

Francia, un nuovo Codice di Condotta per le associazioni del DIY



Firmato nuovo Codice di Condotta tra distributori e produttori di bricolage, giardinaggio e articoli per la casa. Le associazioni FMB e INOHA confermano la loro storica partnership e il loro impegno reciproco verso pratiche commerciali sane.

A 8 anni dall'ultimo aggiornamento, **la FMB** (Fédération des Magasins de Bricolage) e **INOHA**, l'Associazione degli Industriali del Nuovo Habitat, confermano la loro storica partnership con la firma di un nuovo Codice per relazioni commerciali sostenibili, completamente rivisto.

Il Codice di condotta è destinato a tutti i membri della FMB e di **INOHA** nell'ambito della commercializzazione di **prodotti a marchio nazionale e a marchio privato** in **Francia**.

Alla luce delle sfide economiche e ambientali che le aziende si trovano ad affrontare oggi, mira a sostenere la cooperazione tra fornitori e distributori, **garantendo un quadro equo ed equilibrato per le relazioni commerciali tra le due parti.**

Questo Nuovo Codice ha un duplice obiettivo, ovvero **garantire l'interesse generale del settore e quello del consumatore**, tenendo conto di un nuovo contesto di marketing, l'omnicanalità e le grandi sfide ambientali. Con questo Codice, FMB e INOHA intendono **mantenere la qualità delle relazioni commerciali** tra i professionisti del fai-da-te, del giardinaggio e del miglioramento della **casa**.

I **principi essenziali** che la FMB e l'INOHA hanno confermato in questo codice sono:

- fedeltà
- rispetto reciproco
- trasparenza
- regolarità degli scambi
- analisi congiunta dei malfunzionamenti

Cosa contiene questo nuovo Codice?

Una parte principale che, **attraverso 15 articoli, definisce gli impegni reciproci**, in particolare per quanto riguarda l'informazione sui prodotti, lo sviluppo dello scambio di dati informatici,

le tariffe e le revisioni tariffarie, le controversie relative a fatture o sanzioni o la disponibilità dei prodotti.

Quattro allegati dettagliano e specificano **le modalità operative nei settori della filiera** e del miglioramento del servizio, **del delisting, del pagamento**, della qualità e dell'eco-design dei prodotti per il bricolage e il giardinaggio.

In termini di contenuti, **multi concetti sono stati chiariti rispetto alla precedente versione** del Codice, in particolare per quanto riguarda la catena di approvvigionamento.

La FMB e l'INOHA hanno quindi cercato di definire, in questo nuovo Codice, le buone pratiche reciproche da attuare in tutti i casi in cui possono imbattersi i loro membri, **sia al momento della conclusione del contratto, che della sua esecuzione o del suo termine.**

“Accogliamo con favore la firma di questo nuovo Codice di Condotta in un momento in cui sembra più importante che mai creare fiducia tra fornitori e distributori. Nel corso degli anni, FMB e INOHA sono sempre riuscite ad adattarsi alle nuove sfide del settore del bricolage e del miglioramento della casa. La nostra storica partnership dimostra che siamo sempre stati in grado di lavorare in un clima costruttivo per garantire pratiche commerciali valide, sostenibili e virtuose”, affermano [Mathieu Pivain, Presidente della Fédération des Magasins de Bricolage](#) e **Jean-Luc Guéry, Presidente di INOHA.**

Nella foto da sinistra a destra: Mathieu Pivain, Presidente di FMB e Jean-Luc Guéry, Presidente di INOHA.