamo a sua disposizione un comodo servizio a domicilio scegliendo da un rivista come questa che le sarà inviata gratuitamente 5 volte all'anno

3

- Primavera, estate, autunno, inverno: in ogni stagione scelga il meglio insieme a Euroclub! E a Natale le abbiamo riservato un catalogo ancora più ricco di offerte...
- 64 pagine tutte a colori, con oltre 300 titoli selezionati tra i migliori del panorama editoriale.
- In più, tante proposte di cd e video selezionati tra le ultime novità del mercato.



ALLEGATO B 1 – DEMO RECLUTAMENTO

OMISSIS

ALLEGATO B 2 - INDICAZIONI E RISPOSTE OBIEZIONI

Versione non confidenziale

L'allegato fornisce al *promoter* indicazioni di risposta alle possibili obiezioni del consumatore: le modifiche proposte hanno la funzione di sottolineare sempre l'importanza della trasparenza e della cortesia, nonché di spingere il *promoter* ad utilizzare le occasioni di confronto "fuori standard" col consumatore per informare compiutamente quest'ultimo in merito al meccanismo di funzionamento dei *Club*, con particolare riferimento all'obbligo di acquisto minimo ed alle condizioni per la risoluzione del rapporto contrattuale.

Rilievo particolare, anche da punto di vista grafico, è attribuito all'esigenza che il *promoter* si accerti del fatto che il nuovo socio abbia ben chiaro tutto il meccanismo del *Club* cui ha aderito.

ALLEGATO B 3 – GAR

Versione non confidenziale

L'allegato fornisce al *promoter* istruzioni per la gestione del contatto col consumatore: il suo contenuto è stato redatto in generale nell'ottica di evitare qualsiasi comportamento che possa essere sentito dal consumatore come invadente o comunque risultare sgradevole; si segnalano in particolare le seguenti modifiche:

- 1) la fase "2 – SONDAGGIO", lungi dall'essere un mero strumento di approccio nei confronti del consumatore, è invece essenziale per selezionare il potenziale socio in funzione della sua attitudine alla lettura e, di conseguenza, all'acquisto di libri: sarà esplicitamente inserita l'indicazione di non procedere a presentare il servizio *Euroclub* nei confronti di potenziali clienti che nel corso del sondaggio dichiarino di acquistare meno di cinque libri all'anno;
- 2) la fase "4 – PRESENTAZIONE" ha lo scopo di informare compiutamente il consumatore la Società, i prodotti da essa commercializzati, gli elementi essenziali del meccanismo di funzionamento dei *Club* (tra cui in particolare la natura e la funzione dell'Offerta Premium); in questa fase viene analizzato dettagliatamente il contenuto della Rivista, strumento completo ed essenziale di informazione – sia dal punto di vista commerciale sia da quello regolamentare – per il consumatore;
- 3) tanto in generale quanto in particolare nella fase "5 – CONCLUSIONE", verrà richiesto al *promoter* di specificare la gratuità dell'adesione al *Club* in luogo del precedente riferimento al "servizio";
- 4) nella fase "7 – CONSOLIDAMENTO" il *promoter* non darà corso all'adesione nel caso in cui il consumatore – nel fornire risposta alle domande indicate sul "cartoncino giallo" (doc. 8 memoria 20.4.2009 – "Cartellino mostrato da *promoter* per preannunciare controllo telefonico) – manifesti evidente incapacità di comprendere appieno il meccanismo di funzionamento di *Euroclub*.

ALLEGATO C – LETTERA DI RISPOSTA RECESSO PURO

Lettera di conferma disdetta

- per EC4 sempre
- per EC5 (per socio che abbia già effettuato acquistato almeno 10 prodotti)

Egregio XXXXX,

ho ricevuto la sua lettera con la quale comunica la decisione di recedere dall'associazione sottoscritta con Euroclub, e le confermo che la registrazione della sua disdetta è stata subito effettuata.

Le assicuro che, a far data dalla presente, nulla verrà più inviato al suo indirizzo, salvo la consegna di prodotti relativi ad ordini da lei eventualmente effettuati in precedenza e che non le siano ancora pervenuti (per cui potrà provvedere al pagamento con le consuete modalità) o cataloghi il cui invio era già stato programmato prima del suo recesso e con riferimento ai quali non ha più l'obbligo di effettuare l'acquisto.

Qualora dunque nei prossimi giorni dovesse ricevere inviti, postali o telefonici, in tal senso, li ignori tranquillamente in quanto il suo nominativo non rientra più tra quelli dei nostri soci.

Voglio esprimerle il mio dispiacere nel perdere un socio come lei, corretto, puntuale e soprattutto che ha saputo apprezzare le nostre migliori proposte e mi auguro di poterla nuovamente accogliere fra i nostri soci in un futuro non lontano.

Rammentandole che la Segreteria Soci è sempre a sua disposizione per ogni necessità o ulteriore chiarimento al numero telefonico 199114455, colgo l'occasione per porgerle i miei più cordiali saluti.

Ilaria Castellani
Segreteria Soci

Da inserire solo in caso di scoperti su ordini precedenti:

Resta invece in sospeso la posizione contabile relativa a merce spedita prima che ci pervenisse la sua richiesta di recesso: la invito ad un cortese celere riscontro al fine di poter archiviare definitivamente tutta la sua pratica).

Numero del procedimento

PS/83.

Parte del procedimento.

Mondolibri S.p.A. (la "Società" o "Mondolibri").

Fattispecie contestata.

In data 26 marzo 2009, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (l'"Autorità") comunicava a Mondolibri l'avvio del procedimento PS/83, concernente un'istruttoria ai sensi dell'articolo 6 del "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette", volta all'accertamento dell'esistenza di presunte violazioni degli articoli 20, 21, comma 1 e comma 2b), 22, 24, 25 e 26 (f) del Codice del Consumo.

Nel provvedimento di avvio dell'istruttoria l'Autorità ha rilevato la presunta attuazione da parte della Società di alcune pratiche commerciali scorrette *"in relazione alla conclusione, all'esecuzione e al recesso dai contratti di abbonamento ai servizi Euroclub"*.

A seguito di ciò, Mondolibri ha presentato in data 27 aprile 2009 una proposta di impegni ai sensi dell'art. 8 del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette.

Successivamente, l'Autorità ha tenuto l'audizione della parte in data 15 luglio 2009 nel corso della quale ha:

- a) ritenuto gli impegni proposti parzialmente idonei a fare venire meno i profili di illegittimità contestati;
- b) a seguito delle risultanze di tale audizione, ai sensi dell'art. 8, comma 2, lett. B) del medesimo Regolamento, ha fissato un termine per l'integrazione degli impegni fino al 25 agosto 2009.

Rappresentazione – effettuata da parte dell'Autorità - delle criticità residue.

L'Autorità ha evidenziato l'opportunità di operare una integrazione degli impegni proposti, nell'ottica di superare le residue problematicità che ha ritenuto di riscontrare sotto i seguenti aspetti:

- 1) una lamentata sproporzione tra la complessità delle regole di funzionamento del Club e le modalità con cui viene proposta l'adesione, tra cui va annoverata la scarsa immediatezza nell'accesso alle complete condizioni di funzionamento del Club sul sito web www.euroclub.it, all'atto dell'adesione;

- 2) permanenti difficoltà nella conoscenza dell'esistenza e delle modalità di esercizio nel diritto di recesso.

A fronte di tali valutazioni, la Società ha individuato i seguenti elementi come idoneo oggetto di modifiche migliorative degli impegni già proposti:

- modifiche alla Cedola e al Catalogo
- revisione delle indicazioni date ai *promoters* e della consecuzione delle fasi del processo di adesione;
- modifiche agli *scripts* delle telefoniste (cosiddette "*benvenutiste*");
- modifiche al sito *web*.

Descrizione degli impegni integrativi proposti.

La Società, aderendo a quanto emerso dall'esito della audizione, procede ad offrire alcuni impegni integrativi di quelli già proposti in data 27 aprile 2009.

A) Inserimento e maggiore evidenziazione, nella Cedola e nel Catalogo, del diritto di recesso e delle relative modalità di esercizio.

- Cedola (cfr. doc. A1).

Verrà adottato in via definitiva il nuovo prototipo di cedola, già presentato nel corso dell'audizione, caratterizzato da scritte in caratteri più grandi di quelli utilizzati in precedenza; esso verrà inoltre arricchito dalla esplicita indicazione delle modalità per l'idoneo esercizio del diritto di recesso, in luogo del mero riferimento alle più dettagliate informazioni contenute nel catalogo.

L'informazione relativa al recesso dall'adesione viene pertanto così esplicitata nella cedola: "*Dalla proposta di adesione potrò recedere senza alcuna penalità entro dieci giorni lavorativi da oggi, confermando il recesso con lettera raccomandata a/r a Mondolibri S.p.A. Casella Postale 100-25126 BS*" (in neretto la parte aggiunta).

Da ultimo, pare opportuno evidenziare che è stata anche aggiunta nella Cedola una pagina che costituisce la copia, riservata al socio, dell'ordine effettuato contestualmente all'adesione: ciò, indipendentemente dalle specifiche criticità evidenziate dall'Autorità, nell'ottica di raggiungere il maggiore grado possibile di rigore, trasparenza e completezza delle informazioni – concernenti l'adesione – in possesso del socio.

- Catalogo (cfr. doc. A2).

I riferimenti al diritto di recesso dai singoli acquisti ed alle relative modalità di esercizio, già presenti nel Catalogo, verranno riportati con caratteri più grandi di quelli attuali e posti in risalto mediante accorgimenti grafici: alla pagina 62 del Catalogo la relativa dicitura verrà riquadrata con caratteri ed impostazione grafica coerenti con quelli che accompagnano le altre informazioni presenti – concernenti promozioni per l'acquisto –, mentre alla pagina 3 il riferimento al diritto di recesso dagli acquisti ed alle relative modalità di esercizio verrà posto in calce alla pagina, con caratteri di tutta evidenza, e completato con il richiamo espresso a quanto esplicitato alla successiva pagina 62.

B) Anticipazione della fase di "Consolidamento" rispetto alla compilazione della Cedola ed ulteriore modifica delle istruzioni fornite al promoter (cfr. doc. B - OMISSIS).

Verranno modificati la Guida al Reclutamento ("GAR") nonché tutto il materiale di formazione del *promoter* (compreso, ovviamente il Corso Procacciatori), oltre che coerentemente con gli impegni già proposti, con miglioramenti finalizzati a chiarire la funzione delle singole fasi – ivi descritte – del percorso che volge al completamento dell'adesione, in modo da rendere chiare al consumatore tanto la natura dell'offerta quanto le sue caratteristiche (le nuove modifiche in questa ottica sono evidenziate in rosso).

Pertanto, viene ad esempio esplicitato che la fase 2 (originariamente indicata come "SONDAGGIO") consta sì di un sondaggio promozionale, ma solo a fini strumentali alla "SELEZIONE" di nuovi clienti: ciò è chiarito anche nella parte di *script*, contenente la modalità con cui il *promoter* è invitato a rivolgersi al potenziale cliente.

Inoltre, la fase del "CONSOLIDAMENTO" – originariamente successiva alla conclusione dell'adesione – è anticipata a prima della sottoscrizione della Cedola da parte del nuovo socio, al fine di rendere emotivamente più facile, per il consumatore che si rendesse conto solo allora delle effettive regole di funzionamento del *Club*, sottrarsi all'adesione.

Da ultimo, si è ritenuto di esplicitare sulla GAR nonché su tutto il materiale di formazione del *promoter* una chiara e netta dichiarazione di non tolleranza – da parte della Società – di comportamenti che conducano a casi di reclutamento scorretto: su tutto il materiale verrà dunque apposto il seguente *caveat*: "*La Direzione Commerciale interromperà ogni rapporto di collaborazione con tutti coloro che abbiano effettuato un comprovato reclutamento scorretto*".

C) Script benvenutiste (cfr. doc. C - OMISSIS).

Al fine di rendere più agevole, per il consumatore che si sia trovato vittima di reclutamento scorretto, l'esercizio del recesso, verrà dato incarico alle telefoniste cosiddette "*benvenutiste*" di confermare – in presenza di tali casi – la esistenza e le modalità di esercizio del diritto di recesso.

Si rammenta che tali "*benvenutiste*" svolgono l'importante funzione di controllare l'effettiva preparazione del neo – *promoter* ed il suo comportamento: attraverso le risposte dei soci ai loro controlli telefonici immediatamente successivi all'adesione, la Società verifica infatti che il *promoter* sia stato capace di fare comprendere esattamente il funzionamento del *Club*, gli impegni sottoscritti, i vantaggi che ne derivano (a tutti i soci viene esplicitamente chiesto quanti acquisti dovrà effettuare nell'arco della sua adesione, quante riviste riceverà in un anno ed il meccanismo relativo alla ricezione della selezione). Appare evidente dunque l'importanza e la tempestività di un intervento chiarificatore con riferimento al diritto di recesso che intervenga in questa fase, ancora embrionale, del rapporto contrattuale affetto da patologia.

Pertanto, verrà diffuso presso le "*benvenutiste*" un nuovo *script*, unico per tutti gli uffici, contenente le seguenti istruzioni: "*Inoltre occorre annullare le adesioni quando (...) e quando il promoter non è stato chiaro o addirittura ha effettuato scorrettamente il reclutamento del socio. In questo caso fornire le modalità di recesso (lettera raccomandata RR indirizzata a Mondolibri Spa – CP 100 – 25126 BRESCIA)*".

D) Modifica della struttura della visualizzazione delle condizioni di adesione sul sito (cfr. doc. D)

Per favorire l'immediatezza della percezione delle complete condizioni generali che regolano il funzionamento del *Club*, si provvederà ad ampliare la finestra contenente lo *scroll* delle relative clausole, accessibile in fase di completamento dell'adesione via *web*.

Tale soluzione tecnica è stata prescelta perché molti *browser* hanno la funzionalità di blocco automatico dei *pop-up*, con il rischio, quindi, che le condizioni contrattuali non vengano visualizzate.

Si ritiene che l'evidenza e l'inusuale ampiezza della finestra siano senz'altro idonee a consentire l'immediata percezione e la completa conoscenza delle condizioni che regolano il rapporto contrattuale, nel momento immediatamente precedente alla loro accettazione.

Si sottolinea peraltro che le complete condizioni di funzionamento del *Club* (comprehensive sia delle regole contrattuali sia di quelle di portata pratica ed organizzativa) sono disponibili in ogni momento ed in ogni pagina del sito – ed a prescindere dall'acquisto o dall'adesione – “cliccando” il *link* “COME FUNZIONA”.

Periodo di validità

Gli impegni di cui sopra avranno effetto immediato e la loro applicazione proseguirà senza limiti di tempo.

Conclusioni

La Società ritiene che gli impegni integrativi proposti, unitamente a quelli già presentati, siano tali da fare venire meno i presunti profili anticonsumeristici di cui al provvedimento di avvio dell'istruttoria. La realizzazione degli impegni è quindi offerta sul presupposto che l'Autorità – concludendo che essi sono idonei ad eliminare i profili anticonsumeristici oggetto dell'avvio dell'istruttoria – assuma una propria decisione con cui, accettando gli impegni e rendendoli obbligatori per la Società, chiuda – come previsto dall'articolo 8 del “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*” – il procedimento nei confronti della Società senza accertare alcuna infrazione da parte di quest'ultima.



SERVIZIO SOCI
Casella Postale 100 - 25126 Brescia
Telef. 199 11.44.55 - E-mail: euroclub@mondolibri.it

CEDOLA DI ADESIONE

MONDOLIBRI S.p.A.
Via Lampedusa, 13
20141 Milano
Cap. Soc. € 1.040.000 i.v.

Reg. Imprese di Milano n. 12853650153
P.I. - C.F. 12853650153

Indichi sempre il suo
Codice Socio

IL SUO
CODICE SOCIO

E-mail

Cognome/Nome

C/O

Via

Nome della Via

N. civico/Scala/Interno

Prov. CAP

Città

Data di nascita

Prefixo

Numero di telefono principale

Numero telefono di reperibilità

Adezione all'EUROCLUB dal catalogo:

CODICE U.C.

CODICE INCARICATO

CONTROLLI

LUOGO COMPILAZIONE

☐ Primavera ☐ Estate

CODICE T.L.

C.T.

DATA COMPILAZIONE

☐ Autunno ☐ Natale ☐ Inverno

C.F.



Le Aziende associate all'Anved
si sono formalmente impegnate
a rispettare i principi in difesa
del consumatore contenuti nel
codice morale professionale.

L'adesione all'Euroclub è gratuita. Effettuerò almeno un acquisto - tramite telefono, fax, internet, sms, posta o presso i negozi Mondolibri - da ciascuna delle 5 riviste che mi saranno inviate periodicamente gratis ogni anno.

In qualunque momento potrò disdire l'adesione ad Euroclub dopo aver comprato almeno 10 articoli (libri, cd, dvd, con la sola esclusione dei prodotti in promozione speciale, ossia con sconto superiore al 50% sul prezzo editore), rispettando l'acquisto relativo alla rivista in vigore al momento

della disdetta, inviando al Servizio Soci una semplice lettera.

In ogni rivista viene presentata l'offerta Premium, consistente in articoli a condizioni particolarmente vantaggiose; la riceverò, dopo essere stato regolarmente preavvertito, come da rivista allegata, solo se non avrò effettuato il mio acquisto entro la data indicata e avrà un valore di acquisto pari a due articoli.

Dalla proposta di adesione potrò recedere senza alcuna penalità entro dieci giorni lavorativi da oggi, confermando il recesso con lettera raccomandata a/r, a Mondolibri S.p.A. Casella Postale 100-25126 BS.

Qualunque sia il numero di articoli per ordine, il mio contributo per spese di spedizione e imballo sarà di € 3,60.

Salvo accettazione di Mondolibri.

A completamento di informazione, si richiama il contenuto della rivista allegata.

FIRMA INCARICATO (LEGGIBILE)

FIRMA SOCIO (LEGGIBILE)

FIRMA DEL GENITORE (PER MINORI DI ETÀ)

* Costo massimo della chiamata da tutta Italia per telefoni fissi: € 0,1426 IVA compresa al minuto senza scatto alla risposta. Per cellulari costo in funzione dell'operatore.

DOC. IDENTITÀ

N°

all A1



Oppure potrà effettuare i suoi acquisti direttamente nelle 64 Librerie Mondolibri in tutta Italia

Euroclub porta i prodotti ordinati direttamente a casa sua. Inoltre, negli stessi orari di apertura della sua città, potrà visitare le Librerie con tante altre offerte e proposte, tra le quali l'accesso tramite internet a tutta la nostra disponibilità di articoli (oltre 3.000).



PER VISITARE LA SUA LIBRERIA, RICORDI DI PORTARE SEMPRE LA SUA CARTA CLUB.

VENGA A TROVARCI NELLE NOSTRE LIBRERIE

ALESSANDRIA NUOVA P.le Curiel int. Stazione Ferroviaria
AOSTA Piazza Chanoux, 23
BARI Via Melo, 191
BARLETTA Via Romania, 5
BERGAMO Via XX settembre, 115
 (int. Galleria Mazzoleni)
BOLOGNA Via Marsala, 13/C
BRESCIA P.zza Boni (C.so Zanardelli)
BRINDISI C.so Roma, 30
BUSTO ARSIZIO Via Bonsignori, 3
CAGLIARI Via Roma, 261/263
CATANIA Via San Michele, 32/34
 Via Toselli, 16/C (ang. Via Musumeci)
COMO Via Milano, 34 int. 36/A
COSENZA Via G. Minzoni, 5
CREMONA Via Bordigallo, 16
FERRARA Via P. Gobetti, 18
FIRENZE Via dei Ginori, 19R
 Via S. Elisabetta, 14R
FORLÌ C.so Armando Diaz, 30
GENOVA Via Colombo, 13r
 Piazza Albertina 15/R (Sestri Ponente)
LATINA Via Carlo Pisacane, 7
LECCE Via Federico d'Aragona, 20
 (nei pressi della chiesa di Sant Chiara)
LECCO Via Mascari, 56
LODI Via Marsala, 31
LUCCA Via Anfiteatro, 21
MANTOVA Via Filippo Corridoni, 18
MESSINA NUOVA Via Università, 32
MESTRE Via Poerio, 8
MILANO Via Pergolesi, 6
 Via Berchet, 2
 (int. multicenter Mondadori)
 C.so Vercelli, 7
 (int. Il Cartolaio di Milano)
 Via Muratori, 7
 C.so San Gottardo, 41 (int. cortile)
MONZA Via Mapelli (angolo via Zanata)
NAPOLI Via C. Poerio, 53/A
NOVARA Via Mossotti 5/A



PALERMO

PARMA
PERUGIA
PESCARA
PISA

PISTOIA PORDENONE

PRATO ROMA



SALERNO SESTO S. GIOVANNI TERNI TORINO

TRENTO NUOVA TREVISO

TRIESTE UDINE

VARESE

VERONA VICENZA

P.zza Insurrezione, 3
 (int. libreria Mondadori)
 Piazzale della Stazione
 (int. Stazione Ferroviaria)
 C.so Vittorio Emanuele, 244
 Via Ruggero Settimo 74/G
 Via Oberdan, 24
 Via Bartolo, 1
 Viale Regina Elena, 10/12
 Corte San Domenico, B 6/7
 (ingresso Corso Italia)
 Via Del T, 8
 Piazzetta Freschi, 2
 (angolo Via Cavallotti)
 Via dei Cimatori, 6
 Via Cardano, 82/84
 Via Palestro, 50/52
 Via Appia Nuova, 51
 (int. libreria Mondadori)
 Largo Valsabbia, 7
 (zona Conca d'oro)
 Via Papio, 10
 Via Fermi, 15
 Via dell'Ospedale, 7
 C.so V. Emanuele, 4
 Via Monte di Pietà, 2
 (int. libreria Mondadori)
 Via S. Vigilio, 30
 Piazzale Duca d'Aosta, 23
 (nuovo ing. stazione Ferroviaria)
 Via Cavana, 14
 Galleria S. Francesco
 (angolo Via Savorgnana)
 Via Morosini, 10
 (int. libreria Mondadori)
 Vicolo Crocioni, 3
 Contrà San Faustino, 9



Conformemente all'art. 64 D. Lgs. 206/2005 i Soci possono esercitare diritto di recesso dai loro ordini, effettuati mediante tecniche di comunicazione a distanza, inviando nota scritta entro 10 giorni lavorativi al seguente indirizzo: MONDOLIBRI S.p.A. Casella Postale 100 25126 Brescia. (Si veda a pag. 62)

Continuano gli appuntamenti d'autore nelle librerie Mondolibri

Incontrare di persona uno scrittore le cui pagine ci hanno appassionato, commosso, divertito è un piacere prezioso. Un piacere che il Club è orgoglioso di riservare ai propri Soci permettendo loro di partecipare nelle Librerie Mondolibri a eventi esclusivi in compagnia di autori quali SVEVA CASATI, MODIGNANI, GIORGIO FALETTI, ANTONIO SCURATI, VALERIO MASSIMO MANFREDI, PAOLA MASTROCOLA, FEDERICA BOSCO... Tra gli amici che più di recente hanno accolto il nostro invito c'è stato LINWOOD BARCLAY, che ha incontrato con piacere gli amici del Club nella Libreria Mondolibri di Firenze, in via dei Ginori. Un'imperdibile occasione per conoscere di persona l'autore del sensazionale best-seller *Senza dirsi addio*, in Europa per un tour promozionale che ha toccato la Germania, in occasione della Fiera del Libro di Francoforte, e l'Inghilterra, dove il suo thriller sta polverizzando ogni record, vendendo la bellezza di 600.000 copie in soli quattro mesi!

Per i mesi a venire abbiamo già preparato molti altri appuntamenti per voi perché, come spesso amiamo ricordarvi, essere soci dà sempre un'opportunità in più.



ANDREA VITALI
PRIMA LE COPIE
PER I NOSTRI SOCI
NELLA LIBRERIA
DI BRESCIA



VALERIO MASSIMO MANFREDI
NOSTRO OSPITE NELLA
LIBRERIA DI VIA MURATORI
A MILANO



GIORGIO FALETTI
INSIEME AI VINCITORI
DEL CONCORSO
"A CENA CON
L'AUTORE"

per lei PREMIO FEDELTA'

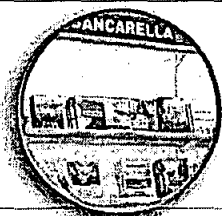
Per voi Soci di Euroclub i vantaggi crescono anno dopo anno. Euroclub vi dà la possibilità di acquistare i libri contrassegnati con il PREMIO FEDELTA' a un prezzo speciale commisurato alla vostra permanenza nel Club.

GRAZIE AL PREMIO FEDELTA' LO SCONTO SUPERA IL 60%

GIÀ DOPO UN ANNO DI APPARTENENZA AL CLUB

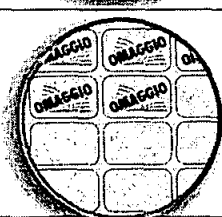
Conviene!

- DOPO 12 MESI SCONTO DAL 27% AL 36%
- DOPO 24 MESI SCONTO DAL 32% AL 43%
- DOPO 48 MESI SCONTO DAL 40% AL 50%
- DOPO 72 MESI SCONTO DAL 45% AL 56%
- DOPO 96 MESI SCONTO DAL 50% AL 62%



BANCARELLA - Scelta e Risparmio

In ogni Libreria lo spazio BANCARELLA ospita libri e altri prodotti fuori catalogo, offerti con sconti eccezionali dal 50%.



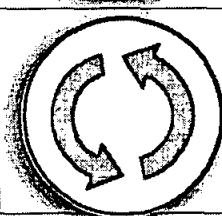
card CONVENIENZA

Per ogni acquisto in Libreria sulla Card personale del Socio verrà riportato un timbro ogni 5 € di spesa. Al completamento della Card, che viene rilasciata con 7 timbri omaggio, il Socio potrà scegliere un libro IN REGALO in Libreria.



BUONO SCONTO

Nella prossima rivista che riceverà per posta, troverà un Buono Sconto del valore di 4 € da utilizzare per il suo prossimo acquisto da casa o in negozio.



Ai sensi dell'art. 64 D. Lgs. 206/2005, i Soci hanno facoltà di recedere dai singoli acquisti effettuati mediante tecniche di comunicazione a distanza, entro i successivi 10 giorni lavorativi, senza alcuna penalità, nei modi indicati per comunicare con il Club. Il recesso dovrà in ogni caso essere confermato entro quarantotto ore dalla comunicazione con raccomandata a/r da inviare a MONDOLIBRI S.p.A., all'indirizzo Casella Postale 100 - 25126 Brescia. Entro 10 giorni lavorativi dal ricevimento dei beni, i Soci che abbiano esercitato il diritto di recesso dovranno restituirli al medesimo indirizzo, in buono stato. Le eventuali controversie nascenti dal contratto di adesione verranno deferite alla Camera Arbitrale di Milano e risolte secondo il regolamento di conciliazione dalla stessa adottato.

ALLEGATO B - Anticipazione della fase di “Consolidamento” rispetto alla compilazione della Cedola ed ulteriore modifica delle istruzioni fornite al promoter

Versione non confidenziale

L'allegato fornisce al *promoter* istruzioni per la gestione del contatto col consumatore: le modifiche consistono in miglioramenti finalizzati a chiarire la funzione delle singole fasi – ivi descritte – del percorso che volge al completamento dell'adesione, in modo da rendere chiare al consumatore tanto la natura dell'offerta quanto le sue caratteristiche.

Pertanto, viene ad esempio esplicitato che la fase 2 (originariamente indicata come “SONDAGGIO”) consta sì di un sondaggio promozionale, ma solo a fini strumentali alla “SELEZIONE” di nuovi clienti: ciò è chiarito anche nella parte di *script*, contenente la modalità con cui il *promoter* è invitato a rivolgersi al potenziale cliente.

Inoltre, la fase del “CONSOLIDAMENTO” – originariamente successiva alla conclusione dell'adesione – è anticipata a prima della sottoscrizione della Cedola da parte del nuovo socio, al fine di rendere emotivamente più facile, per il consumatore che si rendesse conto solo allora delle effettive regole di funzionamento del *Club*, sottrarsi all'adesione.

Da ultimo, si è ritenuto di esplicitare su tutto il materiale di formazione del *promoter* una chiara e netta dichiarazione di non tolleranza – da parte della Società – di comportamenti che conducano a casi di reclutamento scorretto: su tutto il materiale verrà dunque apposto il seguente *caveat*: “La Direzione Commerciale interromperà ogni rapporto di collaborazione con tutti coloro che abbiano effettuato un comprovato reclutamento scorretto”.

ALLEGATO C - Script benvenutiste

Versione non confidenziale

L'allegato ha lo scopo di fornire alle "benvenutiste" (personale che svolge l'importante funzione di controllare, attraverso controlli telefonici effettuati presso i soci, immediatamente successivi all'adesione, l'effettiva preparazione del neo - *promoter*, il suo comportamento e la sua capacità di fare comprendere esattamente il funzionamento del Club) istruzioni per la gestione del contatto col consumatore: sono state dunque inserite nello *script* le seguenti istruzioni: *"Inoltre occorre annullare le adesioni quando (...) il promoter non è stato chiaro o addirittura ha effettuato scorrettamente il reclutamento del socio. In questo caso fornire le modalità di recesso (lettera raccomandata RR indirizzata a Mondolibri Spa - CP 100 - 25126 BRESCIA)"*.

Adesione - Windows Internet Explorer

C:\Documents and Settings\Administrato\Desktop\Adesione.htm

File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti

Preferiti Siti suggeriti HotMail gratuito Personalizzazione collegamenti Guida siti web Brn.us ProgressBar... Internet Explorer 7 problemi Ripristinare bustina di Outlo

Adesione

HOME CHI SIAMO COME FUNZIONA DOMANDE CONTATTI

GENERI

NARRATIVA

AZIONE

EVASIONE

SAGGI

MANUALI

LE TUE SCELTE

1. Come Dio comanda

2. Faber. Vita, battaglie e canzoni di Fabrizio De André

3. Faber. Vita, battaglie e canzoni di Fabrizio De André

Clicca X per cancellare il prodotto scelto.

MODIFICA SCELTE

CONFERMA ORDINE

MODULO DI ADESIONE

I tuoi dati

Nome ASD

Cognome ASD

Presso ASD

Indirizzo e n° civico ASD

Città MILANO

Provincia MI

CAP 20100

Data di nascita

E-Mail dsfhd@sdfsdf.it

Telefono

Cellulare

MODIFICA DATI

Metodo di spedizione

Posta (2,99 €)

Corriere Espresso (5,11 €)

Metodo di pagamento

Bollettino postale

Carta di credito

Tipo di Carta CartaSi

N° Carta

Scadenza Gennaio 2009

Contratto

Si desidero diventare Socio de Euroclub e ricevere i 3 libri da me richiesti. Per questi pagherò soltanto 3,00 Euro (+ le spese per l'imballo e la spedizione).

Inviatemi assolutamente GRATIS il regalo che mi è stato riservato e che rimarrà comunque mio anche nel caso mi avvalessi del diritto di recesso.

Per tutto il periodo della sua associazione il Socio dovrà effettuare almeno un acquisto - tramite telefono, fax, internet, sms, posta o presso le Librerie Mondolibri - da ciascuna delle 5 riviste che gli saranno inviate gratis ogni anno con periodicità stagionale oltre ad una natalizia.

Euroclub non ha vincolo temporale, infatti dopo aver comprato almeno 10 articoli (con la sola esclusione dei prodotti in promozione speciale, ossia con uno sconto superiore al 50%), il Socio potrà disdire in qualunque momento l'adesione ad Euroclub inviando al Servizio Soci una semplice lettera, salvo il rispetto dell'obbligo di acquisto relativo alla rivista in vigore al momento della disdetta.

Tutte le controversie nascenti dal presente contratto verranno deferite alla Camera

SI, accetto le condizioni del Contratto di Adesione.

NO, non accetto le condizioni del Contratto di Adesione

La non accettazione del contratto comporta la non adesione al Club

I tuoi dati

INFORMATIVA D. LEG. 196/2003

I suoi dati saranno trattati da Mondolibri S.p.A., nonché dalle società con essa in rapporto di controllo e collegamento ai sensi dell'art. 2359 c.c. - titolari del trattamento, per dare corso alla sua richiesta di adesione al club. A tale scopo, è indispensabile il

Accenso che le titolari utilizzo i miei dati per le finalità e secondo le modalità illustrate nell'informativa.

SI NO

Accenso alla comunicazione dei miei dati ed al loro successivo uso ai suddetti soggetti terzi secondo quanto specificato nell'informativa.

SI NO

ADERISCO

Mondolibri - piva 17853650153

Operazione completata. Errori nella visualizzazione della pagina.

Risorse del computer

Start MERCURY Microsoft ben detto 7.pdf Ado Mercury Adesione - Windows Adobe Photoshop CSS

8:37