

**KODEKS ETYKI
POLSKIEGO ZWIĄZKU PRACODAWCÓW PRYWATNYCH
BRANŻY KOSMETYCZNEJ**

**Rozdział I
Przepisy ogólne**

§ 1

Kodeks Etyki Polskiego Związku Pracodawców Prywatnych Branży Kosmetycznej określa zasady postępowania obowiązujące członków Polskiego Związku Pracodawców Prywatnych Branży Kosmetycznej w zakresie prowadzonej przez nich działalności gospodarczej w branży kosmetycznej.

§ 2

1. Użyte poniżej określenia oznaczają:
 - 1) **Związek** – Polski Związek Pracodawców Prywatnych Branży Kosmetycznej, będący związkiem pracodawców, działający na podstawie ustawy z dnia 23 maja 1991 r. o organizacjach pracodawców, członek Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych,
 - 2) **Członek Związku** – pracodawca prowadzący działalność w branży kosmetycznej na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej zrzeszony w Związku,
 - 3) **Branża kosmetyczna** – ogół przedsiębiorców mających siedzibę na terenie Rzeczypospolitej Polskiej, prowadzących działalność gospodarczą, polegającą na produkcji, sprzedaży, dystrybucji lub badaniu kosmetyków lub surowców do ich produkcji, a także działalność związana z powyższymi, prowadzona w kraju lub za granicą,
 - 4) **Kosmetyk** – substancja spełniająca kryteria określone w ustawie z dnia 30 marca 2001 r. o kosmetykach,
 - 5) **Organy Związku** - Walne Zgromadzenie, Rada Nadzorcza i Zarząd, których skład i kompetencje określa statut Związku,
 - 6) **Statut** - statut Związku,
 - 7) **Kodeks** – niniejszy Kodeks Etyki Związku.

Rozdział II **Zasady Postępowania**

§ 3

1. Każdy Członek Związku jest zobowiązany do:
 - 1) przestrzegania w prowadzonej działalności gospodarczej obowiązujących przepisów prawa oraz zasad etyki i obowiązujących w Branży kosmetycznej standardów, a także zasad uczciwej i rzetelnej konkurencji,
 - 2) przestrzegania praw konsumentów,
 - 3) prowadzenia działalności gospodarczej z poszanowaniem najwyższych standardów w zakresie ochrona środowiska,
 - 4) prowadzenia produkcji zgodnie z zasadami dobrej praktyki,
 - 5) prowadzenia reklamy i promocji w sposób rzetelny i uczciwy oraz do powstrzymywania się od reklamy lub promocji, która mogłaby wprowadzić w błąd konsumenta,
 - 6) powstrzymywania się od publicznej krytyki marek, produktów, metod prowadzenia działalności gospodarczej, a zwłaszcza metod konfekcjonowania lub metod dystrybucji innych Członków Związku, jeśli taka krytyka mogłaby, nawet pośrednio, być uznana za niezgodną z prawdą lub sprzeczną z zasadami uczciwej i rzetelnej konkurencji,
 - 7) podtrzymywania dobrej reputacji Branży kosmetycznej.

§ 4

1. Członek Związku jest zobowiązany przestrzegać w szczególności przepisów:
 - 1) ustawy z dnia 30 marca 2001 r. o kosmetykach,
 - 2) ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych,
 - 3) ustawy z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej,
 - 4) ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji,
 - 5) ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów,
 - 6) ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o sprzedaży konsumenckiej.

§ 5

Członek Związku jest zobowiązany promować Związek, jego działania oraz zasady zawarte w Kodeksie.

Rozdział III

Stosunki pomiędzy członkami Związku

§ 6

Członek Związku jest zobowiązany poinformować Zarząd o każdym sporze między nim a innym Członkiem Związku, w miarę możliwości zanim spór zostanie skierowany na drogę postępowania sądowego lub arbitrażowego. Taki spór może zostać poddany procedurze pojednawczej zgodnie z odpowiednimi postanowieniami Statutu (*patrz: Załącznik nr 1 do Statutu – Postępowanie pojednawcze*).

Rozdział IV

Przestrzeganie postanowień Kodeksu

§ 7

Członek Związku jest zobowiązany przestrzegać postanowień Kodeksu, a za ich naruszenie może zostać wykluczony, w trybie postanowień Statutu, ze Związku.