



FEDERAZIONE ITALIANA MEDIATORI AGENTI D' AFFARI

CODICE DEONTOLOGICO

- **CAPITOLO I: PRINCIPI GENERALI E FINALITA'**

Art. 1 - Codice deontologico: principi generali

- a) I principi ispiratori del presente Codice Deontologico sono correttezza, rispetto, trasparenza, professionalità e salvaguardia di tutti gli interessi coinvolti;
- b) Le regole di comportamento contenute nel presente Codice sono vincolanti per il Mediatore Associato alla Fimaa Italia; l'assoggettamento del Mediatore Associato al presente Codice avviene per effetto dell'iscrizione alle singole associazioni provinciali.

Art. 2 - Codice deontologico: finalità

Il Codice deontologico di FIMAA Italia definisce delle regole e fornisce dei suggerimenti comportamentali al fine di improntare l'attività professionale del Mediatore Associato secondo i principi di correttezza, rispetto, professionalità e trasparenza a tutela del Consumatore, dei Mediatori Associati e più in generale della Categoria.

- **CAPITOLO II: NORME DI COMPORTAMENTO**

Art. 3 - Norme generali di comportamento

Il Mediatore Associato deve:

1. agire con la diligenza e la cura del buon padre di famiglia, secondo i principi morali di lealtà e di fedeltà nei confronti sia dell'Associazione che della Federazione Nazionale, rispettando le regole ed i canoni di correttezza e di professionalità;
2. agire sempre nel rispetto delle leggi in generale ed in particolare di quelle che regolano la professione dando prova al Cliente che ne faccia richiesta di essere regolarmente iscritto al Ruolo Mediatori e di aver depositato i propri formulari presso la CCIAA;
3. richiedere e rispettare rigorosamente il segreto professionale ed esigere che questo venga osservato anche da parte di Collaboratori, Dipendenti e Colleghi che lo

coadiuvano nello svolgimento dell'attività, attenendosi anche a quanto previsto dalla Legge 675/96 sulla Tutela dei Dati Personali (Privacy);

4. essere aggiornato costantemente (formazione permanente) affinché la propria prestazione professionale possa essere qualificata e competente;
5. agire sempre con trasparenza, evitando ogni possibile equivoco nell'interesse delle parti ed evitando di creare pregiudizio alla dignità della professione;
6. astenersi dall'adottare forme di pubblicità scorretta e menzognera, ricordando che è illecito omettere di comunicare precisazioni e fatti necessari al Cliente per valutare correttamente un prodotto, un'attività o un servizio.

Art. 4 - Norme di comportamento: rapporti fra Mediatori (Impresa / Impresa)

- a) E' fatto divieto di collaborare con chi esercita abusivamente la professione;
- b) E' fatto divieto di operare direttamente con persone vincolate da rapporto societario, di dipendenza o di collaborazione ad altri Colleghi, se tale collaborazione operativa non è stata preventivamente pattuita con i titolari delle rispettive Imprese;
- c) E' dovere del Mediatore qualificarsi sempre come tale, oltre che con i Clienti, anche con i Colleghi in caso di trattative in cui siano interessati più Mediatori;
- d) E' vietata l'utilizzazione di mezzi che possano creare equivoci e confusione sul mercato, generando interferenza con Colleghi (es.: accettazione di incarico in presenza, consapevole, di incarico ancora in vigore già conferito ad altro Collega; affissione o inserzioni pubblicitarie il cui oggetto è un prodotto che si sappia essere gestito in esclusiva da altro Collega);
- e) In caso di affare concluso per intervento di più Mediatori la suddivisione della provvigione deve essere preventivamente pattuita fra le parti, possibilmente in forma scritta; in mancanza di accordi le provvigioni verranno suddivise secondo quanto stabilito dal Codice Civile e dagli Usi e Consuetudini locali;
- f) Nel caso di pluralità di Mediatori, con incarico in esclusiva conferito ad uno di essi, la titolarità dello stesso resta al Mediatore che ne è intestatario;
- g) Nello svolgimento della propria attività professionale il Mediatore non deve compiere atti di concorrenza sleale;
- h) In particolare il Mediatore Associato deve astenersi dal pubblicizzare prestazioni professionali a titolo gratuito; deve inoltre astenersi dall'utilizzare il marchio FIMAA (ed ogni altro segno distintivo che determini l'appartenenza del Soggetto alla FIMAA Italia) per promuovere forme di concorrenza sleale nei confronti di Colleghi Associati;
- i) Il Mediatore Associato è tenuto a denunciare agli Organi competenti delle singole associazioni provinciali ed a quelli della CCIAA ogni forma di concorrenza sleale, pubblicità menzognera, utilizzo abusivo del marchio e/o della modulistica FIMAA Italia - e quant'altro possa arrecare danno all'immagine della professione e/o della Federazione - di cui fosse testimone.

Art. 5 - Norme di comportamento: rapporti fra Mediatore e Cliente (Impresa / Consumatore)

- a) Il Mediatore Associato deve sempre agire nel rispetto di quanto stabilito dal presente Codice Deontologico, dagli Usi e Consuetudini locali (intendendo per "locali" quelli del Comune di riferimento nel quale si trova il bene oggetto della mediazione) e dei principi sottesi al contenuto della della modulistica Fimaa, soprattutto in materia di durata degli incarichi, misura e modalità di pagamento delle provvigioni e della penale, termini e durata dell'irrevocabilità, eventuale clausola d'esclusiva - ove ammissibile e sottoscritta, previa definizione della stessa con il Cliente -, corretta individuazione del bene mediato, comunicazione di avvenuta o mancata accettazione delle proposte e restituzione somme;
- b) Il Mediatore Associato deve dare una corretta ed imparziale valutazione del bene mediato e - se richiesto - deve essere disponibile a prestare al Cliente servizio di assistenza fino all'effettiva conclusione del contratto (es.: nel settore immobiliare fino al rogito oppure alla registrazione del contratto di locazione);
- c) Il Mediatore Associato deve astenersi dall'accettare incarichi che non possa svolgere con adeguata competenza (es.: se non è a conoscenza delle leggi / norme / regolamenti o semplicemente dei parametri di valutazione per alcune tipologie particolari di prodotti, come attività commerciali, terreni, ecc.) a meno che non dichiari di avvalersi della collaborazione di altri Colleghi e/o professionisti di settore;
- d) Per ogni incarico acquisito, preferibilmente in forma scritta, il Mediatore Associato deve reperire ogni documento ed altro elemento necessario e/o utile al corretto svolgimento della propria attività mediatoria;
- e) Il Mediatore Associato deve informare il Cliente relativamente alle eventuali obiettive difficoltà che possano sorgere in merito all'affare oggetto della mediazione;
- f) Dopo aver stabilito le condizioni essenziali di una proposta di acquisto o di locazione, il Mediatore Associato è tenuto: 1) in caso di ricevimento di una proposta perfettamente conforme all'incarico a non raccogliere altre proposte fino all'esito della predetta proposta; 2) in caso di proposta inferiore a quanto previsto dall'incarico, ad informare il proponente che, qualora venissero raccolte altre proposte migliorative, è dovere del Mediatore sottoporre le stesse al venditore / locatore; in ogni caso il Mediatore Associato si obbliga a tenere le parti sempre al corrente dell'andamento delle trattative;
- g) Il Mediatore Associato non deve mai confondere il proprio compenso (provvigione) con il denaro ricevuto per conto terzi (caparra), ossia non deve mai incassare somme diverse dalle proprie spettanze;
- h) In caso di vendita diretta da parte di un Mediatore Associato di un bene proprio lo stesso Mediatore Associato dovrà dichiarare di essere in quel caso venditore e non intermediario.

Art. 6 - Norme di comportamento: rapporti fra Mediatore Titolare e Mediatori Dipendenti e/o Mediatori Collaboratori

Oltre a rispettare quanto previsto all'Art. 3, punto a) 3. del presente Codice, il Mediatore Associato deve garantire ai Clienti ed alla FIMAA Italia di avere informato i Mediatori Dipendenti e/o Mediatori Collaboratori che lavorano presso la propria Azienda sul contenuto del presente Codice di Autodisciplina, assumendosi la responsabilità delle eventuali violazioni al Codice stesso effettuate da detti Dipendenti e/o Collaboratori durante lo svolgimento della loro attività mediatoria.

- **CAPITOLO III: APPLICAZIONE**

Art. 7 - Organi di controllo.

Ciascuna associazione provinciale potrà istituire propri organi di controllo con riferimento all'osservanza di quanto disposto nel presente Codice Deontologico e stabilire le sanzioni da comminare ai singoli aderenti che abbiano violato le sopra estese disposizioni.

In ogni caso la violazione del Codice Deontologico comporta sempre e comunque la lesione del diritto d'onore della federazione, a prescindere dalla prova del concreto pregiudizio; per quanto concerne le sanzioni le stesse potranno assumere la seguente veste: 1) deplorazione scritta (diffida o ammonizione con invito formale ad uniformarsi a quanto deliberato dall'Organo di controllo); 2) sospensione dalla Federazione (da uno a sei mesi) e conseguente diffida ad utilizzare - nel periodo di sanzione - marchio, modulistica ed altri segni distintivi della FIMAA Italia; 3) espulsione dalla Federazione con conseguente diffida ad interrompere immediatamente l'utilizzo del marchio, della modulistica e di altri segni distintivi della FIMAA