



**CODICE DI CONDOTTA  
PER I PROCESSI DI GESTIONE  
E TUTELA DEL CREDITO**

*Marzo 2025*

**FONDAZIONE  
FORUM UNIREC-CONSUMATORI**

Via del Tritone, 102 - 00187 Roma

 Tel. +39 065923346

 [info@forum-unirec-consumatori.it](mailto:info@forum-unirec-consumatori.it)

 [www.forum-unirec-consumatori.it](http://www.forum-unirec-consumatori.it)

<b>La Fondazione Forum UNIREC-Consumatori</b> .....	5
<b>Le Associazioni sottoscrittrici</b>	
UNIREC.....	6
Adiconsum.....	7
ADOC.....	8
Cittadinanzattiva.....	9
Federconsumatori.....	10
Movimento Consumatori.....	11
Movimento Difesa del Cittadino.....	12
UNC.....	13
<b>Il Codice di condotta per i processi di gestione e tutela del credito</b> .....	14
<b>CAPO I - Principi generali</b>	
ART. 1 – Doveri di Terzietà.....	16
ART. 2 – Gestione delle contestazioni e dei reclami.....	16
ART. 3 – Registro delle contestazioni e dei reclami.....	16
<b>CAPO II - Il trattamento dei dati nella gestione dei crediti</b>	
ART. 4 – La liceità del trattamento.....	17
ART. 5 – La pertinenza e la finalità del trattamento.....	19
<b>CAPO III - La correttezza delle prassi commerciali</b>	
ART. 6 – Principi comuni.....	19
ART. 7 – I contatti telefonici.....	20
ART. 8 – I contatti epistolari/digitali.....	22
ART. 9 – I contatti domiciliari.....	24
<b>CAPO IV - La risoluzione delle controversie</b>	
ART. 10 – Competenza del FORUM UNIREC-CONSUMATORI.....	26
<b>Glossario/definizioni</b> .....	27
<b>Addendum</b> .....	30



La **Fondazione Forum UNIREC – Consumatori** nasce il 18 giugno 2014 come tavolo di lavoro permanente e organizzato tra le imprese aderenti a UNIREC e le principali Associazioni dei consumatori aderenti al CNCU.

Il Forum è un luogo di dialogo, che mette a confronto le imprese a tutela del credito aderenti a UNIREC e i consumatori, con i seguenti obiettivi:

- l'osservazione costante dei rapporti tra Consumatori e Professionisti, in relazione ai servizi di gestione e recupero del credito;
- l'educazione dei consumatori, nell'ottica di un accesso consapevole agli strumenti finanziari;
- stimolare la riflessione sulla funzione economico-sociale del recupero crediti e la diffusione delle cosiddette "buone prassi";
- la creazione di idonei strumenti di conciliazione atti a dirimere le controversie eventualmente insorte tra Consumatori e Professionisti.

[www.forum-unirec-consumatori.it](http://www.forum-unirec-consumatori.it)

UNIREC è l'Unione Nazionale Imprese a Tutela del Credito.

Aderisce a CONFINDUSTRIA Servizi Innovativi e Tecnologici ed è membro di FENCA, la Federazione Europea delle Associazioni Nazionali delle Imprese di recupero Crediti. Il suo sviluppo associativo è iniziato nel 1998, anno della fondazione.

UNIREC è il punto di riferimento per gli operatori del settore. Essa si pone, tra i suoi obiettivi, la diffusione di una "cultura bilaterale del recupero crediti", ovvero una cultura che racchiuda le idee delle Imprese e delle Associazioni dei Consumatori.

UNIREC, inoltre, promuove una formazione costante dei propri iscritti che possa contribuire fattivamente alla veicolazione delle buone prassi del settore. Le Associate UNIREC si impegnano a garantire professionalità ed etica nello svolgimento dei propri mandati, sottoscrivono un severo Codice Deontologico e formano i propri Collaboratori sulla corretta applicazione delle norme che regolamentano il settore.

Il Collegio dei Probiviri è l'organismo di UNIREC che ha il compito di valutare con rigore ed imparzialità tutte le richieste di ammissione all'Associazione, nonché di verificare il possesso ed il mantenimento dei requisiti di "professionalità" ed "onorabilità" per i Soci di vecchia e nuova ammissione.

L'Organo ha anche il compito di valutare con equità le eventuali controversie tra Associati, anche in relazione al rapporto con Consumatori e Committenti.

L'elenco aggiornato delle aziende aderenti può essere visionato sul sito [www.unirec.it](http://www.unirec.it).

UNIREC è un'Associazione, indipendente e apartitica, costituita per dare voce e volto al settore delle Imprese a tutela del credito.

Nell'ambito del suo Statuto, tra le finalità salienti dell'Associazione, si evidenziano:

- promozione nella società e presso le Aziende associate di valori sociali, civili e imprenditoriali propri di una libera società in sviluppo;
- promozione presso le Istituzioni, le organizzazioni economiche, politiche, sociali e culturali di forme di collaborazione che consentano di perseguire in comune più vaste finalità di progresso;
- garanzia di professionalità e correttezza delle Imprese associate.

Nel perseguimento degli scopi associativi, UNIREC adotta dei Regolamenti ed un Codice di Condotta, ai quali sono ispirate le modalità organizzative e comportamentali alla cui osservanza sono impegnati tutti gli Associati.

Il Codice di Condotta ha come principi fondanti: requisiti di onorabilità e professionalità per l'Associato e per i propri dirigenti e collaboratori, formazione e buone prassi.

**Adiconsum** è un'associazione di consumatori con quasi 150.000 iscritti costituita nel 1987 su iniziativa della CISL, presente su tutto il territorio nazionale, con oltre 250 sedi di assistenza, dislocate a livello regionale, provinciale e locale.

**Adiconsum** negozia e concerta condizioni di tutela individuale e collettiva dei consumatori, realizzando una costante attività di monitoraggio dei vari settori di consumo.

**Adiconsum** lavora in stretta sinergia con le Istituzioni e le Authority sia nazionali che europee, oltre a collaborare con le maggiori Associazioni di rappresentanza nazionali ed internazionali ponendo al centro del proprio agire: Informazione; Formazione; Assistenza; Concertazione; Negoziazione; Conciliazione paritetica dei contenziosi tra consumatori e aziende. L'attività svolta dall'associazione riguarda i seguenti settori: assicurazioni, sicurezza stradale, risparmio energetico, sostenibilità ambientale, trasporti, credito e risparmio, poste, telecomunicazioni e nuove tecnologie (tv digitale, banda larga, internet), contratti, vendite fuori e dentro i locali commerciali, turismo, commercio, alimentazione, fisco e tributi, auto.

A livello nazionale **Adiconsum** è membro del CNCU (Consiglio Nazionale Consumatori ed Utenti), del Forum del Terzo Settore, di Consumer's Forum, del Forum della Finanza sostenibile, di Next ed è socio ordinario di IMQ (Istituto per il marchio di qualità). Adiconsum è anche l'unica associazione consumatori ad aver ottenuto il riconoscimento del Ministero del Tesoro per la gestione del Fondo prevenzione usura per le famiglie.

A livello internazionale **Adiconsum** è coordinatore per l'Italia del Centro europeo del consumatore (ECC-NET Italia); collabora con le Direzioni Generali dell'Unione europea; coopera con le maggiori associazioni consumatori europee ed extraeuropee.

**Adiconsum** collabora ad uno scambio di esperienze con numerosi partner, europei ed italiani, avviando importanti campagne di informazione e studi, iniziative di ricerca, informazione e sensibilizzazione rivolte ai consumatori, per rispondere al bisogno di promuovere un consumo consapevole, critico e socialmente responsabile, creando le premesse per la diffusione di una matura e forte cultura di consumerismo sociale.



---

**AD OC** è l'associazione nazionale per la difesa e l'orientamento dei consumatori, degli utenti, dei risparmiatori, dei malati, dei contribuenti. Costituita nel 1988 ha circa 65.000 iscritti, è presente in tutti i capoluoghi provinciali con volontari esperti nel diritto del consumatore, in grado di dare informazioni ai cittadini ed abilitati alle procedure di conciliazione ed arbitrato, pronti ad assistere direttamente gli iscritti in qualunque tipo di controversia.

In ogni sede **AD OC** è possibile usufruire di consulenza legale specialistica garantita da avvocati convenzionati.

L'**AD OC** svolge una costante e intensa attività di concertazione e di fattiva azione in ambito europeo per la definizione di un quadro normativo sempre più attento alla tutela dei diritti dei consumatori. È impegnata anche a livello nazionale in tutte le sedi istituzionali, a partire dal CNCU e da Consumers Forum, nei cui organismi è rappresentata fin dalla loro costituzione.

[www.adocnazionale.it](http://www.adocnazionale.it)

**Cittadinanzattiva** onlus è un movimento di partecipazione civica che opera in Italia e in Europa per la promozione e la tutela dei diritti dei cittadini e dei consumatori. Fondata nel 1978, è riconosciuta dal Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (presso il Ministero dello Sviluppo Economico) dal 2000.

**Cittadinanzattiva** è presente in Italia con 21 segreterie regionali, oltre 250 assemblee locali e con più di 100.000 iscritti.

**Cittadinanzattiva** è presente in Europa con la rete Active Citizenship Network che raccoglie circa 100 Associazioni distribuite in 27 Paesi.

Gli obiettivi associativi di Cittadinanzattiva sono concentrati nella difesa dei cittadini, prevenendo ingiustizie e sofferenze inutili; nell'attivazione di coscienze ed impegni sociali volti a migliorare la qualità della vita dei cittadini; nella promozione della partecipazione e dell'attivismo civico come leva per il cambiamento sociale.

Gli ambiti prevalenti di intervento, nei quali Cittadinanzattiva persegue i suoi obiettivi, sono: la salute, la giustizia, la scuola e la formazione alla cittadinanza attiva, le politiche dei consumatori e la cittadinanza d'impresa.

Con particolare attenzione alle politiche dei consumatori, Cittadinanzattiva si impegna con l'obiettivo di delineare un nuovo approccio al ruolo di consumatori ed utenti: un ruolo che tende a superare una logica di "delega" della propria responsabilità da parte del cittadino favorendo, invece, un suo pieno coinvolgimento nell'accessibilità, sostenibilità, qualità e cura dei servizi.

**Cittadinanzattiva** si impegna inoltre nella promozione di forme di governance in cui soggetti pubblici e non esercitino responsabilità per la cura dell'interesse generale, lavorando per favorire la definizione partecipata delle politiche in ambiti con forte impatto sulla qualità della vita dei cittadini come i servizi pubblici locali. Tale approccio si basa sul riconoscimento di un ruolo attivo di tutti gli stakeholder, in primis del cittadino, intendendo l'esercizio di tale ruolo in linea con il principio di sussidiarietà orizzontale, come riconosciuto dall'art. 118 u.c. della nostra Costituzione, nel quale trova perfetta aderenza la missione dell'Associazione.

La **Federconsumatori**, costituita nel 1988 con il contributo della Cgil, è un'associazione *senza scopo di lucro* che ha come obiettivi prioritari l'informazione e la tutela dei consumatori ed utenti. Alla sua costituzione hanno contribuito anche esperti di consumerismo operanti nell'ambito dell'università, dell'informazione e del Parlamento, impegnati da anni in difesa dei diritti dei consumatori.

La **Federconsumatori** è un ente di Promozione Sociale.

La **Federconsumatori** è presente su tutto il territorio nazionale con una rete capillare di sportelli per fornire assistenza e consulenza a tutti i cittadini. Possono accedere agli sportelli e alle sedi dell'associazione tutti i consumatori indistintamente. Gli operatori degli sportelli svolgono soprattutto un'attività di informazione dei consumatori, dei loro diritti, delle leggi vigenti e delle azioni da intraprendere per risolvere i loro problemi.

I servizi di informazione, consulenza ed assistenza sono espletati da esperti qualificati. Il consumatore che lo desidera può associarsi alla Federconsumatori ed usufruire del relativo servizio di sportello versando una quota fissa annua. Per specifici interventi di natura tecnico-legale dovranno essere corrisposte spese ed onorari di spettanza dei professionisti indicati dalla Federconsumatori, che applicheranno gli onorari minimi previsti dai rispettivi ordini professionali.

La **Federconsumatori**, che già da venti anni opera con competenza e professionalità nella difesa dei diritti dei consumatori, ha promosso molteplici iniziative, incontri, dibattiti, conferenze, ricerche e campagne informative, a diversi livelli: locale, nazionale ed europeo.

L'associazione collabora con istituzioni comunitarie e nazionali: *Commissione europea per le politiche dei consumatori, Parlamento europeo, il Comitato economico e sociale, i Ministeri, il Cnel, la Commissione di garanzia legge n. 146/90, le Regioni, le Provincie, i Comuni e le Camere di commercio.*

**Movimento Consumatori (MC)** è un'associazione autonoma e indipendente, senza fini di lucro, nata nel 1985 per tutelare i diritti dei consumatori.

**Movimento Consumatori** è iscritto al registro delle associazioni di promozione sociale (APS) e aderisce alla Federazione A.R.C.I. È membro del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU), costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico, e collabora con diverse realtà del terzo settore con lo scopo di costruire una rete condivisa di promozione dei diritti di cittadinanza.

La struttura organizzativa conta più di 60 sezioni in tutta Italia.

**Movimento Consumatori** ha messo a disposizione dei cittadini anche un servizio innovativo di consulenza on line: lo Sportello del Consumatore ha l'obiettivo di estendere l'assistenza anche ai cittadini che non possono recarsi presso le sedi dell'associazione e semplifica i tempi di gestione delle controversie, grazie a team di esperti di ogni settore.



Il **Movimento Difesa del Cittadino** (MDC) è un'associazione nazionale impegnata nella tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti.

È parte integrante del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU), istituito presso il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, ed è registrata nell'elenco delle associazioni rappresentative a livello nazionale.

Fondato nel 1987, il **Movimento Difesa del Cittadino** ha come obiettivo principale la promozione della trasparenza nei rapporti tra cittadini e Pubblica Amministrazione, favorendo l'accesso all'informazione e migliorando la fruizione dei servizi pubblici su tutto il territorio nazionale. Nel corso degli anni, MDC ha ampliato il proprio raggio d'azione, rafforzando il suo ruolo nella tutela dei consumatori nei mercati più disparati e diventando un punto di riferimento nel panorama associativo italiano su temi come l'intelligenza artificiale e il sovraindebitamento.

Dall'11 dicembre 2021, l'associazione è presieduta da Antonio Longo, affiancato dai Vicepresidenti Peppino Nuvoli, Cristina Rosetti, Enrichetta Guerrieri ed Eugenio Diffidenti.

Il **Movimento Difesa del Cittadino** è riconosciuto come Associazione di Promozione Sociale dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ed è iscritta nel Registro delle associazioni impegnate nella lotta contro le discriminazioni presso l'Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali (UNAR). Inoltre, è accreditata presso la Direzione Generale della Salute e della Tutela del Consumatore (DG SANCO) della Commissione Europea.

L'associazione partecipa attivamente alla Comitato Nazionale sulla Sicurezza Alimentare presso il Ministero della Salute.

È iscritta sia al Registro per la Trasparenza della Commissione Europea, sia al Registro dei Portatori di Interesse presso il MIMIT.

[www.difesadelcittadino.it](http://www.difesadelcittadino.it)



UNC  
CONSUMATORI.IT

Unione Nazionale Consumatori (UNC) è un'organizzazione di cittadini e consumatori, senza scopo di lucro, indipendente da sindacati e partiti politici. La prima in Italia, essendo stata fondata nel 1955 da Vincenzo Dona. Ha per finalità esclusiva, la tutela e la rappresentanza dei consumatori, perseguite attraverso proposte di norme legislative e regolamentari ed attività di assistenza, consulenza, informazione, educazione e orientamento.

UNC è impegnata a livello nazionale ed europeo in iniziative di educazione nelle scuole, di informazione e difesa dei consumatori e degli utenti. Denuncia abusi e speculazioni in tutti i campi dei consumi; compie e diffonde analisi e prove comparative di prodotti alimentari e beni di consumo per accertarne la rispondenza alle prescrizioni di legge, ai requisiti dichiarati dai produttori e alle esigenze dei consumatori e degli utenti; si batte per il contenimento dei prezzi e delle tariffe e per l'efficienza dei servizi pubblici. A livello territoriale si articola in oltre 150 Comitati e Delegazioni locali in altrettante città e in tutte le Regioni, costituiti su base volontaristica.

UNC edita numerose pubblicazioni, tra cui un'Agenzia giornalistica bisettimanale, una newsletter on-line ed il mensile "Le scelte del consumatore". Inoltre, pubblica periodicamente guide dedicate a specifici problemi dei consumatori e offre consulenza e assistenza presso i suoi sportelli e anche on-line: ogni anno, alla sola sede centrale dell'Unione pervengono oltre 500.000 reclami e quesiti da parte dei consumatori iscritti e non iscritti. I soci ricevono consulenza gratuita.

UNC ha istituito, a partire dal 2007, il premio "Vincenzo Dona, voce dei consumatori", per ricordare il suo fondatore ed il riconosciuto padre del movimento consumerista italiano. Con il Patrocinio della Presidenza del Consiglio dei Ministri, il premio è conferito a chi si è distinto per l'attività svolta a favore dei consumatori, a giornalisti ed opinion leaders.

# IL CODICE DI CONDOTTA PER I PROCESSI DI GESTIONE E TUTELA DEL CREDITO

## PREMESSA

Il presente Codice di condotta, redatto ai sensi di quanto previsto dall'art. 27 bis del Codice del Consumo<sup>1</sup>, impegna le Imprese a tutela del credito (di qui in avanti più semplicemente "Professionisti") nonché le Associazioni sottoscrittrici al rispetto delle disposizioni in esso contenute.

Il presente Codice di Condotta mira a promuovere una cultura basata sull'integrità, la trasparenza e l'equità, al fine di instaurare e mantenere un clima di fiducia tra il Professionista e i Consumatori/Debitori.

Valori ispiratori del Codice di Condotta sono:

1. **Trasparenza:** fornire informazioni chiare e complete ai Consumatori/Debitori.
2. **Correttezza:** con l'impegno a contrastare pratiche commerciali sleali o abusive.
3. **Professionalità:** le imprese UNIREC si impegnano ad assicurare un approccio professionale e responsabile ai Consumatori/Debitori nella risoluzione delle problematiche sottese all'adempimento. Allo stesso modo, le Associazioni firmatarie si impegnano a sensibilizzare i Consumatori/Debitori affinché cooperino con i Professionisti, cosicché questi ultimi possano ottemperare agli adempimenti loro imposti dalla normativa vigente (ad es. in materia di antiriciclaggio).
4. **Riservatezza:** le Parti sottoscrittrici riconoscono che ogni trattamento dei dati personali nell'ambito della gestione del credito deve avvenire nel rispetto dei principi stabiliti nell'art.5 del Regolamento UE 2016/679<sup>2</sup> ("GDPR").
5. **Sostenibilità:** le Parti sottoscrittrici si impegnano a contribuire alla attuazione e diffusione delle politiche ESG - Environmental, Social, Governance.

L'adozione del Codice di condotta mira a promuovere il dialogo tra Professionisti e Consumatori che non abbiano adempiuto alle proprie obbligazioni, sicché tutti gli attori coinvolti nei processi di tutela del credito possano operare sulla base di regole certe e condivise. In particolare, anche la presente edizione del Codice

---

<sup>1</sup> Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, come modificato dall'articolo 1 del decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 146 recante "Attuazione della direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica le direttive 84/450/CEE, 97/7/CE, 98/27/CE, 2002/65/CE, e il Regolamento (CE) n. 2006/2004".

<sup>2</sup> Regolamento (UE) 2016/679 relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati.

di condotta si caratterizza per il coinvolgimento delle Committenti, titolari dei crediti, rappresentanti del mondo bancario, finanziario ed utilities. Il confronto è stato possibile attraverso l'organizzazione di una serie di incontri aventi ad oggetto la condivisione del testo.

Ai sensi di quanto previsto dall'art. 27 bis del Codice del Consumo le norme ivi contenute si pongono quale obiettivo anche la "protezione dei minori" e la "salvaguardia della dignità umana".

Prevalentemente i processi di gestione del credito prevedono:

- contatti telefonici tra incaricati dell'impresa Professionista e Consumatori/Debitori;
- comunicazioni di natura epistolare o telematica;
- contatti tra incaricati del servizio "domiciliare" e Consumatori/Debitori che hanno luogo, generalmente, presso la residenza del Consumatore;
- procedure giudiziali, seguite dal Professionista per il tramite dei propri legali di riferimento, sulla base di un formale incarico ricevuto dai Creditori/Committenti.

Se, da un lato, l'ambito giudiziale è presidiato dal Codice Civile, dal Codice del Consumo e dalle altre normative di settore, nonché regolamentato dai competenti Codici di rito, dall'altro, lo scopo del presente Codice di condotta è garantire che, nello svolgimento delle attività stragiudiziali di gestione del credito, venga salvaguardato l'equilibrio tra i diritti delle Parti.

I principi di cui al presente Codice si applicano a tutte le attività di gestione e tutela del credito svolte dai Professionisti. La parti aderenti al presente Codice di Condotta, ciascuna per il proprio ruolo, si impegnano a facilitare il ricorso a servizi di consulenza sul debito nei termini e nelle modalità previste dall'art. 36<sup>3</sup> della Direttiva (UE) 2023/2225 del 18 ottobre 2023 relativa ai contratti di credito ai consumatori e che abroga la direttiva 2008/48/CE (c.d. nuova Direttiva UE sul Credito al Consumo o Consumer Credit Directive ("CCD")), ossia servizi di consulenza sul debito indipendenti, tendenzialmente gratuiti e non svolti con finalità commerciali.

---

3 Direttiva (UE) 2023/2225, Articolo 36- Servizi di consulenza sul debito: 1. Gli Stati membri assicurano che siano messi a disposizione dei consumatori che incontrano o potrebbero incontrare difficoltà nel rispettare i propri impegni finanziari servizi di consulenza sul debito indipendenti per i quali siano dovute solo spese limitate. 2. Ai fini del rispetto degli obblighi di cui al paragrafo 1, i creditori si dotano di procedure e politiche per l'individuazione tempestiva dei consumatori che incontrano difficoltà finanziarie. 3. Gli Stati membri provvedono affinché i creditori indirizzino i consumatori che incontrano difficoltà nel rispettare i propri impegni finanziari verso servizi di consulenza sul debito facilmente accessibili al consumatore. 4. Entro il 20 novembre 2028 la Commissione presenta una relazione in cui fornisce una panoramica della disponibilità di servizi di consulenza sul debito nei vari Stati membri e individua le migliori pratiche per l'ulteriore sviluppo di tali servizi. Entro il 20 novembre 2026, e successivamente ogni anno, gli Stati membri riferiscono alla Commissione in merito ai servizi di consulenza sul debito disponibili.

## CAPO I

### PRINCIPI GENERALI

#### Art. 1 - Dovere di Terzietà

**1.1.** Il Professionista incaricato del recupero crediti per conto dei Committenti/Creditori deve relazionarsi con il Consumatore/Debitore o suoi delegati preservando un ruolo di mera intermediazione.

**1.2.** Posto che all'atto dell'affidamento delle posizioni debitorie è il Creditore/Committente a garantire la certezza ed esigibilità del credito, il Professionista si impegna a sospendere l'attività qualora il Consumatore/Debitore comprovi la pendenza di una "*contestazione del credito*", secondo le modalità indicate nell'articolo 2. Le Imprese tenute al rispetto del presente Codice si impegnano comunque a sensibilizzare i Creditori/Committenti in ordine ai principi in esso contenuti.

#### Art. 2 - Gestione delle contestazioni e dei reclami

**2.1.** Fatte salve le disposizioni sui sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie in materia di operazioni e servizi bancari e finanziari (adesione all'Arbitro Bancario e Finanziario) relative ai soggetti autorizzati da Banca di Italia, è compito del Professionista, in presenza di rilievi avanzati in forma scritta dal Consumatore/Debitore, ricondurre i medesimi alla categoria o del "*reclamo*", o della "*contestazione del credito*" o della "*procedura di conciliazione*", così come previsto dai punti 2.2 e 2.3 seguenti.

**2.2.** Qualora il Consumatore/Debitore comprovi documentalmente la pendenza di una "*contestazione del credito*" o di una "*procedura di conciliazione*", il Professionista dovrà sospendere ogni attività e trasmettere sollecitamente, secondo gli accordi all'atto dell'incarico, al Committente/Creditore la documentazione raccolta, attendendo indicazioni sulla fondatezza o meno dei rilievi ed istruzioni in ordine alla eventuale prosecuzione dell'attività di recupero che procederà nel rispetto delle disposizioni del presente Codice.

**2.3.** La ricezione di un "*reclamo*" in forma scritta impone al Professionista e/o al Committente/Creditore di fornire adeguato e puntuale riscontro al Consumatore/Debitore in ordine alla correttezza del proprio operato ed al rispetto del presente Codice di Condotta.

#### Art. 3 Registro delle contestazioni e dei reclami

**3.1.** Il Professionista deve curare ed aggiornare, in cartaceo o tramite strumenti informatici, un Registro dei "*Reclami*" e delle "*Contestazioni del credito*" in cui siano conservati:

a) la comunicazione ed i documenti prodotti dal Consumatore/Debitore al fine di:

- avanzare una contestazione sulle pretese del Committente/Creditore, registrando se la stessa risulti già formalizzata;
  - presentare un reclamo circa l'attività posta in essere dagli Incaricati del Professionista durante i processi di gestione del credito;
- b) gli eventuali riscontri forniti al Consumatore/Debitore in risposta ai reclami ed alle contestazioni ricevute.

## CAPO II

### IL TRATTAMENTO DEI DATI NELLA GESTIONE DEI CREDITI

#### Art. 4 – La liceità del trattamento

##### 4.1. Principi generali

Il Professionista deve cercare un confronto diretto con il Consumatore/Debitore e verificarne l'identità, pur nei limiti dettati dalla modalità di contatto prescelta, prima di affrontare le ragioni del debito insoluto.

##### 4.2. Rapporti con i terzi

**4.2.1.** Nella gestione dei mandati, qualora gli Incaricati del Professionista non riescano a stabilire un confronto diretto con il Consumatore/Debitore ed entrino in contatto con soggetti terzi, dovranno operare secondo i principi definiti nel Provvedimento del Garante Privacy del 30 novembre 2005.

**4.2.2.** In tali circostanze, gli Incaricati non possono fornire “ingiustificatamente” a soggetti terzi informazioni relative allo stato di inadempimento in cui versa il Consumatore/Debitore<sup>4</sup>.

**4.2.3.** Gli Incaricati del Professionista, pertanto, non possono confrontarsi con soggetti terzi, estranei al rapporto contrattuale, se non per legittimi motivi e sempre con l'esclusione dei minori.

**4.2.4.** Si considera effettuata per legittimi motivi:

---

<sup>4</sup> “Chiunque effettui un trattamento di dati personali nell'ambito dell'attività di recupero crediti deve osservare il principio di liceità nel trattamento: tale precetto è violato dal comportamento (attuato da taluni operatori economici) consistente nel comunicare ingiustificatamente a soggetti terzi rispetto al debitore (quali, ad esempio, familiari, coabitanti, colleghi di lavoro o vicini di casa), informazioni relative alla condizione di inadempimento nella quale versa l'interessato (comportamento talora tenuto per esercitare indebite pressioni sul debitore al fine di conseguire il pagamento della somma dovuta)” – Art. 2, comma 1, Provvedimento Garante Privacy del 30 novembre 2005.

a) la comunicazione di informazioni riservate a soggetti terzi i quali si dimostrino già a conoscenza delle circostanze oggetto di mandato e si rendano disponibili a definire la posizione per conto del Consumatore/Debitore assente;

b) la comunicazione di informazioni riservate a soggetti terzi che si dichiarino espressamente delegati dal Consumatore/Debitore a gestire le sue vicende contrattuali.

**4.2.5.** Qualora il terzo, dopo la presentazione dell'Incaricato secondo le modalità indicate nel presente articolo, si dimostri già a conoscenza del debito e domandi di poterlo trattare per conto del Consumatore/Debitore, dovranno essere adottate le stesse cautele ed i medesimi adempimenti previsti a tutela del Consumatore/Debitore.

**4.2.6.** Qualunque contatto con soggetti formalmente estranei rispetto all'obbligazione oggetto di mandato, in ogni caso, può avere luogo unicamente:

a) in via subordinata, considerata la non immediata reperibilità del Consumatore/Debitore ai recapiti forniti;

b) preservando sempre la dignità e l'onorabilità del Consumatore/Debitore stesso.

**4.2.7.** Durante ogni contatto, gli Incaricati del Professionista devono presentarsi comunicando il proprio nome e cognome ed un recapito cui essere ricontattati.

**4.2.8.** Nel descrivere, inoltre, le ragioni della ricerca, gli Incaricati del Professionista devono limitarsi a rappresentare che la loro attività consiste nel fornire comunicazioni commerciali/amministrative, per conto del Committente/Creditore, e che le stesse possono essere rilasciate unicamente in favore del destinatario.

### **4.3. *Le attività e modalità di ricerca***

**4.3.1.** Qualora il Consumatore/Debitore non risulti contattabile ai recapiti forniti dal Committente/Creditore, potranno essere espletate attività di ricerca attraverso banche dati pubbliche/pubblici registri, fonti terze autorizzate e informazioni raccolte nel normale svolgimento dell'incarico ricevuto.

**4.3.2.** Nel caso in cui il Consumatore/Debitore, una volta contattato, manifesti contrarietà all'utilizzo dei recapiti ottenuti tramite attività di ricerca, dovrà – nel rispetto degli obblighi contrattuali originariamente assunti - indicare al Professionista quali informazioni alternative potranno essere trattate per i successivi contatti.

**4.3.3** In ogni caso, il Professionista non può raccogliere e conservare dati ulteriori rispetto a quelli strettamente necessari per l'esecuzione del mandato ricevuto.

## Art. 5 – La pertinenza e la finalità del trattamento

**5.1.** Possono formare oggetto di trattamento i soli dati strettamente necessari all'esecuzione dell'incarico.

**5.2.** Una volta portato a termine l'incarico, il Professionista deve avere cura di conservare i dati raccolti durante il processo di gestione del credito al solo fine di adempiere agli obblighi di legge su di esso gravanti o per relazionare, in caso di reclamo/contestazione, nel merito dell'attività compiuta.

## CAPO III

### LA CORRETTEZZA DELLE PRASSI COMMERCIALI

## Art. 6 – Principi comuni

**6.1.** Il Professionista deve avere cura di formare i propri incaricati affinché i contatti con il Consumatore/Debitore siano improntati a buona educazione e rispetto, che non vengano reiterati in maniera aggressiva e che siano, in ogni caso, finalizzati ad instaurare un percorso di confronto concordato in merito alle cause dell'insolvenza e alle possibili soluzioni.

**6.2.** Gli incaricati del Professionista, durante i contatti con il Consumatore/Debitore, non possono:

- a) utilizzare titoli mendaci o toni minacciosi atti a generare indebita pressione;
- b) prospettare conseguenze irreali o inapplicabili al caso di specie;
- c) qualificarsi quali funzionari alle dirette dipendenze del Committente/Creditore.

**6.3.** Il Professionista si impegna a:

- somministrare periodicamente ai propri Incaricati corsi di formazione aventi ad oggetto le principali normative di settore, il Codice del Consumo, le buone prassi di recupero, nonché il contenuto del presente Codice di Condotta e dei Provvedimenti emessi dalle Autorità competenti;
- fornire ai propri Incaricati adeguate istruzioni, nello svolgimento dell'attività, allo scopo di evitare il concretizzarsi di condotte scorrette.

**6.4.** Il Professionista non può sostituirsi al Consumatore/Debitore nell'anticipazione delle somme dovute e non può pretendere il pagamento di importi ulteriori rispetto a quelli indicati dal Committente/Creditore o con esso formalmente concordati.

**6.5.** Il Professionista deve porsi a disposizione del Consumatore/Debitore per individuare soluzioni economicamente sostenibili in relazione alla soddisfazione del credito. In ogni caso deve essere garantito il rispetto di quanto concordato.

**6.6.** L'utilizzo di algoritmi nella gestione del credito è subordinato, ove applicabile, al rispetto di quanto previsto dal Regolamento Europeo sull'intelligenza artificiale (AI ACT)<sup>5</sup>.

#### Art. 7 – I contatti telefonici

**7.1.** Il Professionista nel contattare telefonicamente il Consumatore/Debitore, deve rispettare, a prescindere dall'utenza contattata, i seguenti parametri:

- nell'arco della medesima giornata, salvo diversi accordi, può svolgersi al massimo un colloquio effettivo con il Consumatore/Debitore, a seguito di attività outbound;
- nell'arco della medesima settimana, salvo diversi accordi, possono svolgersi al massimo tre colloqui effettivi con il Consumatore/Debitore, a seguito di attività outbound.

Nel caso di cessione di crediti deteriorati, il Professionista avrà la possibilità di avvalersi di un colloquio in più, rispetto a quelli indicati nel presente articolo, da calcolarsi su base settimanale.

La facoltà di estendere, in tal senso, il numero di colloqui assunto come buona prassi del settore risiede nella necessità di fornire una adeguata informazione al Consumatore/Debitore, in ordine alle peculiari caratteristiche del debito ceduto e le sue imminenti prospettive di gestione giudiziale.

In ogni caso, per *colloquio effettivo* deve intendersi la conversazione intrattenuta con il Consumatore/Debitore sulle ragioni del contatto. Il semplice tentativo di contatto (non seguito da risposta) non è, di per sé, un colloquio effettivo; anche i tentativi di contatto, ad ogni modo, non possono essere irragionevolmente reiterati allo scopo di esercitare indebita pressione sul Consumatore/Debitore.

**7.2.** Nel caso il Professionista si avvalga di sistemi di dialing, i medesimi devono essere configurati, tenute presenti le indicazioni di cui ai punti 6.1 e 7.1 e le specificità dei predetti sistemi.

**7.3.** Il Professionista, in caso di impiego di sistemi di dialing, si deve attenere ai Provvedimenti del Garante per la protezione dei dati personali.

---

<sup>5</sup> Regolamento (UE) del Parlamento europeo e del Consiglio che stabilisce regole armonizzate sull'intelligenza artificiale e modifica i regolamenti (CE) n. 300/2008, (UE) n. 167/2013, (UE) n. 168/2013, (UE) 2018/858, (UE) 2018/1139 e (UE) 2019/2144 e le direttive 2014/90/UE, (UE) 2016/797 e (UE) 2020/1828 ("Legge sull'intelligenza artificiale").

**7.4.** Gli incaricati del Professionista, salvo diversi accordi con il Consumatore/Debitore, anche in relazione a particolari esigenze manifestate esplicitamente da quest'ultimo, non possono effettuare contatti telefonici durante le festività nazionali ed in orari diversi dai seguenti:

- 8.30-21.00 dal lunedì al venerdì;
- 8.30-15.00 il sabato;

Gli incaricati devono porre particolare attenzione ai contatti effettuati in prossimità dell'inizio e del termine delle fasce orarie sopra indicate. Qualora il Consumatore/Debitore facesse richiesta di essere contattato in uno specifico giorno o orario, anche diversi da quelli indicati nel presente Codice, sarà compito del Professionista rispettare tali volontà e regolarsi di conseguenza.

**7.5.** Nell'informativa riportata sul sito web del Professionista deve essere data notizia dell'adesione al presente Codice di condotta.

**7.6** Qualora il Professionista intenda avvalersi di un sistema di registrazione, a campione, delle chiamate, è d'obbligo l'adozione di una idonea procedura a garanzia dei diritti degli interessati, sia dei Consumatori che degli Incaricati del Professionista i cui dati siano acquisiti.

La disciplina di protezione dei dati deve essere coordinata con le norme riguardanti il rapporto di lavoro ed il connesso utilizzo di tecnologie.

Per garantire la legittimità delle operazioni di registrazione, pertanto:

- i. devono essere preventivamente espletate le procedure previste dall'art. 4, comma 1, l. n. 300/1970<sup>6</sup>;
- ii. per assicurare ai Creditori/Committenti un elevato livello di qualità del servizio e di efficienza aziendale, anche attraverso l'uso delle più evolute tecnologie informatiche e di comunicazione, l'utilizzo delle apparecchiature di registrazione ha lo scopo di:

---

<sup>6</sup> Legge 20 maggio 1970, n. 300 norme sulla tutela della libertà e dignità dei lavoratori, della libertà sindacale e dell'attività sindacale, nei luoghi di lavoro e norme sul collocamento", Art. 4,1 Gli impianti e le apparecchiature di controllo che siano richiesti da esigenze organizzative e produttive ovvero dalla sicurezza del lavoro, ma dai quali derivi anche la possibilità di controllo a distanza dell'attività dei lavoratori, possono essere installati soltanto previo accordo con le rappresentanze sindacali aziendali, oppure, in mancanza di queste, con la commissione interna. In difetto di accordo, su istanza del datore di lavoro, provvede l'Ispettorato del lavoro, dettando, ove occorra, le modalità per l'uso di tali impianti. Per gli impianti e le apparecchiature esistenti, che rispondano alle caratteristiche di cui al secondo comma del presente articolo, in mancanza di accordo con le rappresentanze sindacali aziendali o con la commissione interna, l'Ispettorato del lavoro provvede entro un anno dall'entrata in vigore della presente legge, dettando all'occorrenza le prescrizioni per l'adeguamento e le modalità di uso degli impianti suddetti

- a) tutelare i lavoratori in caso di contestazioni e/o denunce avanzate dai Consumatori/Debitori contattati;
  - b) tutelare il patrimonio del Professionista da eventuali danni che potrebbero derivare in caso di contestazioni in merito ai contatti telefonici;
  - c) predisporre uno strumento per consentire il miglioramento delle competenze professionali del personale, attraverso una attività formativa permanente nella quale si riconosca la centralità del lavoratore;
  - d) consentire all'ufficio legale del Professionista di rispondere in modo puntuale alle richieste della Autorità giudiziaria.
- iii. i Consumatori/Debitori hanno diritto di ricevere una adeguata informativa. Gli Incaricati, all'inizio della telefonata, devono comunicare all'interlocutore che è in corso una procedura di registrazione, l'indicazione della titolarità del trattamento, e fare esplicito riferimento alla rete di comunicazione consultabile per prendere visione dell'informativa completa redatta ai sensi dell'art. 13 del GDPR;
  - iv. ove necessario, tenuta presente la disciplina di cui all'art. 6 del GDPR, deve essere acquisito il consenso del Consumatore alla registrazione della chiamata;
  - v. i dati raccolti attraverso sistemi di registrazione devono essere trattati unicamente nel rispetto delle modalità e finalità definite nel quadro delle procedure previste dall'art. 4, comma 1, l. n. 300/1970;
  - vi. i dati raccolti con la registrazione devono essere conservati in archivi separati;
  - vii. i dati registrati devono essere conservati per un tempo non superiore a 6 mesi, nel rispetto delle misure di sicurezza previste dal Codice Privacy e dal GDPR.

#### Art. 8 – I contatti epistolari-digitali

**8.1.** Il Professionista può inviare comunicazioni ed intimazioni di pagamento scritte - per mezzo di fax, posta ordinaria, elettronica, raccomandata o per il tramite del competente ufficiale giudiziario - il cui contenuto sia concordato con i Committenti/Creditori o, in assenza di specifico accordo, dal medesimo deciso autonomamente.

**8.2.** I testi prodotti, in ogni caso, devono adeguarsi ai seguenti principi:

- a) nelle comunicazioni epistolari che contengono richieste di pagamento, deve essere fornita la causale e il dettaglio delle somme richieste, specificandone le singole componenti (capitale, interessi, spese accessorie);
- b) devono essere indicate le conseguenze dell'eventuale protrarsi dello stato d'inadempimento secondo criteri di trasparenza, correttezza e coerenza rispetto a quanto previsto contrattualmente o normativamente;
- c) devono essere indicate con la massima chiarezza le modalità di pagamento;
- d) devono contenere una clausola di cortesia del seguente tenore: *“Qualora abbia già saldato il Suo debito, consideri nulla la presente e, al solo fine di permettere l'allineamento contabile della Sua posizione, per evitare ulteriori rilevazioni d'insolvenza, voglia cortesemente documentare l'avvenuto pagamento delle fatture, inviando copia della relativa ricevuta [...]”*;
- e) le intimazioni di pagamento devono contenere termini ad adempiere non inferiori a 10 giorni. Il semplice sollecito ad adempiere, per sua natura, non è assoggettato ad alcun termine;
- f) non devono essere presenti riferimenti che richi amino indebitamente pubbliche amministrazioni, esattorie, l'Amministrazione Giudiziaria;
- g) occorre fare riferimento all'adesione al presente Codice di condotta.

### **8.3. I sistemi di messaggistica istantanea**

Nel rispetto delle policy sottoscritte con i provider fornitori dei relativi servizi – e avendo cura di garantire la sicurezza, la riservatezza e la tracciabilità del dato – il professionista può mettere a disposizione del Consumatore/Debitore alcuni recapiti digitali (ad es. Whatsapp o simili), che siano da quest'ultimo fruibili per formulare richieste di contatto o di informazioni, oppure per il trasferimento di documenti.

L'apertura a queste nuove forme di comunicazione, ormai più diffuse rispetto a quelle tradizionali, persegue l'unica finalità di offrire al Consumatore/Debitore uno strumento di semplice e immediato contatto con il Professionista, che il Consumatore/Debitore medesimo possa adottare a propria esclusiva discrezionalità.

Per quanto riguarda le altre comunicazioni digitali (portali web, e-mail, sms, ecc) nonché le mere richieste di contatto epistolari, l'invio non può essere reiterato in maniera aggressiva. In particolare, salvo che i recapiti utilizzati non siano forniti direttamente dal Consumatore/Debitore proprio allo scopo di ricevere informazioni inerenti lo svolgimento del rapporto obbligatorio, devono essere rispettati i seguenti principi:

- a) le comunicazioni digitali contenenti il dettaglio della posizione debitoria e/o le coordinate ove effettuare il pagamento, assolvendo solo a uno scopo informativo in favore dell'obbligato, sono inviate unicamente in accordo con il medesimo;
- b) per le comunicazioni digitali contenenti una richiesta di contatto è stabilita una soglia numerica, consistente in un massimo di quattro richieste di contatto inviate nell'arco di un mese;
- c) le comunicazioni digitali contenenti richieste di contatto non possono essere utilizzate altresì come sistema di primo sollecito di pagamento.

**8.4.** Nel caso di impiego di chatbot o di collegamenti ipertestuali inviati tramite e-mail, sms, sistemi di messaggistica istantanea ecc. al Consumatore/Debitore, i sistemi di identificazione per accedere al contenuto della richiesta di pagamento devono garantire la riservatezza del destinatario e la sua corretta identificazione.

**8.5.** Il Professionista può impiegare per comunicare con il Consumatore/Debitore software di messaggistica asincrona (chatbot) attraverso i quali aprire una conversazione con il Consumatore/Debitore sul presupposto che successivamente al ricevimento della prima richiesta di contatto il Consumatore/Debitore prosegua nella conversazione. La conversazione potrà proseguire fintantoché il Consumatore/Debitore manifesti in modo espresso e tracciato la volontà di non voler più proseguire nel dialogo.

## Art. 9 – I contatti domiciliari

**9.1.** Il Professionista deve avere cura di tenere traccia del numero di visite, effettuate dagli incaricati del servizio domiciliare, e del loro esito

**9.2.** Qualora l'incaricato documenti il proprio tentativo di contatto "domiciliare" recapitando una comunicazione scritta, non potrà rendere visibili esternamente alla lettera riferimenti espliciti alle ragioni della comunicazione, così da non ledere la dignità del Consumatore/ Debitore dinnanzi a soggetti terzi.

**9.3.** La comunicazione recapitata a domicilio di cui al precedente punto 9.2, in ogni caso, deve indicare nome e cognome dell'incaricato, *i suoi recapiti e le ragioni del tentativo di contatto, nel rispetto dei principi in tema di privacy.*

**9.4.** Gli incaricati del Professionista, salvo diversi accordi con il Consumatore/ Debitore, anche in relazione a particolari esigenze manifestate esplicitamente da quest'ultimo, non possono effettuare visite al domicilio durante le festività nazionali ed in orari diversi dai seguenti:

- 8.30-21.00 dal lunedì al venerdì;

- 8.30-15.00 il sabato;

Gli incaricati dovranno porre particolare attenzione ai contatti domiciliari effettuati in prossimità dell'inizio e del termine delle fasce orarie sopra indicate.

Qualora il Consumatore/Debitore facesse richiesta di essere contattato in uno specifico giorno o orario, anche diversi da quelli indicati nel presente Codice, sarà compito del Professionista rispettare tali volontà e regolarsi di conseguenza.

**9.5.** Il Professionista, tramite i propri incaricati, non può effettuare visite sul posto di lavoro del Consumatore/Debitore se non in accordo con il medesimo. Il contatto sul luogo di lavoro è possibile laddove sia il Consumatore/Debitore a farne richiesta o qualora il relativo indirizzo sia stato dal medesimo fornito contrattualmente come recapito utile al contatto.

## CAPO IV

### LA RISOLUZIONE DELLE CONTROVERSIE

#### Art. 10 – Competenza del FORUM UNIREC-CONSUMATORI

**10.1.** Fatte salve le disposizioni sui sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie in materia di operazioni e servizi bancari e finanziari (adesione all'Arbitro Bancario e Finanziario) relative ai soggetti autorizzati da Banca di Italia, le Associazioni ed i Professionisti che sottoscrivono il presente Codice di Condotta, ai sensi di quanto previsto dal D.Lgs 130/2015, si impegnano ad affidare al FORUM UNIREC-CONSUMATORI la risoluzione delle controversie che dovessero insorgere tra Professionisti e Consumatori/Debitori, a seguito di un reclamo rimasto inevaso per 50 giorni o la cui risposta sia ritenuta inadeguata dal Consumatore/Debitore.

**10.2.** Le controversie di cui al precedente punto 1, sono affidate alle procedure di Conciliazione Paritetica del FORUM UNIREC-CONSUMATORI, secondo quanto previsto dal Regolamento di Conciliazione, che rappresenta parte essenziale ed integrante del presente Codice di Condotta.

**10.3.** Il ricorso alle procedure di Conciliazione Paritetica di cui al precedente punto 2 è effettuato in via preventiva rispetto a qualunque altra iniziativa di natura contenziosa o giudiziaria, ivi compresi i procedimenti descritti all'art. 27 del Codice del Consumo.

**10.4.** In ogni caso, il Consumatore/Debitore non può essere privato del diritto di adire il giudice competente qualunque sia l'esito della procedura di composizione stragiudiziale.

## GLOSSARIO/DEFINIZIONI

Ai fini del presente Codice, ove non diversamente previsto, si intende per:

- **Attività di gestione del credito:** *Il recupero dei crediti consta delle seguenti attività:*
  - a) *ogni attività di contatto finalizzato al sollecito e recupero del credito che comporti qualsiasi rapporto con l'obbligato (telefonico, epistolare, digitale, domiciliare o altro) ovvero, nel rispetto della normativa sulla riservatezza dei dati personali, con congiunti e terzi in genere;*
  - b) *ogni altra attività connessa e strumentale:*
    1. *al rintraccio telefonico, domiciliare e informatico dell'obbligato, ai soli fini del recupero crediti, effettuato avvalendosi anche della consultazione dei pubblici registri e dell'acquisizione di informazioni presso fonti private, comunque nel rispetto del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, come modificato dal decreto legislativo 10 agosto 2018, n. 101, e dei provvedimenti emessi dal Garante per la protezione dei dati personali;*
    2. *alla delega transattiva ed incasso ed ogni altra attività connessa richiesta dalla mandante ovvero per conto ed in nome della stessa;*
    3. *alla redazione della relazione di inesigibilità del credito in ipotesi di mancato successo nell'attività di recupero, utilizzabile anche per i fini di deducibilità fiscale;*
    4. *al ritiro beni, ovvero al servizio, svolto per conto del creditore, di ricerca ed individuazione del bene locato da ritirare, alla richiesta di riconsegna al soggetto che lo detiene, al servizio di ritiro in conformità alla normativa vigente e alla riconsegna al creditore ovvero alla redazione della relazione scritta in caso di esito negativo dell'attività svolta.*
- **Attività outbound:** *chiamata telefonica ad iniziativa dell'operatore e diretta verso il Consumatore/Debitore.*
- **Banche dati pubbliche/pubblci registri:** *i registri e banche dati, sia pubbliche che private, accessibili a chiunque.*
- **Cessione del credito:** *accordo con cui un soggetto (cedente) trasferisce un credito in modo parziale o totale ad un altro soggetto (cessionario) (Art. 1260 Codice Civile; Legge 130 del 1999).*
- **Colloquio effettivo:** *contatto telefonico seguito da risposta in cui l'incaricato del Professionista ha avuto modo di spiegare le ragioni della pretesa creditoria.*

- 
- *Committente/Creditore*: soggetto titolare del credito derivante dal contratto stipulato con il Consumatore/Debitore.
- *Consumatore/Debitore*: soggetto, rientrante nella definizione di consumatore ai sensi dell'art. 3, co. 1, lett. a) del Codice del Consumo, che ha assunto obblighi di pagamento rimasti inadempiti.
- *Contestazione del credito*: opposizione o domanda di conciliazione avanzata in forma scritta dal Consumatore/Debitore direttamente nei confronti del Committente/Creditore, avente ad oggetto elementi strettamente attinenti al rapporto di credito ed estranea alle condotte poste in essere dal Professionista. La pendenza di una contestazione si ha laddove la contestazione del credito sia ancora in attesa di riscontro formale o sia in corso la conciliazione paritetica tra le parti.
- *Controversia*: contenzioso sottoposto alla competenza del Forum Unirec/AA.CC.
- *Crediti deteriorati*: sono esposizioni verso soggetti che, a causa di un peggioramento della loro situazione economica e finanziaria, non sono in grado di adempiere in tutto o in parte alle proprie obbligazioni contrattuali. Si distinguono tre sottocategorie: le sofferenze, esposizioni verso soggetti in stato di insolvenza o in situazioni equiparabili; le inadempienze probabili, esposizioni per le quali [il creditore] valuta improbabile, senza il ricorso ad azioni quali l'escussione delle garanzie, che il debitore adempia integralmente alle sue obbligazioni contrattuali; esposizioni scadute e/o sconfinanti, esposizioni che sono scadute o eccedono i limiti di affidamento da oltre 90 giorni e oltre una predefinita soglia di rilevanza (Banca di Italia, Circolare n. 272 del 30 luglio 2008).
- *Dati personali*: qualunque informazione relativa a persona fisica, identificata o identificabile, anche indirettamente, mediante riferimento a qualsiasi altra informazione, ivi compreso un numero di identificazione personale.
- *Fonti terze autorizzate*: istituti dotati dei requisiti previsti dall'art. 134 TULPS.
- *Gestione dei crediti in sofferenza*: lo svolgimento di una o più delle seguenti attività in relazione a crediti in sofferenza:
  - 1) la riscossione e il recupero dei pagamenti dovuti dal debitore;
  - 2) la rinegoziazione dei termini e delle condizioni contrattuali con il debitore, in linea con le istruzioni impartite dall'acquirente di crediti in sofferenza, a condizione che non costituisca attività di concessione di finanziamenti ai sensi dell'articolo 106; a tali fini non costituisce attività di concessione di finanziamenti l'estinzione anticipata e la posticipazione dei termini di pagamento.

3) la gestione dei reclami dei debitori riguardanti gli acquirenti di crediti in sofferenza, i gestori di crediti in sofferenza e i soggetti a cui sono state esternalizzate funzioni aziendali riguardanti la gestione dei crediti in sofferenza;

4) l'informativa al debitore relativa a ogni variazione dei tassi di interesse e degli oneri o a ogni pagamento dovuto.

- **GDPR:** Regolamento UE 2016/679 sulla protezione dei dati personali.
- **Incarico:** affidamento dell'attività di recupero da parte della società committente al Professionista. Esso ha inizio nel momento dell'affidamento dell'insoluto e si conclude con l'esperimento di tutte le incombenze amministrative e contabili ricollegate alla gestione del mandato. In caso di stipula di un piano di rientro l'incarico si intende concluso alla verifica del pagamento dell'ultima tranche (rata).
- **Messaggistica istantanea:** sistemi di comunicazione che utilizzano la rete per permettere lo scambio in tempo reale di messaggi riservati tra mittente e destinatario.
- **Procedura di conciliazione:** qualsiasi procedura di risoluzione alternativa di una controversia riconosciuta dal Committente/Creditore ovvero disciplinata dalla legge.
- **Professionista:** soggetto titolare di autorizzazione per l'esercizio di attività di recupero crediti o di gestione dei crediti in sofferenza, anche in via accessoria
- **Reclamo:** obiezione avanzata in forma scritta dal Consumatore/Debitore in ordine alle procedure di gestione del credito realizzate dal Professionista.
- **Richiesta di contatto:** comunicazione digitale attraverso la quale il Professionista richiede al Consumatore/Debitore di essere contattato per comunicazioni commerciali/amministrative, senza rivelare in alcun modo lo stato di inadempimento del medesimo.
- **Sistemi di dialing:** sistemi di chiamata automatici.
- **Soggetti terzi:** individui estranei all'obbligazione oggetto dell'incarico di recupero del credito. Nell'art. 2, comma 1 del Provvedimento Garante Privacy 30 novembre 2005 sono definiti soggetti terzi, ad esempio: familiari, coabitanti, colleghi di lavoro, vicini di casa.
- **Tentativo di contatto:** contatto telefonico al quale non ha fatto seguito risposta. I tentativi di contatto senza risposta da parte del Consumatore/Debitore non sono computati tra i colloqui effettivi ai sensi del punto 7.1 purché, nell'effettuare i predetti tentativi, siano rispettate le fasce orarie indicate

## ADDENDUM

Ai sensi dell'art. 27 bis, co. 1, del D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206 e succ. mod., un'apposita Commissione, eletta in seno al FORUM UNIREC-CONSUMATORI, composta da tre Consiglieri, di cui uno individuato nel Presidente del FORUM o suo delegato, altro dal Vicepresidente o suo delegato ed un terzo scelto tra le Associazioni dei Consumatori aderenti, si occuperà del controllo dell'applicazione del Codice di condotta adottato dal FORUM UNIREC-CONSUMATORI.

L'organo è denominato "Organo unico di controllo del Codice di condotta".

L'Organo unico ha medesima durata e scadenza del Consiglio; opera, sulla base di un proprio regolamento, su segnalazione di singoli consumatori o delle Associazioni dei Consumatori aderenti al Codice, e si occupa dell'istruttoria in merito alla corretta applicazione del Codice di condotta medesimo.

La Commissione, a termine degli accertamenti, qualora ravveda una non corretta applicazione del Codice di condotta, redige una relazione scritta e relaziona al Collegio dei Probiviri di UNIREC.

Il Collegio dei Probiviri di UNIREC, sulla base della relazione ricevuta, decide secondo le norme dello Statuto UNIREC.

*Roma, 30 luglio 2018*