



Evropská asociace přímého prodeje

Hlas pro udržitelný přímý prodej v Evropě

Etický kodex

Edice 05/2019



Evropská asociace přímého prodeje

Etický kodex



Evropská asociace přímého prodeje

Obsah

Kapitola I - Úvod 6

1. Rámec	8
2. Cíle	8
3. Vztah ke stávajícímu právu	8
4. Zákaz provozování pyramidových schémat	8
5. Glosář pojmů	9

Kapitola II – Ochrana spotřebitele 10

1. Spravedlivé chování	11
2. Identifikace	11
3. Informační požadavky	12
4. Ústní dohody	12
5. Objednávkový formulář	13
6. Reference	4
7. Právo na odstoupení od smlouvy	14
8. Použití osobních údajů	14
9. Doba zpracování a doručení objednávky	14
10. Servis a záruka	15
11. Podpora prodeje	15
12. Literatura	15
13. Nábor spotřebitelů	15

Kapitola III – Přímí prodejci **16**

1. Dodržování předpisů přímými prodejci	17
2. Nábor nových prodejců	17
3. Povinnost informovat přímé prodejce	17
4. Vztah	18
5. Poplatky	18
6. Inventář produktů	19
7. Zpětný odkup	19
8. Příjem	20
9. Účet	20
10. Školení přímého prodejce.	20
11. Další materiály	21

Kapitola IV – Jednání mezi společnostmi **22**

Kapitola V – Vymáhání předpisů **24**

1. Povinnosti společností	25
2. Povinnosti asociace	25
3. Jednací řád	25
4. Systém sankcí	27
5. Zveřejnění sankcí	28

Kapitola VI – Publikace **29**

Kapitola I

Úvod

Evropská asociace přímého prodeje (DSE) přijala tento etický kodex za účelem navázání a udržení vztahů založených na důvěře a integritě mezi společnostmi, přímými prodejci a spotřebiteli. Vzhledem k tomu, že Evropská a národní legislativa se neustále mění, DSE a tento Etický kodex zůstávají otevření vývoji tak, aby byli v souladu s platnou legislativou nebo ji překračovali.

Tento kodex není zákonem, ale jeho povinnosti vyžadují určitou úroveň etického chování od členských asociací DSE, členských společností DSE a přímých prodejců, kteří jsou v souladu s platnými právními požadavky nebo je překračují. S ukončením členství v DSE už nadále není společnost nebo člen asociace DSE vázán tímto kodexem. Ustanovení tohoto kodexu se nadále vztahují na události nebo transakce, ke kterým došlo v době, kdy byla společnost nebo členská asociace DSE členem DSE.

Členské společnosti DSE se zavazují přijmout a dodržovat tento etický kodex jako podmínku přijetí a trvalého členství v DSE. Společnosti se rovněž zavazují poskytovat informace o tomto kodexu, jeho obecných podmínkách, vztahu ke spotřebiteli a přímému prodejci a o tom, kde mohou spotřebitelé a přímí prodejci získat kopii tohoto kodexu.

Členské asociace DSE se zavazují přijmout národní etický kodex, jenž zahrnuje podstatu ustanovení tohoto kodexu, jakožto podmínku pro přijetí a získání trvalého členství v DSE.

Přímý prodejci nejsou tímto kodexem přímo vázáni, ale jedna z podmínek členství v distribučním systému členské společnosti DSE jsou povinni dbát na tento kodex. Prodejci musí dodržovat pravidla chování, která odpovídají standardům tohoto kodexu, a to ze strany společnosti, s níž jsou spojeni.

1. Rámec

Tento etický kodex se zabývá vztahy mezi:

- společnostmi přímého prodeje a přímými prodejci na jedné straně a spotřebiteli na straně druhé;
- společnostmi přímého prodeje a přímými prodejci;
- společnostmi přímého prodeje.

2. Cíle

Cíle tohoto etického kodexu jsou:

- ochrana spotřebitelů;
- ochrana přímých prodejců;
- podpora spravedlivé hospodářské soutěže v rámci volné soutěže;
- propagace pověsti přímého prodeje na veřejnosti.

3. Vztah ke stávajícímu právu

Předpokládá se, že společnosti a přímí prodejci jsou vázáni všemi právními předpisy. Tento kodex proto nepřeformulovává všechny zákonné povinnosti. Dodržování zákonů ze strany společností a přímých prodejců je podmínkou přijetí do DSE nebo pokračování členství v DSE.

4. Zákaz provozování pyramidových schémat

Přímí prodejci a společnosti se zdrží vytváření, provozování nebo šíření pyramidového propagačního systému, v němž spotřebitel poskytuje protihodnotu za možnost získat odměnu, která je primárně

odvozena od zapojení dalších spotřebitelů do systému, a nikoliv od prodeje nebo spotřeby výrobků. Podrobná kritéria pro identifikaci pyramidového systému jsou uvedena na adrese www.directsellingeurope.eu.

5. Glosář pojmů

Pro účely tohoto kodexu jsou pojmy definovány takto:

- asociace: každá národní asociace přímého prodeje, která je členem DSE;
- společnost: podnikatelský subjekt, který i) využívá k prodeji svých výrobků distribuční systém přímého prodeje a ii) je členem DSE;
- přímý prodej: prodej zboží nebo služeb mimo obchodní prostory za současné přítomnosti přímého prodejce a spotřebitele;
- přímý prodejce: osoba, která prodává nebo zprostředkovává prodej zboží nebo služeb poskytovaných společností přímého prodeje;
- příjem: přímá nebo nepřímá odměna, kterou přímý prodejce obdrží z obchodu, který byl po přijetí pravidelně prováděn;
- nábor: jakákoliv činnost prováděná s cílem nabídnout osobě možnost stát se přímým prodejcem;
- spotřebitel: fyzická nebo právnická osoba nebo subjekt, který je kupujícím nebo uživatelem zboží nebo služeb nabízených k prodeji přímým prodejcem, který jedná za účelem, jenž nespadá do jeho obchodní, podnikatelské, řemeslné nebo profesní činnosti;
- produkt: jakékoliv zboží nebo služba určená spotřebitelům.

Kapitola II

Ochrana spotřebitele

1. Spravedlivé chování

Členové DSE nebo jejich přímí prodejci se musí ve všech situacích respektovat a přizpůsobovat se spotřebitelům, s nimiž jednají, například z hlediska jejich věku a jazykových schopností. Členové DSE a jejich přímí prodejci musí rovněž respektovat přání spotřebitelů, s nimiž jednají, zejména pokud jde o návštěvy nebo telefonické kontakty v přiměřených hodinách. Přímí prodejci v co největší míře zohledňují finanční možnosti spotřebitelů a dbají na to, aby uzavírané smlouvy byly přiměřené jejich situaci.

Pokud o to spotřebitel požádá, přímý prodejce by měl:

- zrušit předváděcí akci nebo prodejní prezentaci;
- odložit předvádění nebo prodejní prezentaci;
- přerušit již zahájenou předváděcí nebo prodejní prezentaci.

Společnosti a jejich přímí prodejci se zdrží všeho, co by mohlo spotřebitele přesvědčit, aby přijal nabídku jen proto, aby:

- prokázal přímému prodejci osobní laskavost;
- ukončil nežádoucí prezentaci;
- získal nějakou výhodu, která není předmětem nabídky, nebo vyjádřil uznání za takovou výhodu.

2. Identifikace

Při osobním kontaktu se spotřebiteli a před jakoukoliv prodejní prezentací musí přímí prodejci, aniž by o to byli požádáni, uvádět pravdivé údaje:

- představí se jménem;
- uvede název společnosti, kterou zastupuje;
- na požádání předloží odpovídající průkaz totožnosti s uvedením názvu a adresy společnosti;

- vysvětlí obchodní účel kontaktu;
- při prodeji na večírku vysvětlí hostesce a účastníkům důvod a účel komerční akce.

3. Informační požadavky

Před tím, než je spotřebitel vázán jakoukoliv smlouvou o přímém prodeji nebo odpovídající nabídkou, musí společnosti a/nebo jejich přímí prodejci spotřebitele vhodným způsobem informovat a pravdivě a vyčerpávajícím způsobem odpovědět na všechny otázky týkající se výrobků a nabídky.

Tato informační povinnost zahrnuje poskytnutí podrobností o:

- účelu nabízených výrobků, způsobu jejich použití a jejich složení;
- cenách za platbu v hotovosti nebo ve splátkách a případných vedlejších nákladech;
- platebních podmínkách a vedlejších nákladech;
- zákonném právu na odstoupení a vrácení podle zákonů o přímém prodeji
- zákonném právu na odstoupení a vrácení podle zákonů o spotřebitelském úvěru
- jakýchkoliv právech na odstoupení od smlouvy udělených tímto etickým kodexem a jdoucích nad rámec výše uvedených zákonných práv;
- rozsahu záruky a rozsahu odpovědnosti;
- doručení.

4. Ústní dohody

Přímí prodejci mohou učinit ústní dohody pouze se spotřebiteli, kteří jsou schváleni společností.

5. Objednávkový formulář

Kopie objednávkového formuláře, kterou obdrží spotřebitelé musí být čitelná, přehledná a snadno srozumitelná. Vyplněný písemný objednávkový formulář by měl obsahovat alespoň následující informace:

- jméno a úplnou adresu obou smluvních stran; pokud je přímý prodejce jednou ze stran, musí být uveden také název a adresa této společnosti;
- charakter a velikost objednávky;
- termíny dodání (pokud je to relevantní);
- ceny platné pro platbu v hotovosti nebo ve splátkách a případné vedlejší náklady;
- platební podmínky;
- práva na odstoupení od smlouvy a/nebo vrácení zboží a způsob jejich uplatnění;
- rozsah záruky nebo ručení a rozsah odpovědnosti a dalších podobných nároků ze strany spotřebitele.

6. Reference

Vůči spotřebiteli se mohou společnosti a přímí prodejci odvolávat z obchodní důvodů na posudky nebo potvrzení, výsledky testů nebo na jiné osoby pouze tehdy, pokud:

- k tomu byly oprávněny;
- je to platné a vhodné;
- je takové svědectví nebo potvrzení pravdivé, ověřitelné, aktuální, není zastaralé nebo se nevztahuje na ojedinělé úspěchy a je založeno na průměrných číslech;
- jsou posudky nebo potvrzení, testy a/nebo osobní reference přímo spojeny se společností a/nebo jejími produkty a zaměřeným účelem zakázky.

7. Právo na odstoupení od smlouvy

Spotřebitelé mají právo odstoupit od smlouvy i v případě, že platba, kterou má spotřebitel provést, nepřesahuje zákonnou hranici pro právo na odstoupení od smlouvy stanovenou vnitrostátními právními předpisy.

V souladu se zákonem je upozornění na toto právo, jeho rozsah a případné důsledky a způsob jeho uplatnění.

8. Použití osobních údajů

Při používání osobních údajů spotřebitele se společnost zavazuje přijmout veškerá opatření, aby zajistily, že zpracování informací týkajících se spotřebitele bude probíhat při plném respektování zákonných požadavků na ochranu soukromí a osobní identity.

Neoprávněné použití osobních údajů shromážděných během podnikání pro jiné účely, než pro které byly údaje shromážděny, je považováno za závažné porušení etických pravidel tohoto kodexu.

9. Doba zpracování a doručení objednávky

Objednávky musí být vyřízeny včas s ohledem na typ požadovaných produktů a případné zvláštní dohody mezi stranami. V případě problémů nebo překážek, které vedou ke zpoždění vyřízení objednávky, musí být spotřebitel včas informován, aby mohl řádně posoudit, jak uplatnit svá práva.

10. Servis a záruka

Podmínky a rozsah poprodejního servisu a případné záruky musí být jasně uvedeny buď v objednávkovém formuláři, nebo v samostatném tiskopisu, nebo v jiné doprovodné literatuře k dodávce výrobku.

11. Podpora prodeje

Přímí prodejci a společnosti se aktivně ptají spotřebitelů, zda si přejí dostávat od společnosti budoucí informace, nabídky, pozvánky nebo jiné materiály. Pokud se spotřebitel rozhodne, že ne, společnosti a přímí prodejci se zaváží, že se vůči tomuto spotřebiteli těchto aktivit zdrží.

12. Literatura

V propagačních materiálech, jako jsou letáky, reklamy, katalogy apod., musí být uveden název a adresa společnosti i přímého prodejce, pokud má být účastníkem smlouvy. Ve všech propagačních materiálech se společnosti a přímí prodejci zdrží jakéhokoliv klamání spotřebitele, pokud jde odistribuční kanál, ceny a vlastnosti výrobků.

Zásadně se nesmí provádět srovnání s konkurenčními společnostmi nebo konkurenčními výrobky, pokud tato srovnání nejsou pravdivá a objektivní.

13. Nábor spotřebitelů

Přímí prodejci a společnosti nesmějí spotřebitele přesvědčovat ke koupi výrobků nebo služeb slibováním určitých výhod, které jsou spojeny s přesvědčováním dalších spotřebitelů k uzavírání podobných obchodů s vyhlídkou získání výhod prostřednictvím náboru dalších spotřebitelů.

Kapitola III

Přímí prodejci

1. Dodržování předpisů přímými prodejci

Společnosti by měly sdílet obsah tohoto kodexu se všemi přímými prodejci a vyžadovat, jako podmínku členství v distribučním systému, aby ho všichni přímí prodejci dodržovali.

V každém případě by měla být prodejní struktura organizována, řízena a kontrolována společností tak, aby byl zajištěn dohled nad chováním jednotlivých prodejců.

2. Nábor nových prodejců

Přímí prodejci jsou přijímáni výhradně v souladu s obecně uznávanými zásadami spravedlivé hospodářské soutěže.

3. Povinnost informovat přímé prodejce

Přímí prodejci a potenciální přímí prodejci musí být plně a pravdivě informováni o svých právech a povinnostech. Informační povinnost společností by se měla vztahovat zejména na smluvní a zákonné povinnosti provádějící status nezávislých přímých prodejců a povinnost platit daně a sociální příspěvky.

Veškeré poskytované informace o možnostech výdělku musí být transparentní a vycházet z doložených skutečností a prokazatelných průměrných prodejních výsledků přímých prodejců v dané společnosti. Marketingový plán společnosti musí být transparentní, srozumitelný a nesmí být zavádějící. To platí pro ústní a písemná prohlášení i pro obrazový materiál používaný společností.

4. Vztah

Společnosti a přímí prodejci podepíší písemnou dohodu o spolupráci. Tato dohoda obsahuje základní práva a povinnosti obou smluvních stran. DSE se distancuje od obchodních praktik, jejichž cílem je komerční využití soukromé sféry přímého prodejce a/nebo využití prostředků používaných sektářskými skupinami k vytvoření osobní závislosti.

5. Poplatky

Společnosti nebo přímí prodejci nesmí přímé prodejce nebo potenciální přímé prodejce zavazovat k zaplacení vstupního poplatku nebo jakéhokoliv jiného poplatku za zahájení činnosti přímého prodejce, za účast v systému nebo za setrvání v něm. Pokud to zákon nezakazuje, je možné povinně zakoupit předváděcí sadu, pokud kupující obdrží za zakoupené položky a služby přiměřenou tržní hodnotu. Služby, které jsou pro přímého prodejce nepostradatelné pouze ve vztahu ke konkrétní společnosti (například specifické prodejní aplikace nebo specifické internetové obchody, pokud jsou nezbytně nutné k výkonu práce nebo pokud společnost požaduje, aby přímý prodejce vykonával takovou činnost) se poskytují bezplatně. Nepovinné služby, které podporují činnost přímých prodejců, se neposkytují za více než je tržní cena.

6. Inventář produktů

Společnosti nebo přímí prodejci nesmí přímé prodejce nutit k nákupu nadměrného množství produktů ani je prostřednictvím ekonomických pobídek nutit investovat do nepřiměřeně velkých nákupů.

Při určování přiměřené výše zásob výrobků je třeba vzít v úvahu následující skutečnosti:

- potenciální výnosy ze zásob;
- typy výrobků a jejich odbytiště;
- politiku společnosti týkající se výkupu a náhrad.

7. Zpětný odkup

Zpětný odkup výrobků: Při ukončení partnerství je společnost povinna odkoupit zpět veškeré nepoužité a nepoškozené zboží a materiály za cenu, která není nižší než 90 % původní ceny a všech částek, které byly za tyto materiály případně zaplacený, a to i jako záloha.

Zpětný odkup předváděcí sady: Při ukončení partnerství je společnost rovněž povinna odkoupit zpět (nepoškozenou část) předváděcí soupravy za minimálně 90 % kupní ceny, po odečtení všech příjmů nebo výhod, které přímý prodejce obdržel po zakoupení předváděcí soupravy.

Všechny náhrady jsou podmíněny stavem, neporušeností a platností vráceného zboží a materiálů. Vrácení peněz však není podmíněno údajným datem nákupu nebo datem expirace zboží, pokud se datum expirace netýká zdravotních nebo bezpečnostních důvodů.

Přímí prodejci by měli být informováni při uzavření smlouvy.

8. Příjem

Převážná většina příjmů přímých prodejců v rámci DSE musí pocházet z prodeje výrobků a služeb spotřebitelům; přímí prodejci nesmějí mít příjmy pouze na základě náboru dalších přímých prodejců do systému prodeje. Přímý prodejce nesmí získat žádnou odměnu za povinné nákupy výrobků při vstupu jiného přímého prodejce ani za nákup reklamy, školení nebo školicích materiálů jiným přímým prodejcem.

9. Účty

Společnosti poskytují svým přímým prodejcům pravidelné vyúčtování s podrobnými údaji o odměnách (provize, bonusy, slevy apod.), dodávkách, stornech a dalších relevantních údajích. Přímí prodejci obdrží provizi, na kterou mají nárok na základě prodeje spotřebitelům, co nejdříve nebo nejpozději však do šesti týdnů od dodání výrobku spotřebiteli.

10. Školení přímého prodejce

Každá členská společnost DSE musí svým přímým prodejcům nabídnout odpovídající školení. Účelem školení je podpora profesního růstu přímých prodejců. Pokud jde o školení o výrobcích, musí být prováděno bez jakýchkoliv nákladů pro přímé prodejce. Účastníci školení si mohou nést vlastní náklady na cestu a ubytování. Jiné než produktové školení mohou společnosti poskytovat za přiměřenou odměnu, pokud to nevede ke zvýhodnění společnosti nebo jiné části systému přímého prodeje.

11. Další materiály

Přímí prodejci, kteří prodávají propagační nebo školicí literaturu nebo školicí/propagační akce v souladu s bodem 10 této kapitoly, musí používat pouze materiály, ať už v tištěné nebo elektronické podobě, formálně schválené společností, již přímý prodejce zastupuje.

Společnosti zakáží přímým prodejcům uvádět na trh nebo vyžadovat od ostatních nákup jakýchkoliv materiálů, které jsou v rozporu se zásadami a postupy společnosti.

Přímý prodejce se zdrží vynucování nákupu prodejních pomůcek pod podmínkou další účasti přímých prodejců v systému. Přímý prodejce musí v souladu s bodem 10 této kapitoly poskytovat prodejní pomůcky za přiměřenou odměnu, pokud to nevede ke zvýhodnění společnosti nebo jiné části systému přímého prodeje, a musí nabízet písemné zásady pro vracení zboží, které jsou stejné jako zásady pro vracení zboží společnosti, již přímý prodejce zastupuje. Společnosti musí zavázat přímé prodejce, kteří vyrábějí prodejní pomůcky, aby se ujistili, že nejsou klamavé a aby dodržovali ustanovení tohoto kodexu.



Kapitola IV

Jednání mezi společnostmi

Společnosti jsou povinny zajistit čestné jednání buď mezi sebou, nebo vůči třetím stranám a zavázat se, že se vyvarují nepoctivému jednání, činností nebo chování, i když by jen potenciálně mohly způsobit ekonomickou škodu nebo škodu na reputaci jiné společnosti nebo třetí strany, a to buď přímo, nebo prostřednictvím svých prodejců.

Společnosti a přímí prodejci nesmějí systematicky odlákávat část prodejní síly jiné společnosti, třetí strany nebo přímého prodejce.

Vztahy mezi společnostmi zůstávají předmětem volné hospodářské soutěže a zavazují se k nejvyšší úrovni poctivého obchodování a k uplatňování smírných postupů v případě konfliktu. Společnosti upozorní generálního ředitele DSE na jakékoliv chování, které je považováno za neslučitelné s tímto kodexem.



Kapitola V

Vymáhání předpisů

1. Povinnosti společností

Povinnost dodržovat Kodex spadá do odpovědnosti signatářských společností, které vynaloží veškeré úsilí k zajištění řádného provádění Kodexu.

Stížnosti mezi spotřebiteli a společnostmi přímého prodeje a/nebo jejich přímými prodejci se řeší prostřednictvím alternativního způsobu řešení sporů (ADR), jež si zvolí obě strany. Pokud v přiměřené lhůtě nelze nalézt řešení ke spokojenosti obou stran, může spotřebitel oznámit porušení tohoto Kodexu generálnímu řediteli DSE.

2. Povinnosti asociace

Stížnosti společností přímého prodeje řeší představenstvo DSE.

3. Jednací řád

V případě stížnosti se společnosti v první řadě řídí etickým kodexem sdružení, jejichž členy jsou. V případě, že společnost není členem asociace v určité zemi, použije se etický kodex DSE.

Každý, kdo se oprávněně domnívá, že některé z ustanovení tohoto kodexu bylo porušeno, může to oznámit představenstvu zasláním písemného sdělení (poštou, faxem nebo e-mailem) generálnímu řediteli DSE.

Pro usnadnění vyřízení stížnosti by v ní měly být uvedeny následující aspekty:

- popis stížnosti a pokud je to možné i posuzované porušení Kodexu;

- kontaktní údaje stěžovatele (jméno, adresa, telefonní číslo, fax nebo e-mail);
- oprávnění ke zpracování stížnosti s použitím osobních údajů stěžovatele.

Pokud výše uvedené podmínky nejsou dostatečně splněny, může správní rada rozhodnout o nezpůsobilosti zprávy.

Po obdržení zprávy přistoupí generální ředitel DSE k její registraci, vyřízení a uložení. S údaji bude nakládáno v souladu s pravidly ochrany osobních údajů.

Po přezkoumání zprávy se generální ředitel DSE nejprve spojí se společností uvedenou ve zprávě, aby zjistil, zda existuje možnost pokračovat bez formálního procesu. Pokud generální ředitel neobdrží důkaz o uspokojivém dobrovolném postupu do 15 pracovních dnů, zašle zprávu představenstvu, které ji vyhodnotí (buď okamžitě a korespondenčně, nebo na svém nejbližším zasedání) a rozhodne, jak dále postupovat:

- uzavřít z důvodu nedostatku důkazů;
- zahájit proces sebekázně ve vztahu k dané členské společnosti.

Členská společnost, která obdrží oznámení o zahájení vlastního disciplinárního řízení, musí do 15 pracovních dnů od oznámení předat představenstvu požadované a nezbytné dokumenty k objasnění svého stanoviska: pokud jsou vysvětlení považována za neuspokojivá, představenstvo zahájí formální řízení.

Do 15 pracovních dnů od oznámení může členská společnost požádat správní radu o slyšení. Slyšení se uskuteční na prvním zasedání představenstva, které bude členskou společnost informovat s předstihem nejméně 15 pracovních dnů.

Správní rada ukončí formální procesy do 60 dnů od zahájení disciplinárního řízení. Rozhodnutí se přijímají prostou většinou hlasů.

O výsledku řízení rozhoduje představenstvo a generální ředitel DSE, který jej rozešle dotčeným stranám.

Příjemce disciplinárního opatření je povinen splnit rozhodnutí správní rady neprodleně, nejpozději však do 30 pracovních dnů od oznámení přijatého výsledku.

4. Systém sankcí

Důtka

Pokud představenstvo DSE na konci procesu zjistí, že skutečně došlo k porušení jednoho nebo více ustanovení Kodexu, zašle členské společnosti vytýkáci dopis, ve kterém ji požádá, aby nejpozději do 30 pracovních dnů splnila předepsané opatření.

Cenzura

V případě, že členská společnost nesplní včas pokyny obsažené ve vytýkacím dopise, nebo pokud je porušení obzvláště závažné z hlediska množství nebo závažnosti porušení Kodexu, zašle jí představenstvo DSE cenzurní opatření s výzvou k nápravě v maximální lhůtě 30 dnů.

Vyloučení člena

Pokud členská společnost nesplní včas pokyny obsažené v cenzurním opatření, zahájí Generální shromáždění DSE, v případě zvlášť závažného porušení, proces vyloučení v souladu s ustanoveními stanov asociace.

5. Zveřejnění sankcí

Vyloučení člena z DSE bude ve všech případech zveřejněno.

Kapitola VI

Publikace

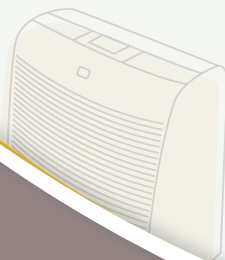
DSE a její členové kodex zveřejní a co nejvíce jej rozšíří. Kopii kodexu, stejně jako kopii Desetibodového závazku DSE pro etický přímý prodej, lze nalézt na adrese www.directsellingeurope.eu.

Tištěné kopie jsou veřejnosti k dispozici zdarma na vyžádání na sekretariátu DSE v Bruselu:



Evropská asociace přímého prodeje

Direct Selling Europe (DSE)
Avenue de la Toison d'Or 51
B-1060 Brussels
Belgium



Přidejte se k Evropské asociaci přímého prodeje a staňte se součástí asociace s nejvyššími etickými standardy v oboru a skupiny podniků s hvězdnou pověstí. Další informace o tom, jak se stát členem, získáte na sekretariátu DSE:

Avenue de la Toison d'Or 51
1060 Brussels
Belgium

T +32(0)2 503 18 56

F +32 (0)2 513 14 35

E info@directsellingeurope.eu

www.directsellingeurope.eu