



Hrvatska Udruga Direktne Prodaje

Eti ki Kodeks Za Direktnu Prodaju



Eti ki Kodeks Za Direktnu Prodaju

27. listopada 2011.

Europski Etički Kodeks Za Direktnu Prodaju s obzirom na potrošače

- 1 Općenito
- 2 Ponašanje prema potrošačima
- 3 Provedba Kodeksa

Europski Etički Kodeks Za Direktnu Prodaju s obzirom na direktne prodavače, izmeću direktnih prodavača te izmeću društava

- A Općenito
- B Ponašanje prema direktnim prodavačima
- C Ponašanje izmeću društava
- D Provedba Kodeksa

Europski Etički Kodeks Za Direktnu Prodaju s obzirom na potrošače

1 Općenito

1.1 Područje primjene

Europski Etički kodeks za direktnu prodaju obzirom na potrošače (dalje u tekstu «Kodeks») objavljuje SELDIA za svoje članice, Udruge za direktnu prodaju. Kodeks se tiče odnosa između društava za direktnu prodaju i direktnih prodavača s jedne strane i potrošača s druge strane. Cilj Kodeksa su postizanje zadovoljstva i zaštita potrošača, promicanje poštenih tržišnih utakmica u okviru slobodnog tržišnog gospodarstva te povećanje javnog ugleda direktne prodaje putem koje se prodaju kvalitetni proizvodi potrošača ima pod poštenim uvjetima i okolnostima.

1.2 Definicije izraza

Za potrebe ovog Kodeksa:

1. «Direktna prodaja» su sve metode prodaje koje se temelje na objašnjavanju ili demonstraciji proizvoda potrošaču od strane prodavača (dalje u tekstu «direktni prodavač») izvan poslovnog prostora, najčešće u domu potrošača, u domu drugog potrošača ili na radnom mjestu potrošača.
2. «Potrošač» je svaka fizička osoba koja kupi proizvode u svrhu za koju se može smatrati da je izvan okvira njegove djelatnosti, posla ili zanimanja.
3. «Udruga za direktnu prodaju» je bilo koja nacionalna udruga društava koja se bave direktnom prodajom koja predstavlja industriju direktne prodaje u nekoj europskoj zemlji i koja je članica SELDIA-e.
4. «Društvo za direktnu prodaju» ili «društvo» je svaka poslovna organizacija koja prodaje proizvode vezane uz njezin zaštitni znak, žig ili identifikacijski znak kroz sustav distribucije koji se temelji na direktnoj prodaji, te koja je članica Udruge za direktnu prodaju.
5. «Sustav distribucije» je svaka organizacija i metoda osmišljena za plasman proizvoda na tržište.
6. «Direktni prodavač» je bilo koja fizička ili pravna osoba koja je član sustava distribucije društva za direktnu prodaju te koja prodaje, omogućava prodaju ili pomaže u prodaji proizvoda tog društva izvan poslovnog prostora, obično u domu potrošača, u domu drugog potrošača ili na radnom mjestu potrošača.
7. «Proizvod» je bilo koje dobro, materijalno ili nematerijalno, ili usluga.
8. «Prodaja unutar organiziranog posjeta» je direktna prodaja grupi potrošača koju je s tim ciljem pozvao neki domaćin.
9. «Narudžbenica» je svaki dokument koji služi za narudžbu proizvoda.
10. «Angažiranje» je svaka aktivnost koja se obavlja kako bi se nekoj osobi ponudilo da postane direktni prodavač.
11. «Upravitelj Kodeksa» je nezavisna osoba ili tijelo imenovano od strane Udruge za direktnu prodaju radi praćenja pridržavanja Kodeksa Udruge direktne prodaje od strane društava članica i kako bi rješavao pritužbe na temelju Kodeksa.

1.3 Udruge

Svaka Udruga direktne prodaje obvezuje se da će usvojiti kodeks koji će sadržavati bit odredbi Kodeksa, kao uvjet za prijem i stalno članstvo u SELDIA-i.

1.4 Društva

Svako društvo član Udruge za direktnu prodaju obvezuje se da će poštivati Kodeks, što je i uvjet za prijem i stalno članstvo u Udruzi za direktnu prodaju. Svako društvo član Udruge za direktnu prodaju će promovirati Udrugu za direktnu prodaju kojoj pripada te nacionalne kodekse.

1.5 Direktni prodavači

Direktni prodavači nisu direktno vezani Kodeksom, no njihova će društva od njih zahtijevati da ga poštuju ili da poštuju načela poslovanja u skladu s njihovim standardima kao uvjet za članstvo u distribucijskim sustavima društava.

1.6 Interni pravilnici

Kodeks služi kao interni pravilnik industrije direktne prodaje. Kodeks nije zakon i obveze koje iz njega proizlaze mogu zahtijevati razinu ponašanja u skladu s etičkim normama koja je viša od postojećih zakonskih obveza. Nepoštivanje Kodeksa ne povlači za sobom građansko-pravnu odgovornost. Nakon isteka članstva u Udruzi za direktnu prodaju društvo više nije vezano Kodeksom čiji uvjeti i dalje vrijede za sluzbajevne ili transakcije nastale u vrijeme kad je društvo bilo član Udruge za direktnu prodaju.

1.7 Zakonodavstvo

Budući da se pretpostavlja da društva i direktni prodavači djeluju u skladu sa zakonskim odredbama, Kodeks ne navodi ponovno sve zakonske obveze.

1.8 Standardi

Kodeks sadržava standarde etičkog ponašanja za društva za direktnu prodaju i direktne prodavače. Udruge za direktnu prodaju mogu mijenjati te standarde po uvjetom da se sačuva bit Kodeksa ili na način kako to zahtijevaju nacionalni zakoni.

Preporučuje se da Kodeks služi kao dokaz standarda industrije.

1.9 Teritorijalna primjena

Sve Udruge za direktnu prodaju obvezuju se da će od svakog člana zahtijevati kao uvjet za primanje u članstvo i nastavak članstva u Udruzi za direktnu prodaju da se usuglasi sa: nacionalnim kodeksom ukoliko je Društvo član Udruge za direktnu prodaju; Europskog Kodeksa unutar EEZ ukoliko Društvo nije član nacionalne Udruge za direktnu prodaju; Svjetskog Kodeksa izvan EEZ ukoliko Društvo nije član nacionalne Udruge za direktnu prodaju.

2. PONAŠANJE PREMA POTROŠAČIMA

2.1 Zabranjena praksa

Direktni prodavači ne smiju koristiti prodajne metode koje su zavaravajuće, neistinite ili nepošteno.

2.2 Predstavljanje i demonstracija

Od početka odnosa s potrošačem, direktni prodavači trebaju predstaviti sebe i svoje društvo te objasniti razlog svoje ponude. Kod prodaje unutar organiziranog posjeta, direktni prodavači moraju objasniti domaćinima i sudionicima zašto su organizirali događaj. Prije same prodaje, direktni prodavači moraju objasniti i/ili demonstrirati proizvod i iznijeti njegove značajke i informacije:

- | | |
|--|---|
| a) Identitet društva i adresu društva; | f) Postojanje prava na odustajanje ili otkazivanje; |
| b) Glavne karakteristike proizvoda koji se nude | g) Uvjete bilo kakvog jamstva; |
| c) Cijene proizvoda, uključujući i sve poreze; | h) Detalje i ograničenja usluge nakon prodaje. |
| d) Troškove dostave, gdje je potrebno; | |
| e) Uvjete plaćanja, kreditnu otplatu, isporuku ili izvedbu | |

Informacije koje se daju potrošaču moraju biti jasne i razumljive uzimajući u obzir na temelju dobre vjere u trgovačkom poslovanju i na temelju elu koja osiguravaju zaštitu onih koji, prema nacionalnom zakonu, ne mogu dati svoj pristanak, kao što su na primjer maloljetne osobe.

2.3 Odgovori na pitanja

Direktni prodavači moraju dati točne i razumljive odgovore na sva pitanja potrošača koja se tiču proizvoda i ponude.

2.4 Narudžbenica

Narudžbenica mora biti uručen potrošaču u trenutku prodaje te mora identificirati društvo i direktnog prodavača te potrošaču dati sve podatke za kontakt društva i, gdje je potrebno, direktnog prodavača, te sve bitne uvjete prodaje (u skladu s 2.2).

2.5 Usmena obećanja

Direktni prodavači ne smiju davati samo ona usmena obećanja u vezi proizvoda za koja ih je ovlastilo društvo.

2.6 Razdoblje premišljanja i vraćanja robe

Društva i direktni prodavači moraju osigurati da svaka narudžbenica sadrži, bilo to zakonski uvjetovano ili ne, klauzulu o razdoblju premišljanja kojom se potrošaču omogućava da povuče narudžbu u roku ne kraćem od onoga propisanog zakonom i da dobije povrat svih plaćanja ili robe kojom je trgovao. Društva i direktni prodavači koji nude bezuvjetno pravo na povrat isto moraju navesti u pismenom obliku.

2.7 Jamstvo i usluga nakon prodaje

Uvjeti jamstva ili garancije, detalji i ograničenja usluge nakon prodaje, ime i adresa jamca, trajanje garancije i uklanjanje nedostataka, kao prava potrošača jasno se bitno navode na narudžbenici ili na drugoj popratnoj literaturi, ili se bitno navode uz proizvod.

2.8 Promotivna literatura

Promotivna literatura ili promotivna pošta ne sadržavati nikakve opise proizvoda, tvrdnje ili ilustracije koje su neistinite ili zavaravajuće, te ne sadržavati ime i adresu ili broj telefona društva te može sadržavati broj telefona Direktnog prodavača. Također, ista se bitno usklađena s odredbama trenutno važećeg Kodeksa te zakonskim pravilima o marketingu prema djeci i maloljetnicima a posebice onima navedenim u Direktivi o nepravednim tržišnim praksama i Direktivi o audiovizualnim medijskim uslugama.

2.9 Preporuke

Društva i direktni prodavači ne se pozivati na nikakve preporuke ili potvrde koje su neovlaštene, neistinite, suvišne ili se na drugi način više ne primjenjuju, ili koje su nevezane za njihovu ponudu ili upotrijebljene na bilo kakav način koji je zavaravajući.

2.10 Usporedba i kleveta

Društva i direktni prodavači se suzdržati od korištenja usporedbi koje bi mogle dovesti do pogrešnog zaključka, a koje su nespojive s principima poštene tržišne utakmice. Usporedbe se bitno izvršene samo u skladu s odredbama o komparativnom oglašavanju navedenim u Direktivi 2006/114/EC a koji se odnose na dovođenje u zabludu i komparativno oglašavanje. Društva i direktni prodavači, direktno niti implicitno, ne se nepošteno klevetati bilo koje društvo ili proizvod. Društva i direktni prodavači ne se nepošteno iskorištavati reputaciju (goodwill) koja se vezuje uz ime i zaštitni znak nekog drugog društva ili proizvoda.

2.11 Poštivanje privatnosti

Osobni, telefonski ili elektronski kontakt uspostaviti se na razuman način i u razumno doba dana kako bi se izbjegla nametljivost. Direktni prodavači se prekinuti demonstraciju ili predstavljanje proizvoda kad to potrošač zatraži. Društva i Direktni prodavači se poduzeti razumne korake da osiguraju zaštitu svih osobnih podataka dobivenih od sadašnjih ili budućih kupaca.

2.12 Pravednost

Direktni prodavači ne se zloupotrebjavati povjerenje pojedinih potrošača a, poštivati se nedostatak iskustva potrošača a u trgovini te ne se zloupotrebjavati dob, bolest, nedostatak razumijevanja niti jezičnu barijeru potrošača.

2.13 Prodaja na temelju upuivanja

Društva i direktni prodava i ne e navoditi potroša a na kupnju proizvoda na temelju izjava da potroša može smanjiti cijenu ili povratiti novac tako što e uputiti druge kupce prodava u za sli ne kupnje, ako ti popusti ili povrati zavise o nekom nesigurnom budu em doga aju.

2.14 Provedba

Svaka narudžba biti e izvršena što je brže mogu e i u svakom slu aju u roku od 30 dana od dana nakon što potroša potpiše narudžbenicu, osim ako su se strane druga ije dogovorile.

Potroša i e biti obaviješteni ako društva ili direktni prodava i ne mogu izvršiti svoje obveze iz ugovora zbog nedostupnosti naru enih proizvoda. U tom slu aju potroša i mogu dobiti povrat svih sredstava koja su uložili što je prije mogu e i u svakom slu aju u roku od 30 dana, ili od društva ili direktnog prodava a dobiti proizvode istovjetne kvalitete i cijene, gdje je to predvi eno prije zaklju ivanja ugovora ili u ugovoru.

3. PROVEDBA KODEKSA

3.1 Odgovornost Društava

Primarna odgovornosti poštivanja Kodeksa je na pojedinom društvu. U slu aju bilo kakve povrede Kodeksa, društva e poduzeti sve što je razumno mogu e kako bi udovoljila podnositelju pritužbe.

Svako Društvo koje je lan ili pridruženi lan mora imenovati Upravitelja Kodeksa za primjenu odredaba Kodeksa Udruge. Upravitelj Kodeksa Društva je odgovoran za olakšavanje usuglašavanja Društva s odredbama Kodeksa i pružanje odgovora postavljenih od strane Upravitelja Kodeksa Udruge. On ili ona e tako er biti primarni kontakt u Društvu za davanje informacija o na elima Kodeksa Udruge neovisnim prodava ima, radnicima Društva, potroša ima i javnosti.

3.2 Odgovornost Udruge

Udruge e imenovati osobu odgovornu za rješavanje prigovora. Udruge e poduzeti sve razumne mjere da osiguraju da su prigovori riješeni na zadovoljavaju i na in.

3.3 Nacionalni Upravitelj Kodeksa

Svaka e Udruge za direktnu prodaju imenovati neovisnu osobu ili tijelo kao upravitelja Kodeksa. Upravitelj Kodeksa nadgledat e poštivanje Kodeksa od strane društva odgovaraju im radnjama. Upravitelj Kodeksa e riješiti sve neriješene pritužbe potroša a koje se temelje na kršenju Kodeksa te e sastaviti godišnje izvješ e o primjeni Kodeksa.

3.4 Radnje

Postupci o kojima mogu odlučivati društva, Udruge za direktnu prodaju ili upravitelji kodeksa uključuju otkazivanje narudžbi, povrat kupljene robe, povrat uplaćenog novca ili druge primjerene radnje, uključujući i opomene direktnim prodavačima, otkazivanje ili prekid ugovora direktnih prodavača ili drugih odnosa s društvom, opomene društvima, isključivanje društva iz članstva u Udruzi za direktnu prodaju te objavljivanje takvih radnji i sankcija.

3.5 Rješavanje pritužbi

Društva, Udruge za direktnu prodaju i upravitelji Kodeksa ustanoviti će postupke za rješavanje pritužbi i osigurati da se primitak svake pritužbe potvrdi u kratkom roku i da se odluke donesu u razumno kratkom roku. Rješavanje pritužbi potrošača neće se naplaćivati potrošaču.

3.6 Objavljivanje

Udruge za direktnu prodaju će objaviti Kodeks i obznaniti ga što je šire moguće. Tiskane kopije bit će dostupne javnosti besplatno.

3.7 Europski Upravitelj Kodeksa

Osniva se europski Upravitelj Kodeksa. Europski Upravitelj Kodeksa sastavit će četiri člana. Tri člana su iz sektora direktne prodaje te ih imenuje Vijeće SELDIA-e. Četvrti član, koji je i Predsjednik, također određuje Vijeće SELDIA-e te nije iz sektora direktne prodaje. Izvršni direktor SELDIA-e je po službenoj dužnosti Tajnik Upravitelja Kodeksa.

Europski Upravitelj Kodeksa može poduzeti neke od radnji koje su navedene u sljedećem stavku ukoliko potrošač ima prebivalište u državi članici EEZ ili Društvo ili Direktni Prodavač vrši djelatnosti u jednoj od država EEZ-a.

Europski Upravitelj Kodeksa može

1. primiti i rješavati pritužbe od osoba (potrošača, direktnih prodavača, društava) koje se bave direktnom prodajom potrošačima (uključujući udruge, itd.) iz bilo koje države članice EEZ bez sudjelovanja Udruge koja je članica SELDIA-e a radi se o Društvu koje je član SELDIA-e ili Udruge koja je član SELDIA-e.
2. primiti i rješavati pritužbe osoba koje se odnose na prekogranične transakcije te uključujući Društva koja su članovi SELDIA-e ili Udruge koja je članica SELDIA-e a ima sjedište u jednoj od država članica EEZ-a.
3. primiti i rješavati pritužbe Udruge koje su članice SELDIA-e iz država članica EEZ-a a koje se odnose na društvo koje se bavi direktnom prodajom i
4. primiti pritužbe od strane Udruge koje su članice SELDIA-e iz jedne od članica EEZ-a a koje se odnose na društva koja se bave direktnom prodajom a koja su članice WFDSA, WFDSA CEO Council ili Udruge koje nisu članice SELDIA-e a u svrhu posredovanja s takvim društvima koja se bave direktnom prodajom, WFDSA ili Udugom

Europski Etički Kodeks Za Direktnu Prodaju s Obzirom na Direktne Prodavače, Izme u Direktnih Prodavača te Izme u Društava

A. OPŠENITO

A.a. Područje primjene

Etički kodeks za direktnu prodaju obzirom na direktne prodavače, me u direktnim prodavačima i me u društvima (dalje u tekstu «Kodeks») objavljuje SELDIA za Nacionalne udruge za direktnu prodaju koje su njezine članice. Kodeks se tiče odnosa između udruge za direktnu prodaju i direktnih prodavača, između direktnih prodavača i između udruge za direktnu prodaju. Cilj Kodeksa je zaštita direktnih prodavača, promicanje poštenih tržišnih utakmica u okviru slobodnog tržišnog gospodarstva, etičko prikazivanje prilike za zarađivanje putem direktne prodaje te poboljšanje javnog ugleda direktne prodaje, putem koje se prodaju kvalitetni proizvodi potrošača ima pod poštenim uvjetima i okolnostima.

A.b. Definicije izraza

U svrhu ovog Kodeksa:

- (1) «Direktna prodaja» je svaka metoda prodaje koja se temelji na objašnjavanju ili demonstraciji proizvoda potrošača u od strane prodavača (dalje u tekstu «direktni prodavač») izvan poslovnog prostora, najčešće u domu potrošača, u domu drugog potrošača ili na radnom mjestu potrošača.
- (2) «Potrošač» je svaka fizička osoba koja kupi proizvode u svrhu za koju se može smatrati da je izvan okvira njegove djelatnosti, posla ili zanimanja.
- (3) «Udruga za direktnu prodaju» je svaka nacionalna udruga društava koje se bave direktnom prodajom koja predstavlja industriju direktne prodaje u nekoj europskoj zemlji i koja je član Saveza europskih udruge za direktnu prodaju.
- (4) «Društvo za direktnu prodaju» ili «društvo» je svaka poslovna organizacija koja prodaje proizvode vezane uz njezin zaštitni znak, uslužni žig ili identifikacijski znak kroz sustav distribucije koji se temelji na direktnoj prodaji, te koja je članica Udruge za direktnu prodaju.
- (5) «Sustav distribucije» je svaka organizacija i metoda osmišljena za plasman proizvoda na tržište.

- (6) «Direktni prodavač» je svaka fizička ili pravna osoba koja je član sustava distribucije društva za direktnu prodaju te koja prodaje, omogućava prodaju ili pomaže u prodaji proizvoda tog društva izvan poslovnog prostora, obično u domu potrošača, u domu drugog potrošača ili na radnom mjestu potrošača.
- (7) «Zarada» je svaki prihod koji stekne direktni prodavač. Zarada može biti u obliku provizija, trgovačke marže, fiksne plaće, dodataka na plaću, nagrada, bonusa ili u drugim oblicima.
- (8) «Proizvod» je svako dobro, materijalno ili nematerijalno, ili usluga namijenjena za prodaju potrošačima.
- (9) «Poslovno pomagalo» je svaka roba ili usluga namijenjena za pomoć direktnim prodavačima u vođenju i razvoju njihovog poslovanja i koje je
- (i) namijenjeno za prodaju direktnim prodavačima ili im je dano besplatno; i
 - (ii) nije namijenjeno za daljnju prodaju potrošačima.
- (10) «Naknada» je
- (i) svako plaćanje u gotovini
 - (ii) svako plaćanje za kupnju poslovnih pomagala:
- gdje se takvo plaćanje traži od direktnog prodavača kad uđe u distribucijski sustav društva za direktnu prodaju ili, povremeno, kao uvjet za nastavak suradnje u tom distribucijskom sustavu.
- (11) «Angažiranje» je bilo kakva aktivnost koja se obavlja kako bi se nekoj osobi ponudilo da postane direktni prodavač.
- (12) «Upravitelj Kodeksa» je nezavisna osoba ili tijelo imenovano od strane Udruge za direktnu prodaju radi praćenja pridržavanja Kodeksa Udruge za direktnu prodaju od strane društava članica i kako bi rješavao pritužbe na temelju Kodeksa.

A.c Udruge

Svaka Udruga za direktnu prodaju obvezuje se da će usvojiti etički kodeks koji sadržava bitne odredbe Kodeksa, kao uvjet za primanje i stalno članstvo u Savezu europskih udruga za direktnu prodaju (SELDIA).

A.d Društva

Svako društvo član Udruge za direktnu prodaju obvezuje se da će poštivati Kodeks, što je i uvjet za primanje i stalno članstvo u Udruhu za direktnu prodaju. Svako društvo član Udruge za direktnu prodaju će promovirati Udruhu za direktnu prodaju kojoj pripada, te nacionalne kodekse.

A.e Direktni prodavači

Direktni prodavači nisu direktno vezani Kodeksom, no njihova društva od njih tražiti da ih poštuju ili da poštuju na obična poslovanja u skladu s njihovim standardima, kao uvjet za članstvo u distribucijskim sustavima društava.

A.f Interni pravilnici

Kodeks služi kao interni pravilnik industrije direktne prodaje. Kodeks nije zakon i obveze koje iz njega proizlaze mogu zahtijevati razinu ponašanja u skladu s etičkim normama koja je viša od postojećih zakonskih obveza. Nepoštivanje Kodeksa ne povlači za sobom građansko-pravnu odgovornost. Nakon isteka članstva u Udruhu za direktnu prodaju društvo više nije vezano Kodeksom i njegovi uvjeti i dalje vrijede za služenje ili transakcije nastale u vrijeme kad je društvo bilo član Udruge za direktnu prodaju.

A.g Zakonodavstvo

Budući da se pretpostavlja da društva i direktni prodavači djeluju u skladu sa zakonskim odredbama, Kodeks ne navodi ponovno sve zakonske obveze.

A.h Standardi

Kodeks sadržava standarde etičkog ponašanja za društva za direktnu prodaju i direktne prodavače. Udruge za direktnu prodaju mogu mijenjati te standarde pod uvjetom da se sačuva bit Kodeksa ili na neki način kako to zahtijevaju nacionalni zakoni.

Preporučuje se da Kodeks služi kao dokaz standarda industrije.

A.i Teritorijalna primjena

Sve Udruge se obvezuju da ne od svih članova zahtijevati kao uvjet za primanje u članstvo te nastavak članstva u Udruzi da se usklade sa; nacionalnim Kodeksom kada je Društvo član nacionalne Udruge; europskim Kodeksom unutar EEZ kada Društvo nije član nacionalne Udruge; svjetskog Kodeksa izvan EEZ kada Društvo nije član nacionalne Udruge.

B. PONAŠANJE PREMA DIREKTNIM PRODAVAČIMA

B.a Poštivanje Kodeksa od strane direktnih prodavača

Društva ne priopćiti sadržaj Kodeksa svim direktnim prodavačima i tražiti od svojih direktnih prodavača, kao uvjet za članstvo u distribucijskim sustavima društva, da poštuju Kodeks ili na neki način poslovanja u skladu s njihovim standardima.

B.b Angažiranje

Društva i direktni prodavači kod angažiranja ne smiju koristiti zavaravajuće, neistinite ili nepoštenne metode.

B.c Poslovne informacije

Informacije koje društvo daje svojim direktnim prodavačima i potencijalnim direktnim prodavačima u vezi prilike i pripadaju ih prava, tipični izdataci i troškovi bitni i potpuni. Marketinški plan društva bitan i transparentan, razumljiv i ne smije navoditi na krive zaključke. Društva ne smiju potencijalnom novom članu prikazivati činjenice koje se ne mogu potvrditi niti davati obećanja koja se ne mogu ispuniti. Društva ne smiju predstavljati prednosti prodajne prilike novim članovima na lažan i zavaravajući način.

B.d Zarada

Zarada direktnog prodava a koja nije fiksna pla a odnosit e se na njegovu vlastitu prodaju potroša ima i na sli ne prodaje direktnih prodava a za iju je potporu i motivaciju odgovoran. Kupnja za osobnu upotrebu ili potrošnju u razumnim koli inama od strane direktnog prodava a i direktnih prodava a za koje ima takvu odgovornost, tako er može biti temelj za njegovu zaradu.

Društva i direktni prodava i ne e lažno prikazivati stvarnu ili potencijalnu prodaju ili zaradu njihovih direktnih prodava a. Svi prikazi zarade ili prodaje temeljit e se na dokumentiranim injenicama i ne e se odnositi samo na izolirane uspjehe.

B.e Odnos

Društvo e direktnom prodava u, na po etku njegove aktivnosti, dati pismeni ugovor potpisan od strane društva i direktnog prodava a, ili pisanu izjavu. Pisani ugovor ili izjava sadržavat e sve bitne detalje odnosa izme u direktnog prodava a i društva. Društva e obavijestiti svoje direktne prodava e koje su njihove zakonske obveze, uklju uju i sve dozvole, prijave i poreze koje se traže po zakonu.

Društva i ostali direktni prodava i ne e zloupotrebjavati pravo na privatnost direktnog prodava a, te društvene, intelektualne ili emocionalne okolnosti direktnog prodava a koje bi mogle dovesti do iskorištavanja tog direktnog prodava a.

B.f Naknade

Društva i direktni prodava i ne e tražiti od drugih direktnih prodava a da prihvate nerazumno visoke naknade za pristupanje, obuku, franšizu, naknade za promotivne materijale i druge naknade za njihovo pravo da sudjeluju u takvom poslovanju.

Sve naknade e biti razumne.

Društva i njihovi direktni prodava i ne e dopustiti da direktni prodava pla a naknadu za sudjelovanje u distribucijskom sustavu društva za direktnu prodaju i prima zaradu koja se temelji na naknadama koje su platili drugi direktni prodava i koje je on uputio u distribucijski sustav.

Sve naknade napla ene za po etak rada Direktnog prodava a izravno e se odnositi na vrijednost materijala, proizvoda ili usluga koji su mi dani zauzvrat.

B.g Pravo na odustajanje

Direktni prodava ima rok od najmanje 7 radnih dana u kojem može odustati od ugovora bez sankcija i bez navo enja razloga.

Rok za korištenje ovog prava e po eti trajati od dana zaklju enja ugovora. Direktni prodava e pismenim putem obavijestiti društvo o svojoj odluci da odustane od ugovora .

Ako je direktni prodava iskoristio pravo na odustajanje, društvo e otkupiti sve proizvode i poslovna pomagala koja je direktni prodava kupio na po etku svojih aktivnosti. Društvo e izvršiti povrat svih iznosa koje je platio direktni prodava . No društvo nije obvezno otkupiti proizvode i poslovna pomagala, ako nisu u svom izvornom stanju, novi i nekorišteni.

B.h Otkup proizvoda

Ne uzimaju i u obzir pravo na odustajanje direktnog prodava a (B.g), ukoliko direktni prodava odlu i raskinuti svoj odnos s društvom, društvo e otkupiti sve proizvode kupljene od strane direktnog prodava a u prethodnih dvanaest mjeseci. Uvjeti ovog otkupa e biti da direktni prodava primi minimalno 90% kupovne cijene umanjene za bilo koje zarade ili naknade koje je direktni prodava primio nakon kupovine proizvoda koji se otkupljuju.

Me utim, društvo ne e biti obvezno otkupiti proizvode ukoliko nisu u izvornom stanju, novi i nekorišteni.

B.i Zalihe proizvoda

Društva ne e tražiti niti poticati direktne prodava e da kupuju zalihe proizvoda u nerazumno velikim koli inama, niti da redovno kupuju proizvode, ako ne postoji vjerojatnost da e se doti na koli ina proizvoda prodati ili potrošiti unutar razumnog vremenskog razdoblja. Prilikom odre ivanja odgovaraju e koli ine zalihe proizvoda potrebno je uzeti u obzir sljede e: odnos zaliha i stvarnih prodajnih mogućnosti, prirodu konkurentnosti proizvoda i tržišno okruženje te pravila društva o vra anju proizvoda i povratu novca.

B.j Obratni

Društva e direktnim prodava ima periodično davati obratne informacije iz kojih e biti vidljivi, ve prema slu aju, prodaja, kupovina, podaci o zaradi, proviziji, dodacima, popustima, isporukama, otkazivanjima i ostali relevantni podaci, kako ve bude ugovoreno izme u društva i direktnog prodava a. Svi dospjeli iznosi e se platiti, a svi odbici bit e u skladu s poslovnim običajima.

B.k Školovanje i obuka

Društva e pružiti adekvatno školovanje i obuku, kako bi direktnim prodava ima omogu ili da posluju prema etičkim načelima, uključujući i informacije o dotičnom tržištu i proizvodu. Obuku je mogu e obavljati putem satova obuke, pismenih priručnika, vodiča, ili audio - vizualnog materijala, po prihvatljivoj cijeni ili besplatno.

B.l Ostali materijali

Društva e Direktnim prodava ima zabraniti promidžbu ili traženje kupovine od drugih bilo kojih materijala koji nisu sukladni praksama i procedurama Društva.

Direktni Prodava i koji prodaju promotivne ili pomoćne materijale odobrene od strane Društva, bilo u tiskanom ili elektronskom obliku, e (i) koristiti samo materijale koji su usuglašeni sa standardima koje poštuje Društvo, (ii) se suzdržati od postavljanja zahtjeva da je kupnja takovih pomoćnih materijala uvjet nižih Direktnih Prodava a , (iii) stavljati pomoćne materijale na raspolaganje po razumnoj i prihvatljivoj cijeni, jednakoj onoj za slične materijale na tržištu, i (iv) ponuditi pismenu potvrdu otkupa materijala koja je jednaka politici otkupa Društva kojeg Direktni Prodava zastupa.

Društva e poduzeti razumne i detaljne mjere da osiguraju da su pomoćna sredstva proizvedena od strane Direktnih Prodava a usuglašena s odredbama ovog Kodeksa te nisu zavaravajući i ili obmanjivi.

C. PONAŠANJE IZME U DRUŠTAVA

C.a Na elo

Društva lanovi svake Udruge za direktnu prodaju dužna su održavati pravi an odnos prema ostalim lanovima.

C.b Vrbovanje

Društva i direktni prodava i ne smiju sustavno vrbovati ili nagovarati na prijelaz direktne prodava e ostalih društava.

C.c Kleveta

Društva ne e nepravedno klevetati niti dopustiti svojim direktnim prodava ima da nepravedno kleve u proizvode ostalih društava, njihov plan prodaje i trgovanja ili bilo koja druga svojstva doti nih društava.

D. PROVO ENJE KODEKSA

D.a Odgovornost društava

Primarna odgovornost poštivanja Kodeksa je na pojedinom društvu. U slu aju bilo kakve povrede Kodeksa, društva e poduzeti sve što je razumno mogu e kako bi udovoljile podnositelju pritužbe.

Svako Društvo koje je lan ili pridruženi lan mora imenovati Upravitelja Kodeksa za primjenu odredaba Kodeksa Udruge. Upravitelj Kodeksa Društva je odgovoran za olakšavanje usuglašavanja Društva s odredbama Kodeksa i pružanje odgovora postavljenih od strane Upravitelja Kodeksa Udruge. On ili ona e tako er biti primarni kontakt u Društvu za davanje informacija o na elima Kodeksa Udruge neovisnim prodava ima, radnicima Društva, potroša ima i javnosti.

D.b Odgovornost Udruge

Udruge za direktnu prodaju e osigurati osobu odgovornu za rješavanje pritužbi. Udruge za direktnu prodaju uložiti e sve razumne napore kako bi osigurale da se pritužbe riješe na zadovoljavaju i na in.

D.c Upravitelj Kodeksa

Svaka Udruga za direktnu prodaju imenovati e nezavisnu osobu kao upravitelja Kodeksa. Upravitelj Kodeksa nadgledati e poštivanje Kodeksa od strane društava putem odgovaraju ih radnji. Upravitelj Kodeksa rješavati e sve neriješene pritužbe direktnih prodava a koje se temelje na povredi Kodeksa te e davati godišnji izvještaj o primjeni Kodeksa.

D.d Radnje

Radnje, koje upravitelj Kodeksa može odrediti protiv društva u predmetima rješavanja pritužbi direktnog prodavača o povredi Kodeksa, mogu uključivati prekid ugovora ili odnosa direktnog prodavača s društvom, povrat plaćanja, izricanje opomene društvu ili njegovim direktnim prodavačima, ili ostale odgovarajuće radnje, te objavljivanje takvih radnji ili sankcija.

D.e Rješavanje pritužbi

Društva, Udruge za direktnu prodaju i upravitelji Kodeksa ustanoviti će postupke za rješavanje pritužbi i osigurati da se primitak svake pritužbe potvrdi unutar kratkog roka te da se odluke donesu unutar razumnog vremena.

D.f Pritužbe Društva

Pritužbe jednog društva na drugo društvo ili Udruhu za direktnu prodaju rješavati će ili upravitelj Kodeksa ili nezavisni arbitar. Svaka Udruga za direktnu prodaju odrediti će pojedinosti svojih vlastitih postupaka.

D.g Objava

Udruge za direktnu prodaju objavit će Kodeks te ga obznaniti u najvećoj mogućoj mjeri. Tiskani primjerci bit će besplatno dostupni javnosti.

Hrvatska Udruga Direktne Prodaje
Bani 110
HR-10010 Zagreb

Tel. 01/665 0000
Fax. 01/665 0020

www.hudp.hr
hudp@hudp.hr