



Etický kódex ZPP

A. Všeobecné ustanovenia

Rozsah

Etický kódex priameho predaja sa týka vzťahu medzi: (a) spoločnosťami priameho predaja a priamymi predajcami na jednej strane a zákazníkmi na strane druhej a (b) a medzi spoločnosťami priameho predaja a priamymi predajcami, medzi priamymi predajcami navzájom a medzi spoločnosťami priameho predaja navzájom. Cieľom tohto Etického kódexu je dosiahnutie uspokojenia zákazníkov, ochrana priamych predajcov, podpora čestnej súťaže v rámci slobodného podnikania, zlepšovanie všeobecného imidžu priameho predaja na verejnosti, prostredníctvom predaja kvalitných výrobkov zákazníkom, za férových podmienok.

Slovníček termínov

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

- **Priamy predaj**
je akýkoľvek spôsob predaja, založený na vysvetlení alebo predvedení výrobkov a služieb zákazníkovi predajcom, ďalej nazývaným „priamy predajca“, mimo obchodné priestory, obvykle v domácnosti zákazníka, domácnosti iného zákazníka, alebo na pracovisku zákazníka.
- **Združenie priameho predaja (ZPP)**
Združenie priameho predaja (ZPP) je národné združenie priameho predaja a je členom Seldia.
- **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 vlastní 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 členmi distribučného systému spoločnosti priameho predaja, ktorí predávajú, sprostredkovávajú predaj, či pomáhajú s predajom výrobkov tejto spoločnosti. Môžu to byť nezávislí obchodní zástupcovia, nezávislí podnikatelia, nezávislí díleri a distribútori, alebo samostatne zárobkovo činní zástupcovia, koncesionári a podobne. Priami predajcovia vykonávajú svoju činnosť tak, že od spoločnosti priameho predaja objednávajú a nakupujú Výrobky a tieto vo svojom mene predávajú zákazníkovi.
- **Výrobky**
Pod týmto pojmom sa rozumie hmotný i nehmotný tovar a služby.

- **Predaj pri spoločenskej party**
Priamy predajca vysvetlí a predvedie výrobky v byte hostiteľa, ktorý za týmto účelom pozve ďalšie osoby.
- **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, zachytený v trvácom nosiči.
- **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.
- **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. Od členských spoločností sa požaduje verejná propagácia ich členstva v ZPP a hlásenie sa k Etickému kódexu.

Priami predajcovia

Priami predajcovia sa nemôžu stať členmi Združenia priameho predaja a neviaže ich teda priamo Etický kódex priameho predaja, 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 povinnosťou, ktoré z neho vyplývajú, vyžadujú určitú úroveň etického správania sa, ktoré prekračuje existujúce právne predpisy. Z jeho nedodržiavania nevyplýva žiadna občianskoprávna zodpovednosť. Po ukončení svojho členstva v Združení priameho predaja, spoločnosť už nie je ďalej viazaná pravidlami Etického kódexu.

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 zachovávajú ich podstatu alebo, ak to vyžaduje zákon. Etický kódex sa odporúča používať, ako štandard sektoru priameho predaja.



B.SPRAVANIE SA K SPOTREBITEĽOM

Zakázané praktiky

Priami predajca a spoločnosť nepoužije 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 svojej spoločnosti, výrobkov a vysvetlia účel svojej návštevy. Pri predaji pri spoločenskej party 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 o ceny na splátky a o 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. V prípade predaja, uskutočňovaného prostredníctvom pošty, telefónu, internetu, alebo podobných nepriamych prostriedkov, formulár objednávky je potrebné poskytnúť vopred, alebo ho priložiť k úvodnej objednávke, prípadne ho umiestniť na internete v podobe na vytlačenie či stiahnutie. Formulár objednávky označuje spoločnosť a priameho predajcu a poskytne zákazníkovi úplné kontaktné údaje na spoločnosť, aj na priameho predajcu, ak je to vhodné a všetky podstatné podmienky predaja (zodpovedajúce predchádzajúcemu odseku) Všetky podmienky budú napísané čitateľne.

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 kupujúcemu.

Dokumentácia

Propagačná dokumentácia, reklamné materiály alebo oslovenie zákazníka formou poštovej zásielky, musí obsahovať celé obchodné meno a sídlo alebo telefónne číslo spoločnosti (môže obsahovať tiež telefónne číslo priameho predajcu) a nesmie obsahovať popis výrobku, tvrdenie alebo ilustráciu,



ktoré by bolo klamlivé alebo nepravdivé. Propagačné materiály musia spĺňať požiadavky tohto Etického kódexu a dodržiavať pravidlá, platné pre marketing cielený na deti a mladistvých, predovšetkým požiadavky zákona o ochrane spotrebiteľa, týkajúce sa najmä nekalých obchodných praktík a zákona o audiovizii.

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 byť zavádzajúce a ktoré je nezlučiteľné s princípmi poctivej súťaže. Porovnávanie môže byť uskutočnené iba v súlade s ustanoveniami právneho poriadku o porovnávačej 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 Spoločnosti 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.

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. 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 potenciálnych zákazníkov na predajcu z dôvodov podobných nákupom, ak toto zníženie ceny alebo refundácia bude závisieť od nejakej neistej budúcej udalosti. Spoločnosti a priami predajcovia nebudú zákazníkom sľubovať alebo poskytovať neprimerane vysoké finančné výhody za odporúčanie ďalších zákazníkov.

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.

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 zavádzajúce, klamlivé, či nepoctivé náborové praktiky.

Obchodné informácie

Spoločnosti poskytnú priamym predajcom a záujemcom o priamy predaj pravdivé a úplné informácie o ich možnostiach, právach a povinnostiach a budú informovať prípadných záujemcov o predaji, o výhodách členstva čestným a otvoreným spôsobom. Informácie, ktoré spoločnosť poskytne svojim priamym predajcom a záujemcom o vykonávanie priameho predaja, ohľadom príležitostí, práv a povinností, ktoré sa k nemu vzťahujú, budú pravdivé a úplné. Marketingový plán spoločnosti bude transparentný, zrozumiteľný a nezavádzajúci. Spoločnosti neposkytnú záujemcovi žiadnu informáciu, ktorá by sa nemohla dať overiť a ani neurobia prísluby, ktoré by sa nemohli splniť.

Odmeňovanie a správy

Spoločnosti poskytnú priamym predajcom pravidelné správy/údaje, 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 musia byť uhradené a zrážky môžu byť vykonané iba v dôvodných prípadoch, v súlade s platnou legislatívou.

Odmeny či zárobky priamych predajcov musia vychádzať z predaja tovarov alebo služieb zákazníkom; či už z vlastného predaja, alebo predaja iných priamych predajcov, za ktorých priamy predajca zodpovedá z hľadiska podpory a motivácie. Základom pre odmeny (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 nábor iných priamych predajcov do predajného systému, s výnimkou poskytnutia drobných stimulov spoločnosťami, ktoré sú v súlade so zákonom.

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 pravdivé, presné, budú založené na zdokumentovaných faktoch a nebudú nepravdivé, klamlivé, či zavádzajúce. Perspektívni priami predajcovia musia byť uzrozumení, 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 musí poskytnúť dostatočné informácie na to, aby si mohli rozumne zvážiť svoju príležitosť dosahovania 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, a ktorá bude obsahovať všetky podstatné údaje týkajúce sa vzťahu medzi nimi,



- budú priamych predajcov informovať o existencii ich zákonných povinností, vrátane získania licencií, registrácie a daní.

Spoločnosti a priami predajcovia nesmú zneužívať súkromnú oblasť priameho predajcu a spoločensky, intelektuálne či emocionálne citlivé záležitosti s cieľom nekalého využívania.

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, poplatkov za školenie, licenčných poplatkov, poplatkov za propagačné materiály a za podporu predaja, 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 načítované 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), mu budú vrátené (preplatené) 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 predajcov za vstup, či zotrvanie v distribučnom systéme spoločnosti.

Odstúpenie od zmluvy

Priamy predajca má právo odstúpiť od uzatvorenej zmluvy 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.

Zásoby

Spoločnosti nebudú požadovať od priamych predajcov alebo ich motivovať k tomu, aby nakupovali zásoby výrobkov v neprimerane veľkých množstvách. Pri rozhodovaní o primeranosti zásob výrobkov treba brať do úvahy nasledujúce hľadiská: vzťah medzi zásobami a očakávanými možnosťami predaja, charakter a konkurencieschopnosť výrobkov a tržného prostredia, návratovú a platobnú stratégiu spoločnosti. Spoločnosti podniknú jasné a vhodné kroky k tomu, aby sa ubezpečili, že priami predajcovia, ktorí sú odmeňovaní za ďalší predaj (tzv. downline sales volume), používajú výrobky, ktoré nakúpili, na vlastnú spotrebu, alebo na ďalší predaj, aby tým získali nárok na obdržanie



odmeny. Za nečestnú a klamlivú náborovú praktiku spoločnosti či priameho predajcu, sa považuje vyžadovanie alebo motivovanie priameho predajcu k nákupu neprimerane veľkých zásob alebo predajných pomôcok.

Vzdelávanie a školenie

Spoločnosti poskytnú priamym predajcom časovo a obsahovo zodpovedajúce školenie, ktoré umožní priamym predajcom postupovať eticky a ktoré bude zahŕňať informácie o 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 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 kúpili, (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 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 zavádzajúce či klamlivé.

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

D. SPRÁVANIE SA MEDZI SPOLOČNOSŤAMI

Zásada

Spoločnosti, ktoré sú členmi Združenia priameho predaja, sú povinné správať sa k ostatným členom čestným spôsobom.

Získavanie pracovníkov iných spoločností

Spoločnosti a ich priami predajcovia alebo aj zamestnanci či iní zástupcovia nesmú systematicky a cielene vyhľadávať a oslovovať priamych poradcov iných spoločností za účelom ponúknutia a nadviazanie novej spolupráce.

Ohováranie konkurencie

Spoločnosti nebudú ohovárať a nedovolia svojim priamym predajcom ohovárať iné spoločnosti, výrobky, predajné a marketingové plány alebo iné charakteristické znaky iných spoločností.

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 všetky sťažnosti boli vybavené kladne.

Od každej členskej spoločnosti a spoločnosti, ktorá je čakaťom na členstvo v ZPP sa požaduje, aby určila Zodpovednú osobu za dodržiavanie Etického kódexu. Osoba zodpovedná za dodržiavanie Etického kódexu zodpovedá za zabezpečenie dodržiavania Etického kódexu členskou spoločnosťou (čakaťom 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

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 bude predkladať výročnú správu o fungovaní Etického kódexu priameho predaja.

Opatrenia

Medzi opatrenia, o ktorých rozhoduje Správca Etického kódexu voči spoločnosti, vo vzťahu k sťažnostiam zákazníkov a priamych predajcov, môže patriť ukončenie zmluvy či vzťahu priameho predajcu so spoločnosťou, vrátenie platieb, vydanie upozornenia spoločnosti, či jej priamym predajcom, vylúčenie spoločnosti zo ZPP, alebo iné vhodné opatrenia a tiež zverejnenie týchto opatrení a sankcií.

Vybavovanie sťažností

Spoločnosti Združenia priameho predaja a Správca Etického kódexu priameho predaja vypracujú postup vybavovania sťažností a zabezpečia, aby potvrdenie sťažnosti bolo potvrdené v krátkom čase a aby sa o sťažnostiach rozhodlo v primeranom čase.

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.

Publikovanie pravidiel priameho predaja

Združenie priameho predaja, spoločnosti a priami predajcovia vydajú Etický kódex priameho predaja a zoznámia s nimi čo najširšiu verejnosť. Výtlačky sa budú dať získať zdarma.