



**Kodeks Etyczny Klubu FM WORLD (Kodeks)**  
(obowiązujący od dnia 1 października 2016)

I. Kodeks określa standardy etyczne obowiązujące w Klubie FM WORLD.

**II. Zasady ogólne**

1. Relacje pomiędzy Partnerem Biznesowym a FM WORLD\* opierają się na współpracy, zaufaniu, uczciwości, szacunku, lojalności oraz dbałości o dobre imię FM WORLD\*.

2. Partner Biznesowy powinien powstrzymać się od podejmowania działań godzących w dobre imię FM WORLD\*.

3. Zakazane jest rozpowszechnianie nieprawdziwych bądź nierzetelnych informacji o FM WORLD\*.

4. Partner Biznesowy zachowuje w poufności informacje o wewnętrznych stosunkach pomiędzy nim a FM WORLD\*, w tym informacje udostępnione w „Strefie Partnera”.

5. Zakazane jest przekazywanie osobom trzecim, także Partnerom Biznesowym, danych osobowych, do których Partner Biznesowy uzyskał dostęp w związku z przynależnością do Klubu FM WORLD.

6. Login i hasło do „Strefy Partnera” są poufne.

7. Partner Biznesowy powinien działać uczciwie, zgodnie z prawem oraz z poszanowaniem innych członków Klubu FM WORLD.

8. Zakazane są praktyki mające na celu fikcyjne zwiększenie Obrotu punktowego, a tym samym zmierzające do otrzymania nienależnego Wynagrodzenia bądź Rabatu handlowego.

9. Partner Biznesowy nie powinien zwiększać Obrotu punktowego w ten sposób, że nie odbiera zamówionych Produktów.

10. Osoby bliskie, tj. małżonkowie, dzieci, rodzice, rodzeństwo, dziadkowie, osoba pozostająca w stosunku przysposobienia lub w konkubinacie, powinny wpisywać się bezpośrednio pod siebie.

11. Partner Biznesowy korzysta z własnych danych, w tym danych osobowych.

12. Zakazuje się stosowania wprowadzających w błąd, oszukańczych lub nieuczciwych praktyk w zakresie rekrutacji i sponsorowania nowych Partnerów Biznesowych.

13. Partner Biznesowy nie powinien podejmować w sposób bezpośredni bądź pośredni jakichkolwiek działań mających na celu nakłonienie Partnera Biznesowego działającego w danej Grupie do rozpoczęcia działalności w innej Grupie lub zaprzestania jej.

14. Informacje udzielane przez Partnera Biznesowego osobom, które chce pozyskać do swojej Grupy, powinny być prawdziwe, dokładne i wyczerpujące oraz podawane w rzetelny i uczciwy sposób.

15. Zmiana Sponsora następuje na warunkach określonych Regulaminem Klubu FM WORLD.

**III. Sprzedaż bezpośrednia i reklama Produktów FM WORLD oraz Sieci**

**Code of Ethics of the FM WORLD Club (the Code)**  
(dated on October, 1<sup>st</sup> 2016)

I. The Code sets ethical standards applicable in the FM WORLD Club.

**II. General principles**

1. Relations between a FM WORLD\* Business Partner and FM WORLD shall be based on cooperation, trust, honesty, respect, loyalty and care for the good name of FM WORLD\*.

2. A Business Partner shall refrain from actions injuring the good name of FM WORLD\*.

3. It is prohibited to disseminate false or misleading information about FM WORLD\*.

4. A Business Partner shall observe the rule of confidentiality with regard to his/her relation with FM WORLD\* and any information made available in the “Partner Zone”.

5. It is prohibited to share with a third party, including Business Partners, personal data to which a Business Partner gained access in relation to participation in the FM WORLD Club.

6. Login and password to the “Partner Zone” are confidential.

7. A Business Partner shall act honestly, in accordance with the law and with respect for other members of the FM WORLD Club.

8. It is prohibited to act in order to increase the Point Turnover in an unjustified manner, thus to obtain undue Remuneration or Trade Discount.

9. A Business Partner should not increase the Point Turnover by not receiving collecting the Products he/she ordered.

10. Close friends and relatives, including spouses, children, parents, siblings, grandparents, persons remaining in adoption-like or conjugal relationship shall register in the FM WORLD Club directly below one another.

11. Every Business Partner uses their own data, including personal data.

12. It shall be prohibited to use misleading, deceptive or unfair practices at recruitment and sponsorship of new Business Partners.

13. A Business Partner should not take, directly or indirectly, any action aimed at persuading a Business Partner operating in a given Group to start a business in another Group or to discontinue in the current one.

14. Information provided by the Business Partner to persons whom he/she is trying to persuade to join their Group shall be true, accurate and complete and administered in a fair and honest manner.

15. The change of Sponsor shall be subject to the conditions specified in the FM WORLD Club Regulations.

**III. Direct sales and advertising of FM WORLD Products and the Network**



1. Partnerzy Biznesowi sprzedają Produkty FM WORLD w systemie sprzedaży bezpośredniej, przez którą należy rozumieć sprzedaż detaliczną Produktów prowadzoną poza siecią sklepową, bezpośrednio na rzecz klienta końcowego przez osobę prezentującą takie Produkty. Sprzedaż bezpośrednia wymaga osobistej prezentacji produktu i udzielenia stosownych wyjaśnień. Sprzedaż prowadzona jest głównie w domu klienta, jego miejscu pracy lub innym miejscu poza stałymi punktami sprzedaży; powinny towarzyszyć jej wyjaśnienia Partnera Biznesowego i pokazy Produktów. Sprzedażą bezpośrednią nie jest sprzedaż w zorganizowanych punktach sprzedaży, takich jak: sklepy, punkty sprzedaży detalicznej, punkty partnerskie, stragany, kioski.

2. Prowadząc prezentację, sprzedaż bezpośrednią lub świadcząc usługi reklamy, czy też prezentując zasady współpracy, Partner Biznesowy posługuje się materiałami wydаныmi lub wyraźnie zaakceptowanymi przez FM WORLD\*; materiały zawierające Znak FM WORLD powinny zostać uprzednio zaakceptowane.

3. Prowadząc sprzedaż bezpośrednią Produktów FM WORLD, Partner Biznesowy powinien sprzedawać wyłącznie oryginalnie opakowane Produkty oraz udzielać informacji zgodnych z prawdą.

4. Informacje udzielane o Produktach FM WORLD powinny być dokładne i wyczerpujące.

5. Informacje dla Klientów powinny być przekazywane w sposób jasny i zrozumiały.

6. Partner Biznesowy nie stosuje nieuczciwej, nierzetelnej i zakazanej reklamy.

#### IV. Strony internetowe, Punkty konsultacyjne

1. Przy świadczeniu usług reklamy Sieci i Znaku FM WORLD, a także przy promowaniu Produktów FM WORLD, Partner Biznesowy może posługiwać się stroną internetową.

2. Partner Biznesowy posługujący się stroną internetową zamieszcza na niej widoczną informację, iż jest on „Niezależnym Partnerem Biznesowym FM WORLD”.

3. Na swojej stronie internetowej Partner Biznesowy może zamieścić:

a) zdjęcia udostępnione do pobrania przez FM WORLD Distribution na stronie [www.distribution.fmworld.com](http://www.distribution.fmworld.com) (na zasadach określonych przez FM WORLD Distribution),

b) materiały marketingowe zgodne z powszechnie obowiązującym prawem,

c) prezentację i opisy Produktów FM WORLD,

d) katalogi Produktów FM WORLD,

e) informacje dostępne na stronie [www.distribution.fmworld.com](http://www.distribution.fmworld.com) przed zalogowaniem, z wyłączeniem zdjęć,

f) linki do stron FM WORLD Distribution oraz FM World.

4. Partner Biznesowy na swojej stronie nie może zamieszczać:

a) informacji dostępnych po zalogowaniu w „Strefie Partnera”,

1. Business Partners sell FM WORLD Products within the scope of the direct sales system, construed as retail sales of products carried outside of stores, directly to the end customer by a person presenting such products. Direct sales necessitates personal presentation of the product and provision of appropriate explanations. Sale is run mainly in the customer's home, workplace or elsewhere outside fixed points of sale; it should be accompanied by Business Partner's explanations and presentations of Products. Direct sales does not consist in selling in organized points of sale, such as shops, retail stores, partner points, stalls, kiosks.

2. While holding a presentation, running sales, providing advertising services or presenting the rules of cooperation, a Business Partner uses materials issued or explicitly approved by FM WORLD; materials marked with the FM WORLD Trademark shall be pre-approved by FM WORLD\*.

3. A Business Partner, when running direct sales of FM WORLD Products, shall sell the Product in their original packages and provide truthful information.

4. Information regarding FM WORLD Products shall be accurate and comprehensive.

5. Information shall be communicated to Customers in a clear and understandable way.

6. A Business Partner shall not apply unfair, unreliable and prohibited advertising.

#### IV. Websites, Consultation Points

1. A Business Partner may use a website when providing advertising services of the Network and the FM WORLD Trademark, as well as when promoting FM WORLD Products.

2. A Business Partner who develops his/her own website shall clearly mark thereon that he/she acts as an “FM WORLD Independent Business Partner”.

3. A Business Partner may include on his/her website:

a) pictures made available by FM WORLD Distribution to download from the website [www.distribution.fmworld.com](http://www.distribution.fmworld.com) as specified by FM WORLD Distribution),

b) marketing materials consistent with the generally applicable law,

c) presentation and descriptions of FM WORLD Products,

d) FM WORLD product catalogues,

e) information available on [www.distribution.fmworld.com](http://www.distribution.fmworld.com) before logging, with the exception of photographs,

f) links to the websites of FM WORLD Distribution, FM World.

4. A Business Partner is not allowed to include on his/her website:

a) information available after logging in the “Partner Zone”,



b) Cen Partnerskich i wysokości przyznawanych Punktów,

c) danych z „drzewek” ani danych osobowych osób trzecich opublikowanych na stronach internetowych FM WORLD\*,

d) regulaminów, programów motywacyjnych i promocji ogłoszonych przez FM WORLD Distribution,

e) nieprawdziwych, nierzetelnych informacji o FM WORLD\*,

f) informacji sprzecznych z Regulaminem, Planem Marketingowym lub innymi obowiązującymi zasadami działania w Sieci uprzednio podanymi do wiadomości Partnerów Biznesowych.

5. Partner Biznesowy może tworzyć „Punkty Konsultacyjne Niezależnego Partnera Biznesowego FM WORLD” w celu świadczenia usług reklamy Sieci i Produktów FM WORLD, pod warunkiem zawarcia z FM WORLD Distribution umowy regulującej w szczególności zasady korzystania ze Znak FM WORLD przy prowadzeniu takiego punktu.

*\*FM WORLD – oznacza odpowiednio FM WORLD Distribution, FM World, Oddział FM WORLD, a także Znak FM WORLD oraz Produkty FM WORLD*

b) information about Business Partner Prices and the amount of Points assigned,

c) data from the "trees" or third party personal data published on FM WORLD\* websites,

d) regulations, incentive programs and promotions published by FM WORLD Distribution,

e) untrue, inaccurate information about FM WORLD\*,

f) information contrary to the Regulations, Marketing Plan or other applicable principles of operation in the Network previously communicated to Business Partners.

5. A Business Partner may create “FM WORLD Independent Business Partner Consultation Points” for the provision of advertising services of the Network and FM WORLD Products, subject to the conclusion with FM WORLD Distribution an agreement governing in particular the rules for the use of the FM WORLD Trademark in the conduct of such a point.

*\*FM WORLD means accordingly FM WORLD Distribution, FM World, FM WORLD Branch and FM WORLD Trademark and FM WORLD Products*

Wrocław, 1 październik 2016

Wrocław, October, 1<sup>st</sup> 2016