

INDICE

- 1.LAP - 22/07/2026 10.35.14 - Commercio: Univendita, a vaglio Antitrust decalogo anti-truffe da vendita diretta
- 2.LAP - 22/07/2026 10.35.15 - Commercio: Univendita, a vaglio Antitrust decalogo anti-truffe da vendita diretta-2-
- 3.NOVA_N - 22/07/2026 10.48.17 - Commercio: da Univendita-Confcommercio decalogo anti-truffe da vendita diretta, al vaglio Antitrust
- 4.NOVA_N - 22/07/2026 10.48.17 - Commercio: da Univendita-Confcommercio decalogo anti-truffe da vendita diretta, al vaglio Antitrust (2)
- 5.NOVC - 22/07/2026 11.39.23 - COMMERCIO, DA UNIVENDITA-CONFCOMMERCIO DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA (1)
- 6.NOVC - 22/07/2026 11.40.16 - COMMERCIO, DA UNIVENDITA-CONFCOMMERCIO DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA (2)
- 7.ITP - 22/07/2026 12.19.46 - COMMERCIO: DA UNIVENDITA DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA
- 8.ITP - 22/07/2026 12.19.46 - COMMERCIO: DA UNIVENDITA DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA-2-
- 9.ITP - 22/07/2026 12.19.48 - COMMERCIO: DA UNIVENDITA DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA-3-
- 10.NIM - 22/07/2026 15.34.12 - Commercio, da Univendita-Confcommercio decalogo anti-truffe da vendita diretta
- 11.DIRE - 22/07/2026 16.11.58 - COMMERCIO. UNIVENDITA, IL DECALOGO CONTRO TRUFFE AL VAGLIO ANTISTRUST
- 12.DIRE - 22/07/2026 16.11.58 - COMMERCIO. UNIVENDITA, IL DECALOGO CONTRO TRUFFE AL VAGLIO ANTISTRUST -2-
- 13.ADNK - 22/07/2026 17.08.18 - CONSUMI: UNIVENDITA, ECCO DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA, AL VAGLIO ANTITRUST =
- 14.ADNK - 22/07/2026 17.08.19 - CONSUMI: UNIVENDITA, ECCO DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA, AL VAGLIO ANTITRUST (2) =

Commercio: Univendita, a vaglio Antitrust decalogo anti-truffe da vendita diretta

Commercio: Univendita, a vaglio Antitrust decalogo anti-truffe da vendita diretta Milano, 22 lug. (LaPresse) - Un decalogo a beneficio dei consumatori, dieci regole chiave della vendita diretta 'etica e sostenibile'. In pratica, un corpus di consigli e suggerimenti per riconoscere ed evitare truffe, raggiri, abusi e pratiche commerciali aggressive o scorrette che possono nascondersi dietro un venditore a domicilio o rappresentante d'azienda che bussa al campanello, si presenta in casa e offre prodotti e servizi a prezzi estremamente bassi o con promozioni che sembrano irrinunciabili. Il decalogo, messo a punto da Univendita, la maggiore associazione della vendita diretta in Italia, e da poco sottoposto al vaglio dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Antitrust), inizia con l'avvertimento di verificare sempre l'identità del venditore che deve presentarsi munito di tesserino identificativo (con foto e dati) ben in vista e indicare l'azienda per cui lavora. In seconda battuta, prezzo, caratteristiche del prodotto, modalità di pagamento e condizioni di vendita devono essere sempre chiari e trasparenti. Ogni ambiguità è un segnale di rischio. Univendita evidenzia poi che gli strumenti digitali sono importanti nella vendita diretta, ma l'interazione simultanea tra venditore e cliente deve mantenere carattere diretto e personale. Inoltre, l'incaricato corretto non mette fretta, lascia sempre tempo per decidere. Ecco perché è sbagliato accettare accordi 'a voce' o comprare a scatola chiusa. Tutte le condizioni devono sempre essere scritte nel contratto, leggibili e comprensibili, a cominciare dal diritto di recesso (30 giorni nella vendita diretta). Il venditore affidabile, in più, fornisce informazioni dettagliate sulla garanzia e sull'assistenza post-vendita. Se non lo fa, è giusto chiedere chiarimenti. Al tempo stesso, deve rispondere sempre in modo completo e preciso alle domande. (Segue). ECO NG01 mch 221034 LUG 26

Commercio: Univendita, a vaglio Antitrust decalogo anti-truffe da vendita diretta-2-

Commercio: Univendita, a vaglio Antitrust decalogo anti-truffe da vendita diretta-2- Milano, 22 lug. (LaPresse) - Univendita suggerisce quindi di controllare se l'impresa aderisce a una associazione di categoria, elemento che implica standard di correttezza e trasparenza. Infine, un suggerimento molto importante sull'approccio psicologico: diffidare sempre dei benefici esagerati o dei prezzi troppo convenienti rispetto al valore del bene. Il presidente Univendita, Ciro Sinatra, commenta: "Il cliente, assieme ai nostri incaricati alla vendita, è la figura attorno alla quale ruota il nostro comparto. Il dialogo diretto, la relazione fiduciaria con il consumatore sono per le nostre aziende aspetti fondamentali ed irrinunciabili. Non a caso, Univendita si è dotata di una Carta dei valori per promuovere un sistema etico che sia riconosciuto e applicato da tutti i soci. Oggi - aggiunge Sinatra - si sentono brutte storie di cronaca che riguardano persone, soprattutto anziani, vittime di truffe e raggiri nell'intimità delle loro case. Il nostro impegno su questo terreno fa parte del concetto di qualità ed eccellenza che coltiviamo ogni giorno, perché non esistono un buon prodotto e un buon servizio senza un rapporto di fiducia e reciproca soddisfazione, che dura nel tempo, tra azienda e consumatore". ECO NG01 mch 221034 LUG 26

Commercio: da Univendita-Confcommercio decalogo anti-truffe da vendita diretta, al vaglio Antitrust

NOVA0176 3 POL 1 NOV ECO INT

Commercio: da Univendita-Confcommercio decalogo anti-truffe da vendita diretta, al vaglio Antitrust

Roma, 22 lug - (Agenzia_Nova) - Un decalogo a beneficio dei consumatori, dieci regole chiave della vendita diretta "etica e sostenibile". In pratica, un corpus di consigli e suggerimenti per riconoscere ed evitare truffe, raggiri, abusi e pratiche commerciali aggressive o scorrette che possono nascondersi dietro un venditore a domicilio o rappresentante d'azienda che bussa al campanello, si presenta in casa e offre prodotti e servizi a prezzi estremamente bassi o con promozioni che sembrano irrinunciabili. Il decalogo, messo a punto da Univendita, la maggiore associazione della vendita diretta in Italia, e da poco sottoposto al vaglio dell'Autorita' garante della concorrenza e del mercato (Antitrust), inizia con l'avvertimento di verificare sempre l'identita' del venditore che deve presentarsi munito di tesserino identificativo (con foto e dati) ben in vista e indicare l'azienda per cui lavora. In seconda battuta, prezzo, caratteristiche del prodotto, modalita' di pagamento e condizioni di vendita devono essere sempre chiari e trasparenti. Ogni ambiguita' e' un segnale di rischio. Univendita evidenzia poi che gli strumenti digitali sono importanti nella vendita diretta, ma l'interazione simultanea tra venditore e cliente deve mantenere carattere diretto e personale. Inoltre, l'incaricato corretto non mette fretta, lascia sempre tempo per decidere. Ecco perche' e' sbagliato accettare accordi 'a voce' o comprare a scatola chiusa. Tutte le condizioni devono sempre essere scritte nel contratto, leggibili e comprensibili, a cominciare dal diritto di recesso (30 giorni nella vendita diretta).

(segue) (Com)

NNNN

Commercio: da Univendita-Confcommercio decalogo anti-truffe da vendita diretta, al vaglio Antitrust (2)

NOVA0177 3 POL 1 NOV ECO INT

Commercio: da Univendita-Confcommercio decalogo anti-truffe da vendita diretta, al vaglio Antitrust (2)

Roma, 22 lug - (Agenzia_Nova) - Il venditore affidabile, in piu', fornisce informazioni dettagliate sulla garanzia e sull'assistenza post-vendita. Se non lo fa, e' giusto chiedere chiarimenti. Al tempo stesso, deve rispondere sempre in modo completo e preciso alle domande. Univendita suggerisce quindi di controllare se l'impresa aderisce a una associazione di categoria, elemento che implica standard di correttezza e trasparenza. Infine, un suggerimento molto importante sull'approccio psicologico: diffidare sempre dei benefici esagerati o dei prezzi troppo convenienti rispetto al valore del bene. Il presidente Univendita, Ciro Sinatra, commenta: "Il cliente, assieme ai nostri incaricati alla vendita, e' la figura attorno alla quale ruota il nostro comparto. Il dialogo diretto, la relazione fiduciaria con il consumatore sono per le nostre aziende aspetti fondamentali ed irrinunciabili. Non a caso, Univendita si e' dotata di una Carta dei valori per promuovere un sistema etico che sia riconosciuto e applicato da tutti i soci. Oggi - aggiunge Sinatra - si sentono brutte storie di cronaca che riguardano persone, soprattutto anziani, vittime di truffe e raggiri nell'intimita' delle loro case. Il nostro impegno su questo terreno fa parte del concetto di qualita' ed eccellenza che coltiviamo ogni giorno, perche' non esistono un buon prodotto e un buon servizio senza un rapporto di fiducia e reciproca soddisfazione, che dura nel tempo, tra azienda e consumatore". (Com)

NNNN

COMMERCIO, DA UNIVENDITA-CONFCOMMERCIO DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA (1)

9CO1822844 4 ECO ITA R01

COMMERCIO, DA UNIVENDITA-CONFCOMMERCIO DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA (1)

(9Colonne) Roma, 22 lug - Un decalogo a beneficio dei consumatori, dieci regole chiave della vendita diretta "etica e sostenibile". In pratica, un corpus di consigli e suggerimenti per riconoscere ed evitare truffe, raggiri, abusi e pratiche commerciali aggressive o scorrette che possono nascondersi dietro un venditore a domicilio o rappresentante d'azienda che bussa al campanello, si presenta in casa e offre prodotti e servizi a prezzi estremamente bassi o con promozioni che sembrano irrinunciabili. Il decalogo, messo a punto da Univendita, la maggiore associazione della vendita diretta in Italia, e da poco sottoposto al vaglio dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Antitrust), inizia con l'avvertimento di verificare sempre l'identità del venditore che deve presentarsi munito di tesserino identificativo (con foto e dati) ben in vista e indicare l'azienda per cui lavora. In seconda battuta, prezzo, caratteristiche del prodotto, modalità di pagamento e condizioni di vendita devono essere sempre chiari e trasparenti. Ogni ambiguità è un segnale di rischio. Univendita evidenzia poi che gli strumenti digitali sono importanti nella vendita diretta, ma l'interazione simultanea tra venditore e cliente deve mantenere carattere diretto e personale. Inoltre, l'incaricato corretto non mette fretta, lascia sempre tempo per decidere.

(segue)

221139 LUG 26

COMMERCIO, DA UNIVENDITA-CONFCOMMERCIO DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA (2)

9CO1822846 4 POL ITA R01

COMMERCIO, DA UNIVENDITA-CONFCOMMERCIO DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA (2)

(9Colonne) Roma, 22 lug - Ecco perché è sbagliato accettare accordi 'a voce' o comprare a scatola chiusa. Tutte le condizioni devono sempre essere scritte nel contratto, leggibili e comprensibili, a cominciare dal diritto di recesso (30 giorni nella vendita diretta). Il venditore affidabile, in più, fornisce informazioni dettagliate sulla garanzia e sull'assistenza post-vendita. Se non lo fa, è giusto chiedere chiarimenti. Al tempo stesso, deve rispondere sempre in modo completo e preciso alle domande. Univendita suggerisce quindi di controllare se l'impresa aderisce a una associazione di categoria, elemento che implica standard di correttezza e trasparenza. Infine, un suggerimento molto importante sull'approccio psicologico: diffidare sempre dei benefici esagerati o dei prezzi troppo convenienti rispetto al valore del bene. Il presidente Univendita, Ciro Sinatra, commenta: "Il cliente, assieme ai nostri incaricati alla vendita, è la figura attorno alla quale ruota il nostro comparto. Il dialogo diretto, la relazione fiduciaria con il consumatore sono per le nostre aziende aspetti fondamentali ed irrinunciabili. Non a caso, Univendita si è dotata di una Carta dei valori per promuovere un sistema etico che sia riconosciuto e applicato da tutti i soci. Oggi - aggiunge Sinatra - si sentono brutte storie di cronaca che riguardano persone, soprattutto anziani, vittime di truffe e raggiri nell'intimità delle loro case. Il nostro impegno su questo terreno fa parte del concetto di qualità ed eccellenza che coltiviamo ogni giorno, perché non esistono un buon prodotto e un buon servizio senza un rapporto di fiducia e reciproca soddisfazione, che dura nel tempo, tra azienda e consumatore".

221140 LUG 26

COMMERCIO: DA UNIVENDITA DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA

ZCZC IPN 320

ECO --/T

COMMERCIO: DA UNIVENDITA DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA

ROMA (ITALPRESS) - Un decalogo a beneficio dei consumatori, dieci regole chiave della vendita diretta "etica e sostenibile".

In pratica, un corpus di consigli e suggerimenti per riconoscere ed evitare truffe, raggiri, abusi e pratiche commerciali aggressive o scorrette che possono nascondersi dietro un venditore a domicilio o rappresentante d'azienda che bussa al campanello, si presenta in casa e offre prodotti e servizi a prezzi estremamente bassi o con promozioni che sembrano irrinunciabili. Il decalogo, messo a punto da Univendita, la maggiore associazione della vendita diretta in Italia, e da poco sottoposto al vaglio dell'Antitrust, inizia con l'avvertimento di verificare sempre l'identità del venditore che deve presentarsi munito di tesserino identificativo (con foto e dati) ben in vista e indicare l'azienda per cui lavora. In seconda battuta, prezzo, caratteristiche del prodotto, modalità di pagamento e condizioni di vendita devono essere sempre chiari e trasparenti. Ogni ambiguità è un segnale di rischio.

(ITALPRESS) - (SEGUE).

ads/com

22-Lug-26 12:19

NNNN

COMMERCIO: DA UNIVENDITA DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA-2-

ZCZC IPN 321

ECO --/T

COMMERCIO: DA UNIVENDITA DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA-2-

Univendita evidenzia poi che gli strumenti digitali sono importanti nella vendita diretta, ma l'interazione simultanea tra venditore e cliente deve mantenere carattere diretto e personale. Inoltre, l'incaricato corretto non mette fretta, lascia sempre tempo per decidere. Ecco perché è sbagliato accettare accordi 'a voce' o comprare a scatola chiusa. Tutte le condizioni devono sempre essere scritte nel contratto, leggibili e comprensibili, a cominciare dal diritto di recesso (30 giorni nella vendita diretta). Il venditore affidabile, in più, fornisce informazioni dettagliate sulla garanzia e sull'assistenza post-vendita. Se non lo fa, è giusto chiedere chiarimenti. Al tempo stesso, deve rispondere sempre in modo completo e preciso alle domande. Univendita suggerisce quindi di controllare se l'impresa aderisce a una associazione di categoria, elemento che implica standard di correttezza e trasparenza. Infine, un suggerimento molto importante sull'approccio psicologico: diffidare sempre dei benefici esagerati o dei prezzi troppo convenienti rispetto al valore del bene.

(ITALPRESS) - (SEGUE).

ads/com

22-Lug-26 12:19

NNNN

COMMERCIO: DA UNIVENDITA DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA-3-

ZCZC IPN 322

ECO --/T

COMMERCIO: DA UNIVENDITA DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA-3-

Il presidente Univendita, Ciro Sinatra, commenta: "Il cliente, assieme ai nostri incaricati alla vendita, è la figura attorno alla quale ruota il nostro comparto. Il dialogo diretto, la relazione fiduciaria con il consumatore sono per le nostre aziende aspetti fondamentali ed irrinunciabili. Non a caso, Univendita si è dotata di una Carta dei valori per promuovere un sistema etico che sia riconosciuto e applicato da tutti i soci. Oggi - aggiunge Sinatra - si sentono brutte storie di cronaca che riguardano persone, soprattutto anziani, vittime di truffe e raggiri nell'intimità delle loro case. Il nostro impegno su questo terreno fa parte del concetto di qualità ed eccellenza che coltiviamo ogni giorno, perché non esistono un buon prodotto e un buon servizio senza un rapporto di fiducia e reciproca soddisfazione, che dura nel tempo, tra azienda e consumatore". (ITALPRESS).

ads/com

22-Lug-26 12:19

NNNN

Commercio, da Univendita-Confcommercio decalogo anti-truffe da vendita diretta

Commercio, da Univendita-Confcommercio decalogo anti-truffe da vendita diretta (News Italia Media) - Roma, 22 Luglio - Un decalogo a beneficio dei consumatori, dieci regole chiave della vendita diretta "etica e sostenibile". In pratica, un corpus di consigli e suggerimenti per riconoscere ed evitare truffe, raggiri, abusi e pratiche commerciali aggressive o scorrette che possono nascondersi dietro un venditore a domicilio o rappresentante d'azienda che bussa al campanello, si presenta in casa e offre prodotti e servizi a prezzi estremamente bassi o con promozioni che sembrano irrinunciabili. Il decalogo, messo a punto da Univendita, la maggiore associazione della vendita diretta in Italia, e da poco sottoposto al vaglio dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Antitrust), inizia con l'avvertimento di verificare sempre l'identità del venditore che deve presentarsi munito di tesserino identificativo (con foto e dati) ben in vista e indicare l'azienda per cui lavora. In seconda battuta, prezzo, caratteristiche del prodotto, modalità di pagamento e condizioni di vendita devono essere sempre chiari e trasparenti. Ogni ambiguità è un segnale di rischio. Univendita evidenzia poi che gli strumenti digitali sono importanti nella vendita diretta, ma l'interazione simultanea tra venditore e cliente deve mantenere carattere diretto e personale. Inoltre, l'incaricato corretto non mette fretta, lascia sempre tempo per decidere. Ecco perché è sbagliato accettare accordi 'a voce' o comprare a scatola chiusa. Tutte le condizioni devono sempre essere scritte nel contratto, leggibili e comprensibili, a cominciare dal diritto di recesso (30 giorni nella vendita diretta). Il venditore affidabile, in più, fornisce informazioni dettagliate sulla garanzia e sull'assistenza post-vendita. Se non lo fa, è giusto chiedere chiarimenti. Al tempo stesso, deve rispondere sempre in modo completo e preciso alle domande. Univendita suggerisce quindi di controllare se l'impresa aderisce a una associazione di categoria, elemento che implica standard di correttezza e trasparenza. Infine, un suggerimento molto importante sull'approccio psicologico: diffidare sempre dei benefici esagerati o dei prezzi troppo convenienti rispetto al valore del bene. Il presidente Univendita, Ciriaco Sinagra, commenta: "Il cliente, assieme ai nostri incaricati alla vendita, è la figura attorno alla quale ruota il nostro comparto. Il dialogo diretto, la relazione fiduciaria con il consumatore sono per le nostre aziende aspetti fondamentali ed irrinunciabili. Non a caso, Univendita si è dotata di una Carta dei

valori per promuovere un sistema etico che sia riconosciuto e applicato da tutti i soci. Oggi – aggiunge Sinatra – si sentono brutte storie di cronaca che riguardano persone, soprattutto anziani, vittime di truffe e raggiri nell'intimità delle loro case. Il nostro impegno su questo terreno fa parte del concetto di qualità ed eccellenza che coltiviamo ogni giorno, perché non esistono un buon prodotto e un buon servizio senza un rapporto di fiducia e reciproca soddisfazione, che dura nel tempo, tra azienda e consumatore”.-----LINK ALL'ARTICOLO:
<https://newsitaliamedia.it/commercio-da-univendita-confcommercio-decalogo-anti-truffe-da-vendita-diretta/>

COMMERCIO. UNIVENDITA, IL DECALOGO CONTRO TRUFFE AL VAGLIO ANTISTRUST

DIR1591 3 ECO 0 RR1 N/ECO / DIR /TXT

COMMERCIO. UNIVENDITA, IL DECALOGO CONTRO TRUFFE AL VAGLIO ANTISTRUST
SINATRA: NOSTRO IMPEGNO VERSO CIENTE, NON ESISTE BUON SERVIZIO SENZA
FIDUCIA

(DIRE) Roma, 22 lug. - Un decalogo a beneficio dei consumatori, dieci regole chiave della vendita diretta 'etica e sostenibile'.

Un corpus di consigli e suggerimenti per riconoscere ed evitare truffe, raggiri, abusi e pratiche commerciali aggressive o scorrette che possono nascondersi dietro un venditore a domicilio o rappresentante d'azienda che bussava al campanello, si presenta in casa e offre prodotti e servizi a prezzi estremamente bassi o con promozioni che sembrano irrinunciabili.

Il decalogo, messo a punto da Univendita, la maggiore associazione della vendita diretta in Italia, e da poco sottoposto al vaglio dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Antitrust), inizia con l'avvertimento di verificare sempre l'identità del venditore che deve presentarsi munito di tesserino identificativo (con foto e dati) ben in vista e indicare l'azienda per cui lavora. In seconda battuta, prezzo, caratteristiche del prodotto, modalità di pagamento e condizioni di vendita devono essere sempre chiari e trasparenti. Ogni ambiguità è un segnale di rischio.

Univendita, riporta la nota, evidenzia poi che gli strumenti digitali sono importanti nella vendita diretta, ma l'interazione simultanea tra venditore e cliente deve mantenere carattere diretto e personale. Inoltre, l'incaricato corretto non mette fretta, lascia sempre tempo per decidere. Ecco perché è sbagliato accettare accordi 'a voce' o comprare a scatola chiusa. Tutte le condizioni devono sempre essere scritte nel contratto, leggibili e comprensibili, a cominciare dal diritto di recesso (30 giorni nella vendita diretta). (SEGUE)

(Com/Red/ Dire)

16:10 22-07-26

NNNN

COMMERCIO. UNIVENDITA, IL DECALOGO CONTRO TRUFFE AL VAGLIO ANTISTRUST -2-

DIR1592 3 ECO 0 RR1 N/ECO / DIR /TXT

COMMERCIO. UNIVENDITA, IL DECALOGO CONTRO TRUFFE AL VAGLIO ANTISTRUST -2-

(DIRE) Roma, 22 lug. - Il venditore affidabile, in più, prosegue il comunicato, fornisce informazioni dettagliate sulla garanzia e sull'assistenza post-vendita. Se non lo fa, è giusto chiedere chiarimenti. Al tempo stesso, deve rispondere sempre in modo completo e preciso alle domande. Univendita suggerisce quindi di controllare se l'impresa aderisce a una associazione di categoria, elemento che implica standard di correttezza e trasparenza. Infine, un suggerimento molto importante sull'approccio psicologico: diffidare sempre dei benefici esagerati o dei prezzi troppo convenienti rispetto al valore del bene.

Il presidente Univendita, Ciro Sinatra, commenta: "Il cliente, assieme ai nostri incaricati alla vendita, è la figura attorno alla quale ruota il nostro comparto. Il dialogo diretto, la relazione fiduciaria con il consumatore sono per le nostre aziende aspetti fondamentali ed irrinunciabili. Non a caso, Univendita si è dotata di una Carta dei valori per promuovere un sistema etico che sia riconosciuto e applicato da tutti i soci. Oggi- aggiunge Sinatra- si sentono brutte storie di cronaca che riguardano persone, soprattutto anziani, vittime di truffe e raggiri nell'intimità delle loro case. Il nostro impegno su questo terreno fa parte del concetto di qualità ed eccellenza che coltiviamo ogni giorno, perché non esistono un buon prodotto e un buon servizio senza un rapporto di fiducia e reciproca soddisfazione, che dura nel tempo, tra azienda e consumatore".

(Com/Red/ Dire)

16:10 22-07-26

NNNN

CONSUMI: UNIVENDITA, ECCO DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA, AL VAGLIO ANTITRUST =

ADN0869 7 ECO 0 ADN ECO NAZ

CONSUMI: UNIVENDITA, ECCO DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA, AL VAGLIO ANTITRUST =

Roma, 22 lug. (Adnkronos/Labitalia) - Un decalogo a beneficio dei consumatori, dieci regole chiave della vendita diretta 'etica e sostenibile'. In pratica, un corpus di consigli e suggerimenti per riconoscere ed evitare truffe, raggiri, abusi e pratiche commerciali aggressive o scorrette che possono nascondersi dietro un venditore a domicilio o rappresentante d'azienda che bussa al campanello, si presenta in casa e offre prodotti e servizi a prezzi estremamente bassi o con promozioni che sembrano irrinunciabili.

Il decalogo, messo a punto da Univendita, la maggiore associazione della vendita diretta in Italia, e da poco sottoposto al vaglio dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Antitrust), inizia con l'avvertimento di verificare sempre l'identità del venditore che deve presentarsi munito di tesserino identificativo (con foto e dati) ben in vista e indicare l'azienda per cui lavora. In seconda battuta, prezzo, caratteristiche del prodotto, modalità di pagamento e condizioni di vendita devono essere sempre chiari e trasparenti. Ogni ambiguità è un segnale di rischio.

Univendita evidenzia poi che gli strumenti digitali sono importanti nella vendita diretta, ma l'interazione simultanea tra venditore e cliente deve mantenere carattere diretto e personale. Inoltre, l'incaricato corretto non mette fretta, lascia sempre tempo per decidere. Ecco perché è sbagliato accettare accordi 'a voce' o comprare a scatola chiusa. Tutte le condizioni devono sempre essere scritte nel contratto, leggibili e comprensibili, a cominciare dal diritto di recesso (30 giorni nella vendita diretta).

(Pal/Labitalia)

ISSN 2465 - 1222

22-LUG-26 17:07

NNNN

CONSUMI: UNIVENDITA, ECCO DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA, AL VAGLIO ANTITRUST (2) =

ADN0870 7 ECO 0 ADN ECO NAZ

CONSUMI: UNIVENDITA, ECCO DECALOGO ANTI-TRUFFE DA VENDITA DIRETTA, AL VAGLIO ANTITRUST (2) =

Il venditore affidabile, in più, fornisce informazioni dettagliate sulla garanzia e sull'assistenza post-vendita. Se non lo fa, è giusto chiedere chiarimenti. Al tempo stesso, deve rispondere sempre in modo completo e preciso alle domande. Univendita suggerisce quindi di controllare se l'impresa aderisce a una associazione di categoria, elemento che implica standard di correttezza e trasparenza. Infine, un suggerimento molto importante sull'approccio psicologico: diffidare sempre dei benefici esagerati o dei prezzi troppo convenienti rispetto al valore del bene.

Il presidente Univendita, Ciro Sinatra, commenta: "Il cliente, assieme ai nostri incaricati alla vendita, è la figura attorno alla quale ruota il nostro comparto. Il dialogo diretto, la relazione fiduciaria con il consumatore sono per le nostre aziende aspetti fondamentali ed irrinunciabili. Non a caso, Univendita si è dotata di una Carta dei valori per promuovere un sistema etico che sia riconosciuto e applicato da tutti i soci".

"Oggi - aggiunge Sinatra - si sentono brutte storie di cronaca che riguardano persone, soprattutto anziani, vittime di truffe e raggiri nell'intimità delle loro case. Il nostro impegno su questo terreno fa parte del concetto di qualità ed eccellenza che coltiviamo ogni giorno, perché non esistono un buon prodotto e un buon servizio senza un rapporto di fiducia e reciproca soddisfazione, che dura nel tempo, tra azienda e consumatore", conclude.

(Pal/Labitalia)

ISSN 2465 - 1222

22-LUG-26 17:07

NNNN