

Apstiprināts 25 februāris 2016

Confirmed on February 25th, 2016

RĪCĪBAS KODEKSS ATTIECĪBĀ UZ PATĒRĒTĀJIEM

CODE OF CONDUCT TOWARDS CONSUMERS

1. VISPĀRĪGI NOTEIKUMI

1. GENERAL

1.1 Darbības joma

1.1 Scope

Latvijas Tiešās tirdzniecības asociācijas rīcības kodeksu attiecībā uz patērētājiem (turpmāk tekstā — „kodekss”) ir pieņēmusi Latvijas Tiešās tirdzniecības asociācija, kas ir *Seldia* — Eiropas Tiešās tirdzniecības asociācijas — biedre, saskaņā ar Eiropas tiešās tirdzniecības rīcības kodeksu attiecībā uz patērētājiem. Kodekss attiecas uz attiecībām starp tiešās tirdzniecības uzņēmumiem un tiešajiem pārdevējiem no vienas puses un patērētājiem no otras puses. Kodeksa mērķis ir panākt patērētāju gandarījumu un aizsardzību, veicināt godīgu konkurenci brīva uzņēmuma ietvaros, uzlabot tiešās tirdzniecības publisko tēlu, kuras galvenais mērķis ir pārdot kvalitatīvus produktus patērētājiem ar godīgiem noteikumiem un nosacījumiem.

The Latvian Direct Selling Association's Code of Conduct towards Consumers (hereinafter referred to as the “Code”) is adopted by the Latvian Direct Selling Association, which is a member of *Seldia* – the European Direct Selling Association, following the European Direct Selling Code of Conduct towards Consumers. The Code concerns the relations between direct selling companies and direct sellers on the one hand and consumers on the other hand. The Code is aimed at achieving the satisfaction and protection of consumers, the promotion of fair competition in the framework of free enterprise, and the enhancement of the public image of direct selling, which is to sell quality products on fair terms and conditions to consumers.

1.2 Terminu skaidrojums

1.2 Glossary of terms

Šajā kodeksā:

For the purpose s of this Code:

1) *tiešā tirdzniecība* nozīmē jebkādu tirdzniecības metodi, kas pamatojas uz to, ka pārdevējs, turpmāk tekstā — „*tiešais pārdevējs*”, patērētājam izskaidro vai demonstrē produktu ārpus uzņēmējdarbības telpām, parasti patērētāja mājās, cita patērētāja mājās vai patērētāja darba vietā;

(1) *Direct selling* means any selling method which is based on the explanation or demonstration of products to a consumer by a salesperson, hereinafter called *direct seller*, away from business premises, typically in the consumer's home, in that of another consumer or at the consumer's place of work.

2) *patērētājs* ir jebkura fiziska persona, kura iegādājas produktus mērķiem, kas nav saistīti ar viņa īstenotu tirdzniecību, uzņēmējdarbību vai profesiju;

(2) *Consumer* means any natural person who buys products for purposes which can be regarded as outside his trade, business or profession.

3) *LTTA* — Latvijas Tiešās tirdzniecības asociācija ir tiešās tirdzniecības uzņēmumu valsts asociācija, kas Latvijā pārstāv tiešās tirdzniecības uzņēmumus un kas ir *Seldia* — Eiropas Tiešās tirdzniecības asociācijas — biedre;

(3) *LDSA* – Latvian Direct Selling Association is national association of direct selling companies which represents the direct selling industry in Latvia and which is a member of *Seldia* – the European Direct Selling Association.

4) *uzņēmums* ir jebkāda uzņēmējdarbības vienība, kas tirgo produktus, kas saistīti ar prečzīmi, pakalpojumu zīmi vai identificējošu simbolu, izmantojot izplatīšanas sistēmu, kas balstās uz tiešo tirdzniecību, un kas ir *LTTA* biedrs;

(4) *Company* means any business entity which markets products associated with its trademark or service mark or identifying symbol through a distribution system based on direct selling and which is a member of the *LDSA*.

5) *izplatīšanas sistēma* ir jebkāda organizācija un metode, kas izstrādātas produktu mārketingam;

6) *tiešais pārdevējs* ir jebkura fiziska vai juridiska persona, kura ir tiešās tirdzniecības uzņēmuma izplatīšanas sistēmas biedrs un kura tirgo uzņēmuma produktus, veicina tirdzniecību vai sniedz atbalstu tirdzniecībā ārpus uzņēmējdarbības telpām, parasti patērētāja mājās, cita patērētāja mājās vai patērētāja darba vietā;

7) *produkts* ir jebkāda materiāla vai nemateriāla prece vai pakalpojums;

8) *pārdošana* ir saziņa ar potenciālajiem patērētājiem, produktu piegāde vai demonstrēšana, pasūtījumu pieņemšana, produktu piegāde un maksājuma saņemšana;

9) *pārdošanas viesības* ir tiešā tirdzniecība patērētāju grupai, kuru saimnieks ir uzaicinājis šādam nolūkam;

10) *pasūtījuma veidlapa* ir dokuments, ko izmanto produktu pasūtīšanai;

11) *darbinieku piesaiste* ir darbība, ko veic ar mērķi piedāvāt personai iespēju kļūt par tiešo pārdevēju;

12) *kodeksa administrators* ir neatkarīga persona vai iestāde, kuru ir iecēlusi LTTA, lai tā uzraudzītu, kā uzņēmumi ievēro LTTA kodeksu, un lai izskatītu sūdzības saskaņā ar kodeksu.

1.3. Uzņēmumi

Katrai LTTA dalības organizācijai ir jāņem vērā kodekss, lai tās tiktu uzņemtas un varētu turpināt dalību LTTA. Katrai LTTA dalības organizācijai ir prasīts publiski popularizēt dalību LTTA un šo kodeksu.

1.4. Tiešie pārdevēji

Tiešajiem pārdevējiem kodekss nav tieši saistošs, bet, lai tie varētu piedalīties uzņēmuma izplatīšanas sistēmās, tiem ir jāņem vērā kodekss vai rīcības noteikumi, kas atbilst tā standartiem.

1.5. Pašpārvalde

Kodekss ir tiešās tirdzniecības nozares pašpārvaldes pasākums. Tas nav likums, un tajā noteiktās saistības var pieprasīt tādu ētiskās rīcības līmeni, kas pārsniedz likumā noteiktās prasības. Tā neievērošana nerada nekāda veida

(5) *Distribution system* means any organization and method designed for the marketing of products.

(6) *Direct seller* means any natural or legal person who is member of the distribution system of a direct selling company and who sells, facilitates or assists in the sale of products of that company away from business premises, typically in the consumer's home, in that of another consumer or at the consumer's place of work.

(7) *Product* means any goods, tangible or intangible, or service.

(8) *Selling* means communication with potential customers, delivery of products or demonstration, taking orders, delivery of products and receipt of the payment.

(9) *Party selling* means direct selling to a group of consumers invited by a host to that end.

(10) *Order form* means any document used to order products.

(11) *Recruiting* means activity conducted for the purpose of offering a person the opportunity to become a direct seller.

(12) *Code administrator* means an independent person or body appointed by the LDSA to monitor member companies' observance of the LDSA's Code and to resolve complaints under the Code.

1.3. Companies

Every LDSA member company pledges to abide by the Code as a condition of admission and continuing membership in the LDSA. Every LDSA member company shall be required to promote to the public its LDSA affiliation and this Code.

1.4 Direct Sellers

Direct sellers are not bound directly by the Code, but shall be required by their companies to adhere to it or to rules of conduct meeting its standard as a condition of membership in the companies' distribution systems.

1.5 Self-regulation

The Code is a measure of self-regulation by the direct selling industry. It is not a law, and its obligations may require a level of ethical behaviour which exceeds existing legal requirements. Non-observance does not create any

civiltiesisko atbildību. Pārtraucot dalību LTTA, uzņēmumam vairs nav saistošs kodekss, kā noteikumi paliek piemērojami notikumiem vai darījumiem, kas radušies laikā, kad uzņēmums bija LTTA biedrs.

1.6. Tiesību akti

Uzņēmumiem un tiešajiem pārdevējiem ir jāņem vērā tiesību aktu prasības, un tādēļ kodeksā nav pārfrāzētas visas tiesību aktos noteiktās saistības.

1.7. Standarti

Kodeksā ir iekļauti ētiskās rīcības standarti tiešās tirdzniecības uzņēmumiem un tiešajiem pārdevējiem. Kodeksu ir ieteicams izmantot kā nozares standartu liecību.

1.8. Teritoriāla piemērošana

LTTA kā nosacījumu iestājai un nepārtrauktai dalībai LTTA, katram biedram pieprasīs ņemt vērā: valsts kodeksus, ja uzņēmums ir valsts TTA biedrs; Eiropas kodeksus, ja uzņēmums Eiropas Ekonomikas Zonā (EEZ) nav valsts TTA biedrs; pasaules kodeksu, ja ārpus EEZ uzņēmums nav valsts TTA biedrs.

2. RĪCĪBA ATTIECĪBĀ UZ PATĒRĒTĀJIEM

2.1. Aizliegtas prakses

Tiešie pārdevēji nedrīkst izmantot nepatiesas, maldinošas vai negodīgas prakses.

2.2. Identificēšana un demonstrēšana

Jau saziņas sākumā ar patērētāju tiešajiem pārdevējiem ir jānosauca savs vārds un uzņēmuma nosaukums un jāpaskaidro savi mērķi. Pārdošanas viesībās tiešajiem pārdevējiem ir skaidri jāatklāj pasākuma mērķi gan saimniekam, gan viesību dalībniekiem. Pirms pārdošanas tiešajiem pārdevējiem ir jānodrošina produkta izskaidrošana un/vai demonstrēšana, kā arī jāsniedz informācija, ko nosaka likums.

Patērētājam informācija ir jāsniedz skaidri un saprotami, ņemot vērā labticības principus komerciālos darījumos un principus attiecībā uz to personu aizsardzību, kuras saskaņā ar valsts tiesību aktiem nav spējīgas sniegt savu

civil law responsibility. With termination of its membership in the LDSA, a company is no longer bound by the Code, the provisions of which remain applicable to events or transactions occurring during the time a company was a member of the LDSA.

1.6 Law

Companies and direct sellers are presumed to comply with the requirements of law and therefore the Code does not restate all legal obligations.

1.7 Standards

The Code contains standards of ethical behaviour for direct selling companies and direct sellers. It is recommended that the Code be used as evidence of industry standards.

1.8 Territorial Application

LDSA pledges that it will require each member as a condition of admission and continuing membership in the LDSA to comply either with: the National Codes wherever the company is member of a national DSA; the European Codes wherever within the European Economic Area (EEA) the company is not a member of a national DSA; the World Code wherever outside the EEA the company is not a member of a national DSA.

2. CONDUCT TOWARDS CONSUMERS

2.1. Prohibited Practices

Direct sellers shall not use misleading, deceptive or unfair sales practices.

2.2. Identification and Demonstration

From the beginning of the contact with a consumer, direct sellers shall identify themselves and their company and explain the purpose of their solicitation. In party selling, direct sellers shall make clear the purpose of the occasion to the host and the participants. Prior to the conclusion of the sale, direct sellers shall provide an explanation and/or a demonstration of the product, as well as the information required by the law.

The information given to the consumer shall be provided in a clear and comprehensible manner with due regard to the principles of good faith in commercial transactions and the principles governing the protection of those who are unable,

piekrišanu, piemēram, nepilngadīgas personas.

2.3. Atbildes uz jautājumiem

Tiešajiem pārdevējiem ir jāsniedz rūpīgas un saprotamas atbildes uz visiem patērētāju jautājumiem par produktu un piedāvājumu.

2.4. Pasūtījuma veidlapa

Patērētājam pārdošanas laikā ir jāizsniedz pasūtījuma veidlapa, kur ir minēts uzņēmums un tiešais pārdevējs un kurā patērētājam ir sniegta visa uzņēmuma un atbilstīgā gadījumā tiešā pārdevēja kontaktinformācija, un visi būtiskie pārdošanas noteikumi (atbilstoši 2.2. punktam).

2.5. Mutvārdu solījumi

Tiešais pārdevējs nedrīkst izteikt mutvārdu solījumus attiecībā uz uzņēmuma atzītiem produktiem.

2.6. Anulēšanas tiesības un preču atpakaļatdošana

Uzņēmumiem un tiešajiem pārdevējiem ir jānodrošina, lai jebkurā pasūtījuma veidlapā neatkarīgi no tā, vai tā ir likumā noteikta prasība, vai nē, būtu norādījums par anulēšanas tiesībām laikposmā, kas nav īsāks par 14 dienām, ieskaitot tiesības un nosacījumus atgūt jebkādas maksājumus vai iemainītās preces; vai jāinformē patērētājs par anulēšanas tiesību neesamību. Uzņēmumiem un tiešajiem pārdevējiem, kas piedāvā beznosacījumu atpakaļatdošanas tiesības, tas jānorāda rakstveidā.

2.7. Garantija un pēcpārdošanas pakalpojumi

Pasūtījuma veidlapā vai tai pievienotajos materiālos, vai kopā ar produktu pircējam ir jāsniedz skaidra informācija par garantijas vai galvojuma noteikumiem, papildu informācija par pēcpārdošanas pakalpojumiem un to ierobežojumiem, jānorāda garantijas sniedzēja vārds un adrese, garantijas ilgums un novēršanas pasākumi, kas pieejami pircējam.

2.8. Papildu materiāli

Papildu materiālos vai vēstulēs nedrīkst būt iekļauts nepatiess vai maldinošs produkta apraksts, apgalvojumi par to vai ilustrācijas. Tajos ir jābūt minētam uzņēmuma nosaukumam, adresei vai tālruņa numuram, tajā var būt iekļauts tiešā pārdevēja tālruņa numurs. Tiem ir

pursuant to national legislation, to give their consent, such as minors.

2.3. Answers to Questions

Direct sellers shall give accurate and understandable answers to all questions from consumers concerning the product and the offer.

2.4. Order Form

An order form shall be delivered to the consumer at the time of sale, which shall identify the company and the direct seller and provide the consumer with the full contact details of the company and where applicable the direct seller, and all material terms of the sale (corresponding to 2.2).

2.5. Verbal Promises

Direct sellers shall only make verbal promises concerning the product which are authorized by the company

2.6. Right of withdrawal and Return of Goods

Companies and direct sellers shall make sure that any order form contains, whether it is a legal requirement or not, a right of withdrawal during a period that is not less than 14 days, including the right and conditions to obtain reimbursement of any payment or goods traded in; or informs the consumer of an absence of right of withdrawal. Companies and direct sellers offering an unconditional right of return shall provide it in writing.

2.7. Guarantee and After-Sales Service

Terms of a guarantee or a warranty, details and limitation of after-sales service, the name and address of the guarantor, the duration of the guarantee and the remedial action open to the purchaser shall be clearly set out in the order form or other accompanying literature or provided with the product.

2.8. Literature

Promotional literature or mailings shall not contain any product description, claims or illustrations which are deceptive or misleading. It shall contain the name and address or telephone number of the company and may include the telephone number of the direct seller. It shall also

jābūt arī saskaņā ar šo kodeksu un noteikumiem attiecībā uz bērniem un jauniešiem, jo īpaši ar negodīgas komercprakses direktīvu un audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvu.

2.9. Atsauksmes

Uzņēmumi un tiešie pārdevēji nedrīkst minēt nekādas atsauksmes vai apstiprinājumus, kas nav atļauti, nav patiesi, ir novecojuši vai citādi vairs nav piemērojami, nav saistīti ar viņu piedāvājumu vai tiek izmantoti tā, ka tie varētu maldināt patērētāju.

2.10. Salīdzināšana un nomelnošana

Uzņēmumiem un tiešajiem pārdevējiem ir jāizvairās no tādu salīdzinājumu izmantošanas, kas varētu būt maldinoši vai neatbilst godīgas konkurences principiem. Salīdzināšanu drīkst veikt vienīgi saskaņā ar noteikumiem par salīdzinošo reklāmu, kas izklāstīti Direktīvā 2006/114/EK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu. Uzņēmumi un tiešie pārdevēji ne tieši, ne pastarpināti nedrīkst nomelnot nevienu uzņēmumu vai produktu. Uzņēmumi un tiešie pārdevēji nedrīkst negodīgi izmantot priekšrocības, ko sniedz citi uzņēmumi vai produkta tirdzniecības nosaukuma un simbola prestižs.

2.11. Privātuma ievērošana

Personiska saziņa, saziņa pa tālruni vai elektroniski notiek saprātīgā veidā un laikā, lai tā nebūtu uzbāzīga. Tiešajam pārdevējam ir jāpārtrauc demonstrēšana vai tirdzniecības prezentācija, ja to pieprasa patērētājs. Uzņēmumiem un tiešajiem pārdevējiem ir atbilstoši jārikojas, lai nodrošinātu visas privātās informācijas, ko ir snieguši esošie vai iespējamie patērētāji, aizsardzību.

2.12. Godīgums

Tiešie pārdevēji nedrīkst ļaunprātīgi izmantot individuālu patērētāju uzticību, tiem ir jācieņa patērētāju komerciālās pieredzes trūkums un tie nedrīkst negodīgi izmantot patērētāju vecumu, slimību, garīgu vai fizisku invaliditāti, lētticību, izpratnes trūkumu vai valodas zināšanu trūkumu.

2.13. Piesaistīšana tirdzniecībai

Uzņēmumi un tiešie pārdevēji nedrīkst mudināt patērētājus iegādāties produktus, pamatojoties uz apgalvojumu, ka patērētājs var samazināt vai pat

be compliant with the present Code and the rules regarding marketing towards children and youngsters, in particular those of the Unfair Commercial Practices Directive and the Audiovisual Media Services Directive.

2.9. Testimonials

Companies and direct sellers shall not refer to any testimonial or endorsement which is not authorized, not true, obsolete or otherwise no longer applicable, not related to their offer or used in any way likely to mislead the consumer.

2.10. Comparison and Denigration

Companies and direct sellers shall refrain from using comparisons which are likely to mislead or which are incompatible with principles of fair competition. Comparisons shall only be made in accordance with the provisions on comparative advertising set out in Directive 2006/114/EC concerning misleading and comparative advertising. Companies and direct sellers shall not denigrate any firm or product directly or by implication. Companies and direct sellers shall not take unfair advantage of the goodwill attached to the trade name and symbol of another firm or product.

2.11. Respect of Privacy

Personal, telephone or electronic contact shall be made in a reasonable manner and during reasonable hours to avoid intrusiveness. A direct seller shall discontinue a demonstration or sales presentation upon the request of the consumer. Companies and Direct Sellers shall take appropriate steps to ensure the protection of all private information provided by actual or prospective customers.

2.12. Fairness

Direct sellers shall not abuse the trust of individual consumers, shall respect the lack of commercial experience of consumers and shall not exploit a consumer's age, illness, mental or physical infirmity, credulity, lack of understanding or lack of language knowledge.

2.13. Referral Selling

Companies and direct sellers shall not induce a consumer to purchase products based upon the representation that a consumer can reduce or

segt pirkuma cenu, piesaistot citus patērētājus pārdevējam, veikt līdzīgus pirkumus, ja šādi samazinājumi vai atlīdzināšana ir atkarīga no nedrošiem notikumiem nākotnē.

2.14. Izpilde

Jebkurš pasūtījums ir jāizpilda pēc iespējas ātrāk un 30 dienu laikā kopš dienas, kad patērētājs ir parakstījis pasūtījumu, ja vien puses nav vienojušās citādi.

Patērētājiem ir jābūt informētiem, ja uzņēmumi vai tiešie pārdevēji nav spējīgi izpildīt saistības tādēļ, ka pasūtītie produkti nav pieejami. Šādā gadījumā patērētāji var saņemt jebkuru samaksāto summu atmaksu, cik ātri vien iespējams, un 30 dienu laikā no brīža, kad uzņēmums ir saņēmis paziņojumu par anulēšanu.

3. KODEKSA IZPILDE

3.1. Uzņēmuma atbildība

Primārā atbildība par kodeksa ievērošanu ir katram atsevišķam uzņēmumam. Ja kodekss tiek pārkāpts, uzņēmums īsteno visus saprātīgos centienus, lai gandarītu sūdzības iesniedzēju.

Katram dalības uzņēmumam un topošam dalības uzņēmumam ir jāieceļ LTTA kodeksa atbildīgā amatpersona. Kodeksa atbildīgā amatpersona ir atbildīga par to, lai atvieglotu uzņēmumam kodeksa pārkāpšanu vērā un atbildētu uz LTTA kodeksa administratora pieprasījumiem. Tāpat viņš vai viņa ir galvenā kontaktpersona uzņēmumā, kas ziņo par LTTA Ētikas kodeksa principiem neatkarīgiem pārdevējiem, uzņēmuma darbiniekiem, patērētājiem un sabiedrībai.

3.2. LTTA atbildība

LTTA nodrošina personu, kas atbildīga par sūdzību izskatīšanu. LTTA veic visus saprātīgos centienus, lai nodrošinātu sūdzību risināšanu.

3.3. Kodeksa administrators

LTTA par kodeksa administratoru ieceļ neatkarīgu personu vai iestādi. Kodeksa administrators, veicot atbilstīgas darbības, uzrauga to, kā uzņēmumi ievēro kodeksu. Kodeksa administrators risina jebkādas neatrisinātas patērētāju sūdzības, kas balstās uz kodeksa pārkāpumiem, un iesniedz ikgadēju ziņojumu par kodeksa darbību.

recover the purchase price by referring other consumers to the sellers for similar purchases, if such reductions or recovery are contingent upon some unsure future event.

2.14. Performance

Any order shall be executed as quickly as possible and in any case within 30 days from the day following that on which the consumer signs the order, unless the parties have agreed otherwise.

Consumers shall be informed if companies or direct sellers are unable to perform their side of the contract on the grounds that the products ordered are unavailable. In that case, consumers may obtain a refund of any sums they have paid as soon as possible and in any case within 30 days from the day on which the company receives the communication of the withdrawal.

3. CODE ENFORCEMENT

3.1. Companies' Responsibility

The primary responsibility for the observance of the Code shall rest with each company. In case of any breach of the Code, companies shall make every reasonable effort to satisfy the complainant.

Each member company and pending member company is required to designate a LDSA Code Responsibility Officer. The Code Responsibility Officer is responsible for facilitating compliance with the Code by their company and responding to inquiries by the LDSA Code Administrator. He or she will also serve as the primary contact at the company for communicating the principles of the LDSA Code of Ethics to their independent salespeople, company employees, customers and the general public.

3.2. LDSA Responsibility

LDSA shall provide a person responsible for complaint handling. LDSA shall make every reasonable effort to ensure that complaints are settled.

3.3. Code Administrator

LDSA shall appoint an independent person or body as Code Administrator. The Code Administrator shall monitor companies' observance of the Code by appropriate actions. The Code Administrator shall settle any unresolved complaint of consumers based on breaches of the Code and shall furnish an annual report on the operation of the Code.

3.4. Darbības

Darbības, par kādām var lemt uzņēmumi, LTTA vai kodeksa administrators var iekļaut pasūtījumu atcelšanu, iegādāto produktu atpakaļatdošanu, maksājuma atlīdzināšanu vai citas atbilstīgas darbības, tostarp brīdinājumus tiešajiem pārdevējiem, tiešo pārdevēju līgumu vai cita veida attiecību ar uzņēmumu izbeigšanu, brīdinājumus uzņēmumiem, uzņēmumu izslēgšanu no LTTA biedru skaita, un šādu darbību un sankciju publicēšanu.

3.5. Sūdzību izskatīšana

Uzņēmumi, LTTA un kodeksa administrators izstrādā sūdzību izskatīšanas kārtību un nodrošina, lai īsā laikā tiktu apstiprināta katras sūdzības saņemšana un saprātīgā laikā tiktu pieņemti lēmumi. Patērētāja sūdzību izskatīšana patērētājam ir bez maksas.

3.6. Publicēšana

LTTA publicē kodeksu un pēc iespējas plašāk to popularizē. Drukāti kodeksa eksemplāri sabiedrībai ir pieejami bez maksas.

3.7. Eiropas kodeksa administrators

Eiropas kodeksa administratoru veido četru dalībnieku komiteja. Trīs no tiem ir no tiešās tirdzniecības sektora un tos ieceļ *Seldia* valde. Ceturtais dalībnieks, kuru arī ieceļ *Seldia* valde un kurš darbojas kā priekšsēdētājs, nav saistīts ar sektoru. *Seldia* izpilddirektors saskaņā ar amata pienākumiem ir kodeksa administrators sekretārs. Eiropas kodeksa administrators var veikt vienu no nākamajā punktā minētajām darbībām, ja patērētāja dzīvesvieta ir EEZ dalībvalstī vai uzņēmums vai tiešais pārdevējs darbojas vienā no EEZ valstīm.

Eiropas kodeksa administrators var:

- 1) saņemt sūdzības un pieņemt lēmumus par tām no personām (patērētājiem, tiešajiem pārdevējiem, tiešās tirdzniecības uzņēmumiem, patērētāju organizācijām utt.) no vienas no EEZ valstīm, kas nav tādas TTA biedri, kas ir *Seldia* biedrs, kurā ir iekļauts tiešās tirdzniecības uzņēmums, kas ir *Seldia* biedrs vai TTA, kas ir *Seldia* biedrs;
- 2) saņemt sūdzības un pieņemt lēmumus par tām no personām, kas saistītas ar pārrobežu darījumiem un, kurās ir iesaistītas tiešās tirdzniecības uzņēmumi, kas ir *Seldia* biedri vai vienas no EEZ valstu TTA biedri, kas ir *Seldia* biedrs;
- 3) saņemt sūdzības un pieņemt lēmumus par tām no TTA, kas ir *Seldia* biedri vienā no EEZ valstīm,

3.4. Actions

Actions to be decided on by companies, LDSA or Code Administrator may include cancellation of orders, return of goods purchased, refund of payment or other appropriate actions, including warnings to direct sellers, cancellation or termination of direct sellers' contracts or other relationships with the company, warnings to companies, exclusion of companies from LDSA membership, and the publication of such actions and sanctions.

3.5. Complaint Handling

Companies, LDSA and Code Administrator shall establish complaint-handling procedures and ensure that receipt of any complaint is confirmed within a short time and decisions are made within a reasonable time. Handling of consumer complaints shall be free of charge to the consumer.

3.6. Publication

LDSA shall publish the Code and make it known as widely as possible. Printed copies shall be made available free of charge to the public.

3.7. European Code Administrator

The European Code administrator consists of a committee of four members. Three of them are from the direct selling sector and are appointed by the board of *Seldia*. The fourth member, also designated by the board of *Seldia* and acting as chairman, is independent from the sector. The Executive Director of *Seldia* is ex officio secretary of the Code Administrator.

The European Code Administrator can take one of the actions mentioned in the next paragraph where the consumer has his residence in a member state of the EEA or a company or a direct seller is active in one of the EEA countries.

The European Code Administrator may:

1. receive and decide on complaints from parties (consumers, direct sellers, direct selling companies, consumer bodies etc) from one of the EEA countries without a DSA in membership of *Seldia* involving a direct selling company in membership of *Seldia* or of a DSA in membership of *Seldia*
2. receive and decide on complaints from parties related to cross-border transactions and involving a direct selling company in membership of *Seldia* or of a DSA in membership of *Seldia* from one of the EEA countries
3. receive and decide on complaints from DSAs in membership of *Seldia* in one of the EEA countries

kur ir iesaistīts tiešās tirdzniecības uzņēmums, kas ir *Seldia* biedrs; un

4) saņemt sūdzības no TTA – *Seldia* biedriem – no vienas no EEZ valstīm, kurā ir iesaistīti tiešās tirdzniecības uzņēmumi, kuri ir PTTAF, PTTAF ģenerāldirektorāta padomes biedri vai no TTA, kas nav *Seldia* biedri, ar starpniecības mērķi kopā ar šādiem tiešās tirdzniecības uzņēmumiem, PTTAF un attiecīgajiem TTA.

3.8. Procedūras

1. Informācijas vākšana

Ja, atbildot uz sūdzību, ir nepieciešams savākt informāciju, lai konstatētu faktus un noteikumus, kas attiecas uz gadījumu, kodeksa administrators informē attiecīgo uzņēmumu par sūdzību un sūdzības iesniedzēja identitāti. Kodeksa administrators var pieprasīt uzņēmumam un sūdzības iesniedzējam iesniegt papildu informāciju. Pēc faktu pārbaudes un ņemot vērā kodeksa noteikumus, kodeksa administrators trīs mēnešu laikā kopš sūdzības saņemšanas pieņem lēmumu par to, kādas darbības būtu jāveic.

2. Citas darbības

Ja kodeksa administrators uzskata, ka, iespējams, ir noticis kodeksa pārkāpums, tas attiecīgajam uzņēmumam nosūta pieprasījumu viena mēneša laikā iesniegt apsvērumus.

Uzņēmumam viena mēneša laikā ir jāpieņem lēmums par faktiem un kodeksa punktiem, pamatojoties uz ko, kodeksa administrators lemj sākt procedūru.

Ņemot vērā atbildi vai gadījumā, ja uzņēmums nav atbildējis, kodeksa administrators var nolemt izdot atzinumu, skaidri un konkrēti nosakot iemeslus, kādēļ tas uzskata, ka ir notikusi kodeksa neievērošana, un aicināt uzņēmumu trīs mēnešu laikā izpildīt kodeksa nosacījumus.

LTTA valde var nolemt publiskot atzinumu, ja to ir ierosinājis vai ieteicis kodeksa administrators.

involving a direct selling company in membership of *Seldia* and

4. receive complaints from DSAs in membership of *Seldia* from one of the EEA countries involving direct selling companies in membership of WFDSA, WFDSA CEO Council or of DSAs outside membership of *Seldia* with the aim of mediation together with such direct selling companies, WFDSA and the DSA in question.

3.8. Procedures

1. Information Gathering

Where, in response to a complaint, it is necessary to gather further information to determine the points of facts and of rules concerning the case, the Code Administrator shall inform the company concerned about the complaint and the identity of the complainant. The Code Administrator may ask the company and the complainant to supply further information. After examining the facts and in the light of the rules set in this Code, the Code Administrator will decide within three months after the complaint has been received, whether further action should be taken.

2. Other Procedures

If the Code Administrator considers that there may be an infringement of the Code, it addresses a request to the Company concerned, requesting it to submit its observations within one month.

The Company has to adopt within one month a position on the points of fact and of Code on which the Code Administrator bases its decision to open a procedure.

In the light of the reply or absence of a reply from the Company the Code Administrator may decide to issue an opinion, clearly and definitively setting out the reasons why it considers there to have been non-compliance with the Code and calling on the Company to comply with the Code within 3 months.

The Board of LDSA can decide to make the opinion public, on a proposal or recommendation by the Code Administrator.