

# **Załącznik nr 1**

## **do Umowy o współpracy z partnerem**

### **Kodeks Etyczny dla Partnerów**

#### **§ 1 [Zasady ogólne]**

1. Niniejszy Kodeks obowiązuje wszystkich Partnerów (P) współpracujących z RLC bez względu na formę i rodzaj współpracy.
2. Obowiązkiem każdego P jest przestrzeganie zasad etycznych oraz dbanie o przestrzeganie zasad etycznych przez innych P. Każdy P jest upoważniony do zwrócenia uwagi innemu P naruszającemu zasady etyczne.
3. W przypadkach nieujętych w Kodeksie każdy P powinien kierować się zasadami współżycia społecznego.
4. Kodeks Etyczny obowiązuje odpowiednio wszystkie osoby, z którymi P współpracuje w zakresie objętym umową o współpracy.

#### **§ 2 [Stosunek do Klientów]**

1. Partner zobowiązany jest do należytego dbania o interesy Klientów. Obowiązek ten oznacza konieczność przekazywania rzetelnych i sprawdzonych informacji na temat firmy RLC w tym oferty oraz oferowanych produktów i usług, a także zakaz przekazywania informacji nieprawdziwych lub wprowadzania w błąd. Zabronione jest podejmowanie działań mających na celu obietnicę zawyżonych gratyfikacji pieniężnych bądź rzeczowych jako efekt współpracy, a także nadmiernego uproszczenia współpracy.
2. Partner nie może rozsyłać tzw. „spamu”, a także oferować drogą elektroniczną współpracę, nabycia usług lub produktów bez uprzedniej zgody osoby lub podmiotu, do których kierowana jest oferta.
3. Partner nie może reklamować firmy, produktów lub usług RLC przy wykorzystaniu innych materiałów niż zaakceptowane i przekazane mu przez RLC.
4. Partner powinien zwracać uwagę na to by jego wypowiedzi, wystąpienia, reklama nie naruszały godności i prywatności innych osób.
5. Partner nie może rozpowszechniać negatywnych informacji na temat produktów lub usług RLC które odbiegają od faktycznego stanu rzeczy.
6. Zakazane jest zakładanie przez Partnera fikcyjnych kont Klientów w celu uzyskania prowizji oraz podszywanie się pod inne osoby, w szczególności poprzez bezprawne posługiwanie się w adresie poczty elektronicznej nazwiskiem osoby fizycznej, zastrzeżonym znakiem towarowym lub nazwą firmy RLC i wprowadzanie w błąd co do osoby Użytkownika. Zabrania się także tytułowania się pracownikiem firmy bez nadania tego stanowiska przez Zarząd firmy RLC.
7. Przekierowanie na stronę RLC z linku Partnera powinno być świadomym i zamierzonym kliknięciem, lub czynnością wykonaną przez odwiedzającego. Przekierowanie nie może być w żaden sposób wymuszone.

#### **§ 3 [Stosunek do innych P]**

1. P powinien w stosunku do współpracowników, w tym w szczególności do innych P kierować się zasadami lojalności i koleżeństwa.
2. P nie może rekrutować osób, które są w trakcie rekrutacji lub zostały zrekrutowane przez innego P.
3. P nie może zmienić osoby rekomendującej / wprowadzającej do struktur RLC.
4. W przypadku rozwiązania lub wygaśnięcia umowy z RLC P nie może ponownie nawiązać współpracy z RLC przed upływem 6 miesięcy.
5. P może być stroną tylko jednej umowy z RLC za wyjątkiem przypadków, gdy w trakcie obowiązywania umowy doszło do zawarcia związku małżeńskiego przez P występujących wcześniej jako odrębni P.
6. P nie może oferować innemu P produktów, usług, a także przedsięwzięć biznesowych oraz współpracy z firmami konkurencyjnymi o zbliżonym modelu. Zakaz ten nie dotyczy osób osobiście rekomendowanych do współpracy z RLC.

#### **§ 4 [Stosunek do potencjalnych współpracowników]**

1. P nie może wprowadzać w błąd potencjalnych współpracowników co do faktów dotyczących planu wynagradzania oraz produktów i usług oferowanych przez RLC w swoich wypowiedziach ustnych lub pisemnych, a także reklamach.
2. P nie może sugerować potencjalnym współpracownikom, że współpraca z RLC jest związana z możliwością zatrudnienia na podstawie umowy o pracę.