Etický kódex ZPP

A. Všeobecné ustanovenia

Rozsah
Etický kódex priameho predaja sa týka vzťahu medzi: (a) spoločnosťami priameho predaja a priamymi predajcami , (b) medzi spoločnosťami priameho predaja, ich priamymi predajcami a spotrebiteľmi (zákazníkmi), (c) medzi spoločnosťami priameho predaja a (d) medzi sťažovateľmi, správcom Etického kódexu a členskými spoločnosťami. Cieľom tohto Etického kódexu je dosiahnutie spokojnosti a ochrany zákazníkov, spokojnosť a ochrana priamych predajcov, podpora poctivej hospodárskej súťaže v rámci slobodného podnikania, zlepšovanie renomé priameho predaja na verejnosti.

Slovníček termínov
Pre účel Etického kódexu priameho predaja majú termíny použité v tomto materiáli tento význam:

- **Priamy predaj**
  je akýkoľvek spôsob predaja, založený na osobnom kontakte medzi predajcom, ďalej nazývaným „priamy predajca“ a zákazníkom, ktorý prebieha formou osobného alebo individuálneho vysvetlenia alebo predvedenia výrobkov a služieb zákazníkovi fyzicky alebo v digitálnej podobe, mimo obchodné priestory, zahŕňajúc tiež digitálnu transakciu a formu komunikácie, napríklad v online prostredí, v sociálnych médiách či e-commerce.
- **Spotrebiteľ** alebo **zákazník** označuje všetky fyzické osoby, nakupujúce výrobky za účelom, ktorý možno považovať za nesúvisiaci s ich živnosťou, podnikaním, či povolaním.
- **Združenie priameho predaja (ZPP)**
  Združenie priameho predaja (ZPP) je národné združenie priameho predaja, je záujmovým združením právnických osôb, so sídlom v Bratislave, IČO: 31747205 a je členom Seldia a WFDSA.
- **Spoločnosti**
  Spoločnosti priameho predaja sú právnické osoby, ktoré využívajú spôsob priameho predaja na marketing výrobkov či služieb, ktoré sa spájajú s ochrannými známkami/obchodnými značkami/označeniami tovaru či služieb, ktoré sami vlastnia alebo užívajú na základe licencie alebo zastúpenia v Slovenskej republike a ktoré sú členmi Združenia priameho predaja.
- **Distribučný systém** znamená akékoľvek organizácie a metódy, určené na ponúkanie výrobkov na predaj
- **Priami predajcovia**
  Priami predajcovia sú fyzické a právnické osoby, ktoré sú súčasťou distribučného systému spoločnosti priameho predaja, ktorí predávajú, sprostredkovávajú predaj, či pomáhajú s predajom výrobkov tejto spoločnosti. Priami predajcovia môžu byť oprávnení vykonávať nábor ďalších priamych predajcov. Môžu to byť nezávislí obchodní zástupcovia, nezávislí zmluvní dodávatelia, nezávislí díleri a distribútori, zástupcovia zo statusom zamestnanca, alebo samostatne zárobkovo činné osoby, koncesionári a podobne.

- **Výrobky**
  Pod týmto pojmom sa rozumie hmotný i nehmotný tovar a služby.
- **Party predaj** znamená priamy predaj skupine spotrebiteľov, pozvaných za týmto účelom hostiteľom.
- **Formuláre objednávky**
  Tlačené alebo písané dokumenty, potvrdzujúce detaily zákazníkovej objednávky a obsahujúce potvrdenie predaja pre zákazníka. V prípade internetových predajov ide o formulár, obsahujúci všetky podmienky ponuky a kúpy, v podobe vhodnej k tlači, alebo k stiahnutiu.
- **Nábor**
  Akákoľvek činnosť vykonávaná za účelom získania určitej osoby na vykonávanie priameho predaja.
- **Správca Etického kódexu priameho predaja**
  Nezávislá osoba alebo orgán, ktorú Združenie priameho predaja poverilo sledovaním toho, či členské spoločnosti dodržiavajú Etický kódex priameho predaja Združenia priameho predaja a riešením sťažností spotrebiteľov.

- **Zodpovedná osoba za dodržiavanie Etického kódexu priameho predaja** označuje osobu alebo orgán, menovaný ZPP pre spoločnosť priameho predaja, ktorá je členom alebo čakateľom na členstvo v ZPP a ktorej úlohou je pomôcť zabezpečiť plnenie požiadaviek Etického kódexu priameho predaja a Európskeho etického kódexu.
- **Zárobky** znamenajú akékoľvek príjmy priameho predajcu. Môžu mať formu rôznych typov provízií, obchodných marží, pevných platieb, odmien, bonusov, atď.
- **Poplatok** označuje:
  - platbu v hotovosti; alebo
  - platbu za nákup obchodných pomôcok, pričom táto platba je požadovaná od priameho predajcu, akonáhle vstúpi do distribučného systému spoločnosti priameho predaja, alebo v pravidelných intervaloch ako podmienka jeho ďalšieho členstva v distribučnom systéme.

Spoločnosti
Členské spoločnosti sa zaväzujú, že budú dodržiavať Etický kódex priameho predaja ako podmienku na prijatie a členstvo v Združení priameho predaja. Každý člen ZPP sa zaväzuje verejne propagovať svoje členstvo v ZPP, Etický kódex, aj európsky kódex. Každý člen ZPP sa tiež zaväzuje tento Etický kódex zverejňovať, informovať priamych predajcov a spotrebiteľov o jeho všeobecných podmienkach, ktoré sa na nich vzťahujú.

Priami predajcovia
Priami predajcovia sa nemôžu stať členmi Združenia priameho predaja a neviaže ich teda priamo Etický kódex priameho predaja, ani Európsky etický kódex, ale ich spoločnosti budú od priamych predajcov vyžadovať dodržiavanie Etického kódexu alebo pravidiel správania, spĺňajúcich štandardy Etického kódexu, ako podmienku členstva v distribučnom systéme spoločnosti priameho predaja.

Samoregulácia
Etický kódex priameho predaja sa chápe ako samoregulačné opatrenie, ktoré prijal sektor priameho predaja. Nie je všeobecne záväzným právnym predpisom a povinnosti, ktoré z neho vyplývajú, vyžadujú určitú úroveň etického správania sa, ktoré prekračuje existujúce právne predpisy. Z jeho nedodržiavania nevyplýva žiadna občianskoprávna zodpovednosť ani záväzok.

Právne aspekty
Predpokladá sa, že spoločnosti a priami predajcovia budú dodržiavať právne predpisy, a preto pravidlá Etického kódexu neuvádzajú všetky povinnosti vyplývajúce z platných právnych predpisov.

Etický kódex
Etický kódex obsahuje štandardy etického správania sa firiem priameho predaja a priamych predajcov. Národné združenia môžu v Etickom kódexe vykonať zmeny, ak zachovajú ich podstatu alebo, ak to vyžaduje zákon. Etický kódex sa odporúča používať, ako štandard sektoru priameho predaja.

Extrateritoriálny účinok
Členská spoločnosť sa zaväzuje dodržiavať tiež Globálny etický kódexu WFDSA (ktorej je ZPP členom) v súvislosti s činnosťami priameho predaja mimo Slovenskej republiky, pokiaľ tieto činnosti nespadajú do pôsobnosti etického kódexu iného štátu, ktorej národná asociácia priameho predaja je pridružená k WFDSA a ktorej členom je taktiež daný subjekt (členská spoločnosť). Pokiaľ je spoločnosť predmetom sťažnosti podľa kódexu v štáte, v ktorom nie je členom, musí prijať právomoc správcu Etického kódexu ZPP a nesie primerané náklady správcu kódexu, spojené s vyriešením sťažnosti. Správca Etického kódexu ZPP môže tiež spolupracovať so správcom kódexu (pokiaľ existuje) v zemi sťažovateľa a pri posudzovaní údajného porušenia, použiť kódex v tomto poradí: (i) štandardy etického kódexu krajiny, v ktorej bola sťažnosť podaná; alebo (ii) štandardy Etického kódexu ZPP ; alebo (iii) minimálne štandardy stanovené v Globálnom etickom kódexe WFDSA.

B.SPRÁVANIE SA K SPOTREBITEĽOM

Zakázané praktiky
Priamy predajca a spoločnosť nepoužije klamlivé, zavádzajúce, agresívne, alebo nepoctivé predajné praktiky.

Preukázanie totožnosti
Priami predajcovia pred začatím prezentácie výrobkov bez požiadania preukážu potenciálnemu zákazníkovi svoju skutočnú totožnosť a aj totožnosť spoločnosti, povahu výrobkov a vysvetlia účel svojej ponuky. V prípade party predaja vysvetlia priami predajcovia hostiteľovi a účastníkom účel tejto akcie.

Vysvetlenie a predvádzanie výrobkov Vysvetlenie a predvádzanie ponúkaných výrobkov musí byť presné a úplné, najmä pokiaľ ide o charakteristiku výrobku, ceny, prípadne personalizované ceny, ceny na splátky a platobné podmienky, právo na odstúpenie, právo na vrátenie výrobku, záručné podmienky, po predajný servis a dodanie tovaru. Priami predajcovia poskytnú presné a jasné odpovede na všetky otázky spotrebiteľov týkajúce sa výrobkov a ponuky. Pokiaľ priami predajcovia uvádzajú tvrdenia o účinnosti výrobku, či už ústne, alebo písomné, smú to byť len také tvrdenia, ktoré sú schválené spoločnosťou.

Objednávkový formulár
Pred alebo pri uskutočnení prvého – úvodného predaja, dostane zákazník, alebo mu bude sprístupnený, písomný formulár objednávky; prípadne, pokiaľ s tým zákazník súhlasí, bude mu objednávkový formulár poskytnutý na inom trvalom nosiči (napr. ho umiestniť na internete v podobe na vytlačenie či stiahnutie). V prípade predaja, pri ktorom nedochádza k osobnému stretnutiu, nemusí byť objednávkový formulár v listinnej forme, ale musí byť v trvale zachytiteľnej podobe, t.j. vo formáte vhodnom k tlači, či k stiahnutiu. Formulár objednávky označuje spoločnosť a priameho

predajcu a poskytne zákazníkovi úplné kontaktné údaje na spoločnosť, aj na priameho predajcu, a obsahovať celé meno, sídlo, telefónne číslo a e-mail spoločnosti, alebo priameho predajcu a všetky podstatné podmienky predaja . Všetky podmienky budú napísané jasne a čitateľne.

Podmienky záruky alebo ručenia , podrobnosti a obmedzenia popredajného servisu, meno a adresa poskytovateľa záruky, dĺžka záruky a nápravné opatrenia dostupné spotrebiteľovi, musia byť jasne uvedené vo formulári objednávky, alebo v inej sprievodnej dokumentácii, dodanej s výrobkom. Všetky podmienky budú napísané jasne a čitateľne.

Referencie a recenzie výrobkov
Spoločnosti ani priami predajcovia nepoužijú referencie, ani iné odporúčania, ktoré nie sú schválené, sú nepravdivé, neaktuálne či inak neplatné a ktoré sa netýkajú ponuky. Referencie ani iné odporúčania sa nepoužívajú spôsobom, ktorý je pre spotrebiteľa klamlivý, alebo za ktorý spoločnosť či priamy predajca zaplatili, bez toho, aby o tom spotrebiteľa informovali.

Spoločnosti alebo priami predajcovia, ktorí odkazujú na spotrebiteľské recenzie, sú povinní zabezpečiť, aby publikované recenzie pochádzali od zákazníkov, ktorí výrobok skutočne použili, alebo si ho zakúpili a poskytnúť informácie o tom, akým spôsobom je toto zabezpečené.

Ústne prísľuby
Priami predajcovia môžu poskytovať iba tie ústne prísľuby, ku ktorým ich oprávnila spoločnosť.

Právo na odstúpenie od zmluvy a vrátenie tovaru
Spoločnosti a priami predajcovia zabezpečia, aby každý objednávkový formulár obsahoval - bez ohľadu na to, či to vyžadujú právne predpisy – ustanovenie o práve zákazníka odstúpiť od zmluvy (objednávky) v určitej lehote, nie kratšej ako je zákonná lehota a práve dostať náhradu za akúkoľvek platbu či výmenu výrobku, alebo o tom, že zákazník nemá právo odstúpiť od zmluvy (objednávky). Spoločnosť a priami predajcovia, ktorí ponúkajú možnosť vrátiť tovar bez akýchkoľvek podmienok, tak musia urobiť písomnou formou.

Záruky a po predajný servis
V objednávkovom formulári alebo inej priloženej dokumentácii budú jasne formulované záručné podmienky, podrobnosti i obmedzenia týkajúce sa po predajného servisu, obchodné meno a sídlo spoločnosti poskytujúcej záruku, záručná lehota a nápravné opatrenia poskytnuté zákazníkovi.

Marketingové materiály

Spoločnosti a priami predajcovia musia prijať nevyhnutné opatrenia smerujúce k tomu, aby všetky formy reklamných a marketingových materiálov (o.i. aj na digitálnych médiách a sociálnych sieťach) boli v súlade s platnými zákonmi, týmto Etickým kódexom a Európskym etickým kódexom.

Marketingové materiály nesmú obsahovať popisy a vyobrazenia výrobkov, ani tvrdenia o výrobkoch, ktoré sú nepravdivé, nepresné, klamlivé, alebo inak nekalé. Musia byť ľahko rozpoznateľné ako marketingové materiály a musí v nich byť uvedené, že ide o príspevky komerčnej povahy.

Spoločnosti musia prijať jasné a primerané opatrenia smerujúce k tomu, aby marketingové tvrdenia a súvisiace materiály, ktoré spoločnosti produkujú, alebo sú produkované pod ich menom, vrátane materiálov, produkovaných priamymi predajcami, spĺňali nastavené pravidlá.

Propagačné materiály a poštové zásielky musia obsahovať názov a kontaktné údaje spoločnosti a môžu obsahovať kontaktné údaje priameho predajcu.

Atesty (osvedčenia)
Spoločnosti a priami predajcovia sa nesmú odvolávať na atesty alebo odporúčania, ktoré nie sú overené a pravdivé, sú zastarané alebo inak nepoužiteľné, nevzťahujú sa na ich ponuku alebo sú použité spôsobom, ktorý by mohol zákazníka zavádzať.

Porovnávanie výrobkov a ohováranie konkurencie
Spoločnosti a priami predajcovia nebudú používať porovnávanie, ktoré by mohlo klamať a ktoré je nezlučiteľné s princípmi poctivej hospodárskej súťaže. Porovnávanie môže byť uskutočnené iba v súlade s ustanoveniami právneho poriadku o porovnávacej reklame. Pri výbere charakteristických vlastností výrobku sa nebude priamy predajca správať nečestne a prezentácia bude založená na faktoch, ktoré môžu byť riadne doložené. Spoločnosti a priami predajcovia nebudú priamo či nepriamo očierňovať iné firmy či výrobky a priami predajcovia nebudú nečestne využívať výhody vyplývajúce z goodwillu, spojeného s obchodným menom a známkou (značkou) inej firmy alebo výrobku.

Rešpektovanie súkromia
Osobné telefonické alebo elektronické kontakty sa nadviažu vhodným spôsobom a vo vhodnom čase, aby nedošlo k obťažovaniu. Ak o to zákazník požiada, priamy predajca okamžite preruší predvádzanie alebo prezentáciu výrobku. Spoločnosti a priami predajcovia podniknú potrebné kroky na zabezpečenie ochrany všetkých osobných údajov, poskytnutých existujúcimi, či potenciálnymi zákazníkmi, a to v súlade s príslušnými právnymi predpismi.

Poctivosť
Priami predajcovia nezneužijú dôveru zákazníkov, budú rešpektovať ich obchodnú neskúsenosť a nebudú využívať starobu a chorobu zákazníkov, ich duševnú a telesnú slabosť, dôverčivosť, nedostatočné chápanie alebo ich jazykové bariéry, či nevzdelanosť. Priami predajcovia nebudú nútiť zákazníka na takú kúpu, ktorú by uskutočnil iba preto, aby vyhovel priamemu predajcovi alebo aby ukončil predvádzanie výrobku.

Referenčný predaj
Priami predajcovia a spoločnosti priameho predaja nebudú nútiť zákazníka na kúpu tovaru alebo služieb na základe tvrdenia, že zákazník môže znížiť alebo refundovať nákupnú cenu tým, že odkáže na priameho predajcu potenciálnych zákazníkov so záujmom o podobný nákup, ak toto zníženie ceny alebo refundácia bude závisieť od nejakej neistej budúcej udalosti.

Dodávky
Spoločnosti a priami predajcovia zabezpečia, aby objednávka zákazníka bola vybavená riadnym a vyčerpávajúcim spôsobom a v stanovený čas; v každom prípade však do 30-tich dní odo dňa, kedy zákazník podpísal objednávkový formulár, pokiaľ sa strany nedohodli inak.
Zákazníci budú informovaní, ak spoločnosti a predajcovia nebudú schopní vybaviť objednávku zákazníka z dôvodu, že objednaný tovar je nedostupný.

Znevažujúce tvrdenia
Členská spoločnosť nesmie robiť ani schvaľovať tvrdenia iných osôb, týkajúce sa predajných, alebo marketingových plánov iných členských spoločností v rozsahu, v ktorom tieto tvrdenia nie sú v súlade s príslušnými právnymi predpismi, alebo by podľa týchto predpisov predstavovali nekalú súťaž, či klamlivú praktiku.

C. SPRÁVANIE SA K PRIAMYM PREDAJCOM

Dodržiavanie Etického kódexu priameho predaja zo strany priamych predajcov
Spoločnosť oboznámi všetkých svojich priamych predajcov s Etickým kódexom priameho predaja a bude od svojich priamych predajcov požadovať, aby dodržiavali Etický kódex priameho predaja alebo zásady správania sa, ktoré zodpovedajú jeho úrovni. Dodržiavanie týchto zásad je podmienkou členstva priameho predajcu v distribučnom systéme spoločnosti.

Nábor
K náboru priamych predajcov budú spoločnosti a priami predajcovia pristupovať s čo najvyššou dávkou etiky. Spoločnosti a priami predajcovia v styku s existujúcimi a perspektívnymi priamymi predajcami nebudú používať agresívne, klamlivé, zavádzajúce, či nepoctivé náborové praktiky.

Obchodné informácie
Spoločnosti poskytnú priamym predajcom a záujemcom o priamy predaj pravdivé, presné a úplné informácie o ich možnostiach, právach a povinnostiach a budú informovať prípadných záujemcov o predaji, o výhodách členstva čestným a otvoreným spôsobom. Spoločnosti nebudú informovať priamych predajcov a záujemcov o vykonávanie priameho predaja o výhodách predajných príležitostí agresívnym, nepoctivým, nepravdivým, či klamlivým spôsobom. Marketingový plán spoločnosti bude transparentný, zrozumiteľný a nebude klamlivý. Spoločnosti neposkytnú záujemcovi žiadnu informáciu, ktorá by sa nemohla dať overiť a ani neurobia prísľuby, ktoré by sa nemohli splniť.

Zárobky a vyúčtovanie
Spoločnosti poskytnú priamym predajcom pravidelné vyúčtovanie, týkajúce sa predajov, nákupov, podrobností o zárobkoch (provízie, bonusy, zľavy, dodávky, storná), podľa toho čo je použiteľné a iné relevantné údaje, v súlade s dohodou spoločností s priamymi predajcami. Splatné záväzky sú hradené spôsobom, ktorý je možné z obchodného hľadiska považovať za primeraný a prípadné zrážky môžu byť vykonané iba v dôvodných prípadoch, v súlade s platnou legislatívou.

Zárobky priamych predajcov musia vychádzať z predaja výrobkov alebo služieb zákazníkom; či už z vlastného predaja, alebo predaja iných priamych predajcov, za ktorých priamy predajca zodpovedá z hľadiska podpory a motivácie (downline štruktúra). Základom pre zárobky priamych predajcov môžu byť aj predaje na osobné použitie a spotrebu priameho predajcu a priamych predajcov, za ktorých tento priamy predajca zodpovedá.

Priami predajcovia nemajú nárok na odmenu za: (i) nábor iných priamych predajcov do predajného systému, s výnimkou prípadov, kedy sú spoločnosti oprávnené ponúknuť priamym predajcom určitú minimálnu odmenu , v súlade so zákonom, (ii) povinný nákup výrobkov, (iii) reklamné materiály, školenia alebo školiace materiály, zakúpené novým priamym predajcom.

Informácie o zárobkoch
Spoločnosti a priami predajcovia nebudú svojim priamym predajcom skresľovať údaje o skutočných alebo potenciálnych predajoch alebo zárobkoch. Akékoľvek údaje o zárobkoch alebo o predaji budú: (i) pravdivé, presné a predkladané spôsobom, ktorý nie je nepravdivý, klamlivý a zavádzajúci a (ii) založené na zdokumentovaných a odôvodnených faktoch z príslušného trhu. Perspektívni priami predajcovia musia byť spoločnosťami informovaní o tom, že ich zárobky a predaje sa budú vzájomne odlišovať a budú závisieť od schopností predajcu, vynaloženého času a úsilia a ďalších faktorov. Perspektívnym predajcom sa musia poskytnúť dostatočné informácie na to, aby si mohli primerane zvážiť svoju príležitosť dosahovania zárobku. Môže ísť o príklady príjmov, založených na objektívnych

a jasne definovaných kritériách (napríklad čas strávený priamym predajom v priebehu jedného týždňa), alebo zverejnenie rozpätia priemerného zárobku.

Zmluvné vzťahy
Spoločnosti, pri zahájení činnosti priamych predajcov:
- uzatvoria s priamymi predajcami písomnú zmluvu, ktorá musí byť podpísaná ako zo strany spoločností, tak aj priameho predajcu, alebo zmluvne záväzné elektronické prehlásenie vo formáte k stiahnutiu, obsahujúce všetky podstatné údaje týkajúce sa vzťahu medzi nimi,
- budú priamych predajcov informovať o existencii ich zákonných povinností, vrátane získania licencií, registrácie a daní.

Poplatky
Spoločnosti a priami predajcovia nebudú požadovať od iných priamych predajcov ani budúcich priamych predajcov, aby platili prehnané finančné záväzky, ako napríklad zaplatenie vstupných poplatkov, zásob výrobkov, poplatkov za školenie, poplatkov za franšízu, licenčných poplatkov, poplatkov za propagačné materiály a za predajné pomôcky, alebo iné poplatky, ktoré súvisia výhradne s oprávnením stať sa, alebo zostať účastníkom distribučného systému spoločnosti. Okrem starter kitu, nesmú spoločnosti vznášať ďalšie požiadavky na kúpu výrobkov, ako súčasť zahájenia činnosti. Povinná kúpa starter kitu je povolená, ak to nezakazujú právne predpisy.

Akékoľvek vyžadované poplatky, ktoré boli naúčtované priamemu predajcovi a ktoré uhradil v súvislosti s oprávnením stať sa, alebo zostať priamym predajcom, vrátane poplatkov za dodatočné služby, ponúkané spoločnosťou (napr. on-line školenie, elektronický obchod, alebo iné internetové riešenia, náklady na prepravu, špecifické predajné aplikácie alebo špecifické internetové obchody, ak sú bezpodmienečne nutné na výkon podnikania, alebo pokiaľ spoločnosť vyžaduje, aby ich priamy predajca využil), sú poskytované za náklady a budú mu vrátené (preplatené po odpočítaní provízie priameho predajcu) v prípade, ak priamy predajca ukončí svoju distribučnú činnosť do 30 dní od platby týchto poplatkov. Preplatenie je obmedzené na tie poplatky, ktoré priamy predajca uhradil najviac 30 dní pred ukončením svojej distribučnej činnosti.

Zakazujú sa praktiky, v rámci ktorých by zárobok priameho predajcu v skutočnosti predstavoval odmenu za nábor nových priamych predajcov a bol by platený z poplatkov nových priamych predajov za vstup, či zotrvanie v distribučnom systéme spoločnosti.

Zákaz diskriminácie a ochrana súkromia
Podnikateľské príležitosti spoločností sú otvorené perspektívnym priamym predajcom bez akejkoľvek diskriminácie na základe pohlavia, rasy, etnickej príslušnosti, náboženského či duchovného vyznania, či politickej orientácie. Spoločnosti sú povinné písomne zakázať akékoľvek miešanie obchodu a vyššie uvedených záležitostí súkromného života. Spoločnosti a priami predajcovia nesmú zneužívať súkromie priameho predajcu a sociálne, intelektuálne či emocionálne citlivé záležitosti, s cieľom nekalého využívania.
Členské spoločnosti a priami predajcovia smú kontaktovať priamych predajcov a potenciálnych priamych predajcov výlučne primeraným spôsobom a v primeranom čase, aby sa vyhli obťažovaniu. Priami predajcovia musia v súlade s príslušnými právnymi predpismi prijať opatrenia na zaistenie ochrany osobných údajov, poskytnutých priamym predajcom, alebo potenciálnym priamym predajcom, vrátane napríklad zhromažďovania, používania a uchovávania osobných údajov výlučne na základe právneho titulu (napr. súhlas, oprávnený záujem, zmluvná nevyhnutnosť a pod.), informovania spotrebiteľov a potenciálnych spotrebiteľov o dôvodoch zhromažďovania údajov prostredníctvom požadovaných informačných stretnutí, ponuky požadovaných možností udelenia a odvolania súhlasu, minimalizácie zhromažďovaných údajov a zavádzania a aktualizácie technických, a organizačných bezpečnostných opatrení.

Odstúpenie od zmluvy
Priamy predajca má právo odstúpiť od uzatvorenej zmluvy so spoločnosťou najmenej do 14 dní od jej uzavretia, a to bez aplikovania zmluvnej pokuty či inej sankcie a bez uvedenia dôvodu.

Skončenie platnosti zmluvy
Po skončení platnosti zmluvy zo strany priameho predajcu, spoločnosti na požiadanie odkúpia nepredané, avšak predajné zásoby výrobkov, vrátane predajných pomôcok a predvádzacích materiálov, ktoré priamy predajca nakúpil v predchádzajúcich 12-tich mesiacoch, a uhradia priamemu predajcovi ich plnú cenu, od ktorej je odpočítaný primeraný manipulačný poplatok vo výške najviac 10 % ceny, za ktorú priamy predajca zásoby nakúpil. Spoločnosť môže takúto úhradu znížiť o zárobky, či benefity, ktoré priamy predajca získal nákupom vracaných zásob. Spoločnosti však nie sú povinné odkúpiť od priameho predajcu tovar, ktorý:
a) nie je v originálnom, novom a nepoužitom stave, alebo
b) už viac nie je komerčne opäť predajný z dôvodu, že je už po záruke, alebo blízko k uplynutiu záručnej doby.
O tejto politike spätného odkupu výrobkov, musia byť priami predajcovia jasne informovaní.

Zásoby
Spoločnosti nie sú oprávnené predávať priamym predajcom zásoby výrobkov v neprimerane veľkých množstvách. Požiadavka alebo povzbudzovanie zo strany spoločnosti alebo obchodníka, aby priamy predajca nakúpil neprimerané množstvo zásob alebo predajných pomôcok, sú považované za nekalú praktiku a ako také sú prísne zakázané. Spoločnosti podniknú jasné a vhodné kroky k tomu, aby sa ubezpečili, že priami predajcovia, ktorí sú odmeňovaní podľa objemu ďalšieho predaja (tzv. downline sales volume), výrobky nakúpené za účelom získania nároku na odmenu buď sami spotrebovali, alebo ďalej odpredli.

Vzdelávanie a školenie
Spoločnosti poskytnú priamym predajcom časovo a obsahovo zodpovedajúce školenie, ktoré umožní priamym predajcom postupovať zákonne a eticky a ktoré bude zahŕňať informácie o príslušných právnych predpisoch, etických kódexoch, danom trhu a výrobkoch, v súlade so samoregulačnými zásadami, obsiahnutými v Etickom kódexe priameho predaja. Školenie môže byť realizované formou lekcií, písomných manuálov, príručiek či audiovizuálnych manuálov, poskytnutých bezplatne, alebo za rozumnú cenu. Spoločnosti nebudú používať školenia ako zdroj zisku.

Iné materiály
Spoločnosti zakážu priamym predajcom ponúkať iným priamym predajcom akékoľvek materiály, ktoré nie sú schválené spoločnosťou, alebo ktoré nezodpovedajú pravidlám a postupom spoločnosti.

Priami predajcovia, ktorí predávajú spoločnosťou schválenú a právne nezávadnú propagačnú alebo vzdelávaciu literatúru v tlačenej alebo elektronickej forme, (i) budú ponúkať iba materiály, spĺňajúce rovnaké štandardy, aké platia pre spoločnosť, (ii) nebudú požadovať od iných priamych predajcov, aby si takéto materiály kupovali, (iii)budú poskytovať predajné pomôcky za primeranú a poctivú cenu, zodpovedajúcu cene za obdobné materiály bežne dostupné na trhu a (iv) ponúknu písomné pravidlá vrátenia materiálov, zhodné s pravidlami vrátenia materiálov spoločnosti, ktorú priamy predajca zastupuje.

Spoločnosti uskutočnia svedomité a primerané úkony k zabezpečeniu toho, aby predajné pomôcky a podobné materiály, poskytované priamymi predajcami, zodpovedali ustanoveniam tohto Etického kódexu priameho predaja a neboli klamlivé.

Zakazuje sa poskytovať odmenu priamym predajcom za predaj školiacich a propagačných materiálov, určených na to, aby sa osoba stala alebo zostala priamym predajcom, keďže sa v skutočnosti jedná o odmenu za nábor priamych predajcov do distribučného systému.

D. SPRÁVANIE SA MEDZI SPOLOČNOSŤAMI A MEDZI PRIAMYMI PREDAJCAMI

Zásada
Po spoločnostiach a priamych predajcoch sa požaduje, aby voči iným spoločnostiam a ich priamym predajcom konali čestným spôsobom a v duchu férovej hospodárskej súťaže.

Získavanie pracovníkov iných spoločností
Spoločnosti a ich priami predajcovia alebo aj zamestnanci či iní zástupcovia nesmú systematicky a cielene pôsobiť na priamych predajcov iných spoločností, za účelom ponúknutia a nadviazania novej spolupráce.

Znevažovanie konkurencie
Spoločnosti nebudú používať žiadnu metódu nekalej súťaže nebo klamlivé praktiky na popis či charakteristiku výrobkov inej spoločnosti, jej predajného a marketingového plánu alebo akéhokoľvek ného prvku inej spoločnosti.

E. PRESADZOVANIE ETICKÉHO KÓDEXU PRIAMEHO PREDAJA

Zodpovednosť spoločnosti
Každá spoločnosť nesie hlavnú zodpovednosť za dodržiavanie Etického kódexu priameho predaja. V prípade akéhokoľvek porušenia týchto pravidiel, musia spoločnosti vyvinúť všetko úsilie, aby sťažovateľovi vyhoveli.

Od každej členskej spoločnosti a spoločnosti, ktorá je čakateľom na členstvo v ZPP sa požaduje, aby určila Zodpovednú osobu za dodržiavanie Etického kódexu. Zodpovedná osoba za dodržiavanie Etického kódexu zodpovedá za zabezpečenie dodržiavania Etického kódexu členskou spoločnosťou (čakateľom na členstvo) a za odpovede na dopyty Správcu etického kódexu. Táto osoba je tiež hlavnou kontaktnou osobou spoločnosti pre informovanie nezávislých predajcov, zamestnancov spoločnosti, zákazníkov a širokej verejnosti o zásadách/princípoch Etického kódexu.

Správca Etického kódexu
ZPP bude vyvíjať primerané úsilie na vyriešenie sťažností. Za tým účelom, Združenie priameho predaja určí nezávislú osobu alebo orgán do funkcie Správcu Etického kódexu priameho predaja.

Správca bude zodpovedajúcim spôsobom sledovať, či spoločnosti dodržiavajú Etický kódex priameho predaja.

Správca bude riešiť nevyriešené sťažnosti zákazníkov a priamych predajcov, ktoré vychádzajú z porušenia Etického kódexu priameho predaja a ktoré neboli vyriešené spoločnosťou.

Pokiaľ správca Etického kódexu zistí, že členská spoločnosť používala nepravdivé, zavádzajúce alebo klamlivé náborové praktiky, môže prijať akékoľvek vhodné nápravné opatrenie, aby zaistil, že sťažovateľovi nevznikne v dôsledku takého zakázaného konania významná finančná strata, okrem iného môže členskej spoločnosti uložiť povinnosť odkúpiť všetky zásoby, propagačné materiály, predajné pomôcky a/alebo sady, ktoré sťažovateľ zakúpil.

Správca Etického kódexu ZPP nie je oprávnený vydávať právne posúdenia ani právne závery, je však oprávnený Etický kódex vykladať a uplatňovať.

Nápravné opatrenia
Medzi opatrenia, o ktorých rozhodujú spoločnosti, ZPP, alebo správca Etického kódexu voči , vo vzťahu k sťažnostiam zákazníkov , môže patriť zrušenie objednávok, vrátenie zakúpených výrobkov, vrátenie platby, alebo iné vhodné opatrenia, vrátane vydanie upozornenia priamym predajcom, vypovedanie alebo iné ukončenie zmluvy či iného vzťahu priameho predajcu so spoločnosťou, vydanie upozornenia spoločnosti, , vylúčenie spoločnosti zo ZPP, a tiež zverejnenie týchto opatrení a sankcií.

Medzi opatrenia, o ktorých rozhoduje správca Etického kódexu v súvislosti so sťažnosťami priamych predajcov na spoločnosť vo veci porušenia Etického kódexu, patrí ukončenie zmluvy s priamym predajcom alebo jeho vzťahu so spoločnosťou, refundácia platieb, vydanie upozornenia spoločnosti alebo jej priamym predajcom, prípadne iné vhodné opatrenia a zverejnenie informácií o týchto opatreniach a sankciách.

Vybavovanie sťažností
Spoločnosti, Združenie priameho predaja a Správca Etického kódexu priameho predaja zabezpečia postupy vybavovania sťažností. Správca Etického kódexu zabezpečí, aby prijatie všetkých sťažnosti bolo za normálnych okolností potvrdené do dvoch týždňov a aby sa o sťažnostiach rozhodlo do troch mesiacov od tohto dátumu.

Riešenie sťažností spotrebiteľov musí byť za všetkých okolností pre spotrebiteľov bezplatné.

Sťažnosti spoločností
Sťažnosti spoločností na iné spoločnosti alebo na Združenie priameho predaja bude riešiť Správca Etického kódexu priameho predaja alebo iný nezávislý arbiter. Podrobný postup určí Združenie priameho predaja.

Zverejnenie Etického kódexu
Združenie priameho predaja zverejní Etický kódex priameho predaja a bude v maximálnej možnej miere šíriť o ňom povedomie. Verejnosti bude bezplatne k dispozícii v tlačenej aj elektronickej podobe.