



KODEKS ETYCZNY
 KLUBU FM GROUP

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

II. Zasady ogólne

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

2. Partner Biznesowy powinien powstrzymać się od podejmowania działań godzących w dobre imię FM GROUP.

3. Zakazane jest rozpowszechnianie nieprawdziwych bądź nierzetelnych informacji o FM GROUP.

4. Partner Biznesowy zachowuje w poufności informacje o wewnętrznych stosunkach pomiędzy nim a FM GROUP, 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 GROUP.

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 GROUP.

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

III. Sprzedaż bezpośrednia i reklama Produktów FM GROUP oraz Sieci

1. Partnerzy Biznesowi sprzedają Produkty FM GROUP 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. Sprzedają bezpośrednio 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 wydanymi lub wyraźnie zaakceptowanymi przez FM GROUP; materiały zawierające Znak

FM GROUP powinny zostać uprzednio zaakceptowane.

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

4. Informacje udzielane o Produktach FM GROUP 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 Znak FM GROUP, a także przy promowaniu Produktów FM GROUP, 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 GROUP”.

3. Na swojej stronie internetowej Partner Biznesowy może zamieścić:

a) zdjęcia udostępnione do pobrania przez FM GROUP Polska na stronie www.fmgrouppl (na zasadach określonych przez FM GROUP Polska),

b) materiały marketingowe zgodne z powszechnie obowiązującym prawem,

c) prezentację i opisy Produktów FM GROUP lub Usług telefonii FM GROUP,

d) katalogi Produktów FM GROUP,

e) informacje dostępne na stronie www.fmgrouppl przed zalogowaniem, z wyłączeniem zdjęć,

f) linki do stron FM GROUP Polska, FM GROUP World lub FM GROUP Mobile.

4. Partner Biznesowy na swojej stronie nie może zamieszczać:

a) informacji dostępnych po zalogowaniu w Strefie Partnera,

b) Cen partnerskich i wysokości przyznawanych Punktów,

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

d) regulaminów, programów motywacyjnych i promocji ogłoszonych przez FM GROUP Polska,

e) nieprawdziwych, nierzetelnych informacji o FM GROUP,

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 GROUP” w celu świadczenia usług reklamy Sieci i Produktów FM GROUP, pod warunkiem zawarcia z FM GROUP Polska umowy regulującej w szczególności zasady korzystania ze Znak FM GROUP przy prowadzeniu takiego punktu.

V. FM GROUP Polska opublikuje i rozpowszechni Kodeks. Odpisy Kodeksu wydawane są bezpłatnie członkom Klubu FM GROUP, a także są dostępne pod adresem www.fmgrouppl.

Wrocław, dnia 15 października 2014 r.

** FM GROUP – odpowiednio FM GROUP Polska, FM GROUP World, FM GROUP Mobile, Oddział FM GROUP, a także Znak FM GROUP oraz Produkty FM GROUP (w tym Usługi Telefonii FM GROUP).*



© FM GROUP Polska Artur Trawiński z zakładem głównym we Wrocławiu (kod poczt. 51-129) przy ul. Żmigrodzkiej 247
wpisany do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, NIP: 898-195-35-47; REGON: 933001508