



// CODICE ETICO.

Codice Etico comportamentale dei consulenti Marion

Il Codice Etico è uno strumento di
responsabilità sociale dell'impresa
per la promozione di buone pratiche
di comportamento.

PREMESSA

Marion è il brand attraverso il quale la società che ne detiene diritti e proprietà si propone di studiare, produrre e divulgare dispositivi e cultura atti a migliorare la qualità del sonno e quindi della vita della collettività. Pertanto Marion assume un ruolo sociale, prima che commerciale, di forte impatto. La sua conservazione e prosperità hanno conseguenze sul bene comune.

Con il presente Codice Etico la Direzione intende ribadire i valori etici fondamentali ai quali la Marion si ispira ed ai quali, il consulente dovrà fare riferimento nello svolgimento dei compiti e funzioni a lui affidate.

E' fondamentale la piena partecipazione del consulente al fine di assicurare che dell'Azienda operi nel pieno rispetto delle norme vigenti, con onestà, integrità, correttezza e buona fede, nel rispetto degli interessi legittimi dei clienti, dipendenti, partner commerciali e finanziari e delle collettività in cui l'Azienda è presente con le proprie attività.

Il presente codice è tassativo e non ammette deroghe, nemmeno nei casi in cui la violazione di uno dei principi in esso contenuti possa portare giovamento all'azienda stessa.

1. Definizioni

1.1 Marion è il nomen che contraddistingue la linea di sistemi di riposo contenuta nel catalogo di vendita Marion e nella sezione prodotti del sito www.marionlatex.com.

1.2 La televendita e la telepromozione sono gli strumenti ufficiali attraverso cui Marion comunica le offerte promozionali in vigore.

1.3 L'offerta promozionale è l'insieme di sconti, omaggi e finanziamenti agevolati che Marion riserva ai telespettatori in un dato periodo.

1.4 Il catalogo aziendale è l'unico strumento di dimostrazione e raffigurazione cartacea dei prodotti. Le informazioni in esso contenute sono da considerarsi verificate e attendibili e pertanto esso rappresenta una fonte certificata dell'azienda.

1.5 Il modulo commissione (NCMCC_16) è l'unico strumento attraverso cui il consulente può effettuare un ordine per conto del cliente.

1.6 Il campionario è l'insieme di miniature di materassi, reti e cuscini in dotazione al consulente, attraverso cui è possibile "far toccare con mano" la qualità dei prodotti in gamma.

1.7 La garanzia Marion è l'impegno che si assume l'azienda a riparare o, qualora fosse necessario, sostituire il prodotto venduto. Essa ha durata variabile in relazione al prodotto venduto e, in assenza di specifiche ha durata pari al minimo previsto per legge.

1.8 Guida al Problem solving è l'insieme di procedure da attivare in caso di reclamo o contestazione da parte del cliente.

1.9 Immagine Coordinata è la trasposizione dell'identità Marion su carta intestata, buste, biglietti da visita e modulistica varia di stampo Marion.

1.10 Il Lattice è il nome del materiale di cui sono composti i materassi e i guanciali Marion. Si tratta di una sostanza naturale ricavata dall'*Hevea Brasiliensis*, nota per la sua elasticità ed ergonomicità, nonché per l'altissima biocompatibilità che ne ha esteso l'impiego in ambito medico.

1.11 Il multistrato di faggio è il materiale delle reti Marion e si distingue per la sua elasticità e per la capacità di adattarsi perfettamente alle curve del corpo umano. Assolutamente antistatico, questo materiale naturale è altamente biocompatibile a completa assenza di parti metalliche lo rende silenzioso e immune a processi degenerativi.

1.12 Oeko Tex Standard 100 Classe IV (Fiducia nel tessile) è la certificazione che attesta che il prodotto rispetta i requisiti umano ecologici attualmente in vigore, certificando il rispetto dei criteri stabiliti dalla legislazione europea.

1.13 EUROLATEX-ECO STANDARD - Certificazione Europea per conformità norme comunitarie in materia di materassi in lattice.

1.14 MORTON THIOKOL INC. - Certificazione Statunitense per caratteristica batteri-cida e fungicida testata sui campioni di lattice analizzati.

1.15 LGA-BAYERN - Certificazione Europea per superate prove di elasticità e positivi test sull'invecchiamento dei campioni testati.

1.16 "Dispositivo Medico di classe 1" è la certificazione ministeriale rilasciata all'Azienda su alcuni prodotti in gamma, in conformità agli standard richiesti dalle Direttive Europee 93/42CEE e D.L. 24 febbraio 1997-n.46 e 2001/95/CE e D.L. 21 Maggio 2004 - n.172. Tale qualifica permette ai modelli che ne sono in possesso di beneficiare di detrazioni fiscali.

1.17 Brochure dispositivo Medico è il nome dello strumento cartaceo di reperimento nominativi affidato al consulente. Esso è coperto dalla normativa vigente in materia di privacy.

2. Il Consulente

2.1 Consapevole della grande responsabilità che ricopre in qualità di consulente, si impegna a rappresentare degnamente Marion, evitando pratiche di condotta che possano causare biasimo al marchio o che possano gettare ombre sulla reputazione che l'azienda si è costruita nel corso degli anni.

2.2 Riconosce e si attiene strettamente alle disposizioni della Marion per quanto concerne la politica commerciale, le strategie di marketing e le scelte di comunicazione.

2.3 In fase di vendita pone al di sopra di tutto le istanze del cliente, ricercando con quest'ultimo le soluzioni, i prodotti e le condizioni di pagamento più vicine alle sue esigenze.

2.4 Consapevole dell'importanza di ogni singolo cliente, è sua cura occuparsi con prontezza e serietà dell'assistenza postvendita.

2.5 In armonia allo spirito di coesione promosso dalla Marion, si impegna ad avere con gli altri affiliati un comportamento corretto e responsabile. Cercherà in ogni oc-

casione di collaborare ponendo gli interessi altrui sullo stesso piano dei suoi.

2.6 Parteciperà con entusiasmo a tutti i momenti della vita associativa del gruppo Marion. Meeting, convention e premiazioni rappresenteranno una felice occasione di incontro e di scambio di incoraggiamento con gli altri affiliati.

3. Marchio e reputazione aziendale

3.1 L'azienda Marion opera in Italia e all'estero attenendosi alle leggi vigenti in ciascun Paese. Sono pertanto vietate operazioni commerciali che violino le norme vigenti nel territorio italiano ed estero anche se effettuate con l'intento di arrecare benefici all'azienda.

3.2 La marca Marion possiede un patrimonio di riconoscibilità e reputazione consolidato negli anni. Ogni Consulente si assume la responsabilità sulle conseguenze che la propria condotta può provocare sulla credibilità del marchio Marion.

3.3 E' vietata la vendita di prodotti non contenuti nella gamma Marion. E' altresì vietata la vendita di prodotti in gamma Marion attraverso un altro nomen o marchio di fabbrica.

3.4 Marion pone al di sopra di tutto gli interessi del cliente. Ciascun Consulente si impegna ad espletare il proprio operato con perizia e diligenza, offrendo la soluzione giusta a bisogni specifici. E' auspicabile pertanto che essi effettuino un percorso formativo che li renda professionalmente qualificati. Marion mette a disposizione i seguenti strumenti di formazione:

- Catalogo istituzionale
- Corso di formazione
- Affiancamenti
- Meeting e Convegni.

4. Politica commerciale, marketing e comunicazione

4.1 Marion opera su tutto il territorio nazionale ed estero attraverso una rete di consulenti che condividono perfettamente la politica commerciale, le strategie di marketing e le scelte di comunicazione.

4.2 La politica di vendita della Marion fa riferimento a 4 bacini d'utenza:

- 1) I contatti reperiti dalla televendita o dalle telepromozioni
- 2) I riferiti
- 3) Clienti precedentemente acquisiti

4) I contatti reperiti attraverso iniziative speciali (vedi brochure dispositivo medico, rivolta a medici e specialisti)

Qualsiasi altra metodologia di reperimento nominativi è da intendersi casuale e non costituisce alternativa ai 4 sistemi succitati.

4.3 I prezzi di vendita al cliente sono imposti da Marion. Ciascun Consulente è libero di applicare sul prodotto la scontistica o la plusvalenza che preferisce, purchè queste non si contrappongano alla strategia di marketing e commerciale dell'azienda.

4.4 La strategia di marketing adottata da Marion si fonda su 4 elementi costitutivi:

1. Il prodotto
2. Il cliente
3. Il prezzo
4. La promozione

4.5 I prodotti realizzati e commercializzati dalla Marion, sono il frutto di ricerche e di test. I materiali possiedono proprietà che attengono all'igiene, all'ergonomia, all'elasticità e a tutto ciò che rende idoneo un supporto per il riposo. Marion si distingue soprattutto per la sua propensione verso sostanze naturali quale lattice e legno di faggio e alle tecnologie più avanzate di studio e produzione. Le certificazioni possedute da ciascun prodotto sono riportate sul catalogo aziendale.

4.6 La soddisfazione del cliente è la conditio sine qua non di ogni consulenza dell'incaricato Marion. La vendita non è mai il fine, ma solo uno strumento di risposta alle esigenze del cliente.

4.7 I prezzi stabiliti da ciascun Consulente non devono mai svilire il prodotto. Pertanto Marion incoraggia una politica del prezzo volta a consolidare una percezione del prodotto nobile ed elevata.

4.8 Il luogo deputato alla promozione del prodotto è la televendita o telepromozione.

4.9 Il luogo deputato alla dimostrazione del prodotto è l'abitazione del potenziale cliente.

4.10 La comunicazione Marion è una derivazione delle scelte di marketing dell'azienda.

4.11 Il marchio Marion costituisce il primo elemento comunicativo dell'azienda. Non sono autorizzati utilizzi arbitrari del marchio, in campagne di comunicazione e su nessun altro supporto. Il marchio non va riproposto in nessuna variante di forma o colore che non siano quelli istituzionali.

La comunicazione Marion passa attraverso le immagini e i testi appositamente studiati per consolidare un'immagine istituzionale e per scopi promozionali. Non sono autorizzati usi arbitrari di tali immagini e testi. Ogni tentativo di ignorare tali disposizioni rappresenterà una chiara violazione delle norme giuridiche in materia di

diritto d'autore, diritto d'immagine e copywriter.

4.12 L'unico strumento attraverso cui il consulente può inoltrare un ordine è il modulo NCMCC_16 (Copia_Commissione_Marion ENNECI).

4.13 L'unico strumento cartaceo attraverso cui il consulente può mostrare i prodotti e le loro caratteristiche tecniche è il catalogo aziendale. Il consulente avrà cura di non aggiungere o omettere nulla circa le informazioni in esso contenute e di preservare il medesimo avendone massima cura e, qualora a causa dell'usura dovesse risultare danneggiato, sarà sua premura chiederne la sostituzione parziale o totale.

4.14 Il consulente dispone di un campionario assortito. E' suo preciso compito avere massima cura e di preservarne l'integrità e la pulizia. Qualora a causa dell'usura esso dovesse risultare danneggiato, sarà sua premura chiederne la sostituzione parziale o totale.

5. Assistenza e Post-vendita

5.1 Ciascun Consulente è direttamente responsabile della soddisfazione del cliente.

5.2 L'assistenza, la riparazione o la sostituzione di un prodotto della linea Marion avviene sotto la supervisione del Consulente incaricato alla vendita, nei limiti temporali della garanzia Marion.

5.3 Per salvaguardare il buon nome dell'azienda e la reputazione del Consulente, sarà cura di quest'ultimo assistere il cliente nel minor tempo possibile.

5.4 Ciascun Consulente è tenuto a conoscere alla perfezione le procedure di risoluzione reclami o contestazioni contenute nell'opuscolo "Guida al problem solving".

6. Rapporti tra Consulenti

6.1 Il Consulente Marion considera gli altri Consulenti Marion come colleghi con i quali stabilire un rapporto sinergico.

6.2 Esiste un tacito accordo di non belligeranza tra i Consulenti Marion che supera collocazioni geografiche, scelte politiche, religiose o appartenenze razziali.

7. Vita associativa

7.1 Marion attribuisce estrema importanza alla presenza attiva di ciascun Consulente.

7.2 Presenza attiva significa non solo partecipare ai meeting e convegni che l'azienda periodicamente organizza, ma prendervi parte con contributi propri ed esperienze personali di vendita.

7.3 Ciascun Consulente è incoraggiato a prendere iniziative volte a promuovere la coesione e lo spirito di gruppo, attraverso cene, incontri ed attività ricreative.

8. Disposizioni sanzionatorie

8.1 L'osservanza del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali assunte dai Collaboratori e/o dai soggetti aventi relazioni d'affari con l'impresa. La violazione delle norme del Codice potrà essere considerato inadempimento delle obbligazioni contrattuali, anche in ordine alla risoluzione del contratto e/o dell'incarico.

8.2 Per quanto non espresso in questo documento, si rimanda alle regole di buon senso insite in ciascun Consulente Marion.

