

Apstiprināts 2016.gada 25.februārī

Confirmed on February 25th, 2016**TIEŠĀS TIRDZniecības uzņēmuma
rīcības kodekss
attiecībā uz tiešajiem
pārdevējiem, starp tiešajiem
pārdevējiem
un starp uzņēmumiem****DIRECT SELLING COMPANIES CODE
OF CONDUCT
TOWARDS DIRECT SELLERS,
BETWEEN DIRECT SELLERS
AND BETWEEN COMPANIES****A. VISPĀRĪGI****A. GENERAL****A.a. Darbības joma****A.a. Scope**

Tiešās tirdzniecības uzņēmumu rīcības kodeksu attiecībā uz tiešajiem pārdevējiem, starp tiešajiem pārdevējiem un starp uzņēmumiem (turpmāk tekstā — „kodekss”) ir pieņēmusi Latvijas Tiešās tirdzniecības asociācija, kas ir *Seldia* — Eiropas Tiešās pārdošanas asociācijas — biedre, saskaņā ar Eiropas Tiešās tirdzniecības rīcības kodeksu attiecībā uz tiešajiem pārdevējiem, starp tiešajiem pārdevējiem un starp uzņēmumiem. Kodekss attiecas uz attiecībām starp tiešās tirdzniecības uzņēmumiem un tiešajiem pārdevējiem, starp tiešajiem pārdevējiem un starp tiešās tirdzniecības uzņēmumiem. Kodeksa mērķis ir tiešo pārdevēju aizsardzība, godīgas konkurences veicināšana brīva uzņēmuma ietvaros, tiešās tirdzniecības nozares peļņas iespēju ētiska reprezentācija un tiešās tirdzniecības publiskā tēla uzlabošana, kā galvenais mērķis ir pārdot kvalitatīvus produktus patērētājiem ar godīgiem noteikumiem un nosacījumiem.

The Direct Selling Companies Code of Conduct towards Direct Sellers, between Direct Sellers and between Companies (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 European Direct Selling Code of Conduct towards Direct Sellers, between Direct Sellers and between Companies. The Code concerns the relations between direct selling companies and direct sellers, between direct sellers, and between direct selling companies. The Code is aimed at the protection of direct sellers, the promotion of fair competition in the framework of free enterprise, the ethical representation of the direct selling industry's earning opportunity and the enhancement of the public image of direct selling, which is to sell quality products on fair terms and conditions to consumers.

A.b. Terminu skaidrojums**A.b. Glossary of Terms**

Šajā kodeksā:

For the purposes of this Code:

1) *tiešā tirdzniecība* ir jebkāda tirdzniecības metode, 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 plane 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 (in Latvian LTTA – Latvijas tiešās tirdzniecības asociācijas) 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;

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

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

7) *ieņēmumi* ir jebkādi ienākumi, ko saņēmis tiešais pārdevējs. Ieņēmumi var būt komisijas maksas, tirdzniecības uzcenojums, noteiktie maksājumi, piemaksas, atlīdzības, bonusi vai cita veida ieņēmumi;

8) *produkts* ir jebkāda materiāla vai nemateriāla prece vai pakalpojums, kas ir paredzēts pārdošanai patērētājiem;

9) *uzņēmējdarbības atbalsta materiāls* ir jebkāda prece vai pakalpojums, kas izstrādāts, lai palīdzētu tiešajiem pārdevējiem veikt un attīstīt viņu uzņēmējdarbību, un kas ir:

a) paredzēts pārdošanai tiešajiem pārdevējiem vai tiek viņiem nodrošināts bez maksas un

b) nav paredzēts tālākpārdošanai patērētājiem;

10) *maksa* ir:

a) jebkāds maksājums naudā vai

b) jebkāds maksājums uzņēmējdarbības atbalsta materiālu iegādei,

ja šis maksājums tiešajam pārdevējam ir jāveic, iestājoties tiešās tirdzniecības uzņēmuma izplatīšanas sistēmā, vai periodiski kā nosacījums nepārtrauktai dalībai šajā izplatīšanas sistēmā;

11) *darbinieku piesaiste* ir jebkāda 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.

A.c. Uzņēmumi

Katrai LTTA dalības organizācijai ir jāņem vērā kodekss, lai tās tiktu uzņemtas un varētu turpināt

(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 LDSA.

(5) *Distribution system* means any organisation and methods 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) *Earnings* means any income achieved by a direct seller. Earnings may be in the form of commissions, trade margins, fixed payments, overrides, rewards, bonuses or in other forms.

(8) *Product* means any good, tangible or intangible, or service intended for sale to consumers.

(9) *Business aid* means any good or service which is designed to help direct sellers to conduct and develop their business and which is:

(a) intended for sale to direct sellers or provided free of charge to them; and

(b) not intended for resale to consumers.

(10) *Fee* means:

(a) any payment of cash; or

(b) any payment for the purchase of business aids: where this payment is required from a direct seller when he enters the distribution system of a direct selling company or, on a periodic basis, as a condition for continued participation in that distribution system.

(11) *Recruiting* means any 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 LDSA to monitor member companies' observance of the LDSA Code and to resolve complaints under the Code.

A.c. Companies

Every LDSA member company pledges to abide by the Code as a condition of admission and



dalību LTTA. Katrai LTTA dalības organizācijai ir prasīts publiski popularizēt dalību LTTA un šo kodeksu.

A.d. 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.

A.e. 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 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.

A.f. Tiesību akti

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

A.g. Standarti

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

A.h. Teritoriāla piemērošana

LTTA kā nosacījumu iestājai un nepārtrauktai dalībai LTTA, katram dalībniekam pieprasīs ņemt vērā: valstu 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.

B. RĪCĪBA ATTIECĪBĀ UZ TIEŠAJIEM PĀRDEVĒJIEM

B.a. Tiešo pārdevēju atbilstība

Uzņēmumi kodeksa saturu paziņo visiem tiešajiem

continuing membership in the LDSA. Every LDSA member company shall be required to promote to the public its LDSA affiliation and this Code.

A.d. 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.

A.e. 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 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.

A.f. Law

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

A.g. 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.

A.h. 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.

B. CONDUCT TOWARDS DIRECT SELLERS

B.a. Direct Sellers' Compliance

Companies shall communicate the contents of the

pārdevējiem. Lai tiešie pārdevēji varētu piedalīties uzņēmuma izplatīšanas sistēmā, tiem pieprasa ievērot kodeksu vai rīcības noteikumus, kas atbilst tā standartiem.

B.b. Darbinieku piesaiste

Uzņēmumi un tiešie pārdevēji saskarsmē ar iespējamajiem un esošajiem tiešajiem pārdevējiem neizmanto maldinošu vai negodīgu darbinieku piesaistes praksi.

B.c. Uzņēmējdarbības informācija

Informācijai, kādu uzņēmums sniedz tiešajiem pārdevējiem un iespējamajiem tiešajiem pārdevējiem par iespēju un ar to saistītajām tiesībām, pienākumiem un raksturīgajiem izdevumiem un izmaksām, ir jābūt rūpīgai un pilnīgai. Uzņēmuma mārketinga plāns ir caurskatāms, saprotams un nav maldinošs. Uzņēmumi iespējamajam darbiniekam nesniedz nepārbaudāmus faktus un neizsaka neizpildāmus solījumus. Uzņēmumi iespējamus darbiniekus ar tirdzniecības iespēju priekšrocībām nekad neiepažīstina nepatiesā vai maldinošā veidā.

B.d. Ieņēmumi

Visi tiešā pārdevēja ieņēmumi, izņemot noteiktos maksājumus, ir saistīti ar viņa veikto tirdzniecību patērētājiem un ar līdzīgu tirdzniecību, ko veic tiešie pārdevēji, attiecībā uz kuriem tam ir atbalsta un motivācijas pienākumi. Par pamatu tā ienākumiem var būt arī pirkumi personiskai lietošanai vai patēriņam saprātīgā daudzumā, ko veic tiešais pārdevējs un tiešie pārdevēji, attiecībā uz kuriem tam ir šādi pienākumi.

Uzņēmumi un tiešie pārdevēji nedrīkst sniegt maldinošas ziņas par tiešo pārdevēju esošās un potenciālās pārdošanas apjomu vai ieņēmumiem. Potenciālajiem tiešajiem pārdevējiem sniegtajām norādēm par ieņēmumu prognozēm jābūt reālām un precīzām. Jebkādām ziņām par ieņēmumiem vai pārdošanas apjomiem ir jābūt pamatotām ar dokumentētiem faktiem.

B.e. Attiecības

Tiešā pārdevēja darbības sākumā uzņēmumi izsniedz tiešajam pārdevējam rakstveida līgumu, ko ir parakstījis gan uzņēmums, gan tiešais pārdevējs, vai rakstveida aktu. Rakstveida līgumā vai aktā ir jābūt iekļautai būtiskākajai informācijai saistībā ar attiecībām starp tiešo pārdevēju un uzņēmumu. Uzņēmumi informē tiešos pārdevējus par viņu likumā noteiktajām

Code to all direct sellers and require their direct sellers, as a condition of membership in the Companies' distribution systems, to comply with the Code or with rules of conduct which meet its standards.

B.b. Recruiting

Companies and direct sellers shall not use misleading deceptive or unfair recruiting practices in their interaction with prospective or existing Direct Sellers.

B.c. Business Information

Information provided by the company to its direct sellers and to prospective direct sellers concerning the opportunity and related rights, obligations, typical costs and expenses shall be accurate and complete. The company's marketing plan shall be transparent, understandable and not misleading. Companies shall not make any factual representation to a prospective recruit which cannot be verified or make any promise which cannot be fulfilled. Companies shall not present the advantages of the selling opportunity to any prospective recruit in a false or deceptive manner.

B.d. Earnings

Earnings of a direct seller other than fixed payments shall relate to his own sales to consumers and to similar sales made by direct sellers for whom he has support and motivation responsibilities. Purchases in reasonable amounts for personal use or consumption made by a direct seller and the direct sellers for whom he has such responsibilities may also serve as a basis for his earnings.

Companies and direct sellers shall not misrepresent the actual or potential sales or earnings of their direct sellers. Indications given to potential direct sellers as to earning expectations shall be realistic and accurate. Any earnings or sales representations made shall be based upon documented facts.

B.e. Relationship

Companies shall give to the direct seller, at the start of his activities, a written agreement, signed by both the company and the direct seller, or a written statement. The written agreement or statement shall contain all essential details of the relationship between the direct seller and the company. Companies shall inform their direct sellers of their legal obligations, including any

saistībām, tostarp visām piemērojamām licencēm, reģistrācijām un nodokļiem.

Uzņēmumi un tiešie pārdevēji nedrīkst ļaunprātīgi izmantot tiešā pārdevēja privāto jomu, sociālo, intelektuālo vai emocionālo jutīgumu, ko var uzskatīt par izmantošanu.

B.f. Maksas

Uzņēmumi un tiešie pārdevēji nedrīkst pieprasīt tiešajiem pārdevējiem vai iespējamajiem tiešajiem pārdevējiem veikt nepamatoti augstu iestāšanās maksu, maksu par reklāmas materiāliem vai citas maksas, kas saistītas vienīgi ar tiesībām piedalīties uzņēmuma darbībā.

Jebkurai maksai ir jābūt pamatotai. Izņemot sākuma jeb starta komplektu, uzņēmumi un tiešie pārdevēji nedrīkst pieprasīt iegādāties jebkādas produktus, lai iesaistītos uzņēmuma darbībā. Perifēro vai papildu produktu vai pakalpojumu sniegšanai nav jākalpo par uzņēmuma vai tiešā pārdevēja peļņas avotu.

Uzņēmumi un to tiešie pārdevēji nedrīkst pieļaut, kad tiešais pārdevējs veic maksu, lai varētu piedalīties tiešās tirdzniecības uzņēmuma izplatīšanas sistēmā, un saņemt ienākumus atkarībā no maksām, kādas maksā citi tiešie pārdevēji, kurus tas ir piesaistījis izplatīšanas sistēmai.

Jebkurām maksām, kas ir jāveic, lai kļūtu par tiešo pārdevēju, ir jābūt tieši saistītām ar saņemto materiālu, produktu vai pakalpojumu vērtību.

B.g. Privātuma ievērošana

Uzņēmumiem un tiešajiem pārdevējiem jākontaktējas ar tiešajiem pārdevējiem tikai saprātīgā manierē un laikā, lai izvairītos no uzmācīguma un, ja attiecināms, ievērojot attiecīgos valsts likumus. Tiešajiem pārdevējiem un uzņēmumiem jāveic atbilstoši pasākumi, lai nodrošinātu visas patērētāja, potenciālā patērētāja vai tiešā pārdevēja sniegtās privātās informācijas aizsardzību.

B.h. Tiesības izbeigt līgumu

Tiešais pārdevējs četrpadsmit kalendāro dienu laikā var izbeigt dalības līgumu bez jebkādam soda sankcijām, neminot nekādu pamatojumu. Šādu tiesību izmantošanas laikposms sākas dienā, kad ir noslēgts dalības līgums. Tiešais pārdevējs par lēmumu izbeigt līgumu uzņēmumam paziņo rakstveidā.

Ja tiešais pārdevējs ir izmantojis tiesības izbeigt līgumu pēc tiešā pārdevēja pieprasījuma, uzņēmums atpērk visus produktus un uzņēmējdarbības atbalsta materiālus, kādus

applicable licenses, registrations and taxes.

Companies and direct sellers shall not misuse a direct seller's private sphere, social, intellectual or emotional sensitivities resulting in exploitation.

B.f. Fees

Companies and direct sellers shall not require Direct Sellers or prospective Direct Sellers to assume unreasonable high entrance fees, fees for promotional materials or other fees related solely to the right to participate in the company's business.

Any fee shall represent reasonable value. Other than the starter kit, companies and direct sellers shall make no requirement to purchase any products to start up in the company's business. The supply of peripheral or accessory products or services shall not be a profit centre for the company or a direct seller.

Companies and their direct sellers shall not permit practices whereby a direct seller pays a fee to participate in the distribution system of a direct selling company, and receives earnings based on fees paid by additional direct sellers introduced by him into that distribution system.

Any fees charged to become a Direct Seller shall relate directly to the value of the materials, products or services provide in return.

B.g Respect of Privacy

Companies and direct sellers shall contact with direct sellers only in a reasonable manner and during reasonable hours to avoid intrusiveness, and following the relevant national legislation if it is applicable. Direct sellers and companies shall take appropriate steps to ensure the protection of all private information provided by a consumer, a potential consumer, or a direct seller.

B.h. Right of Withdrawal

The direct seller shall have a period of at least fourteen calendar days in which to withdraw from his membership agreement without penalty and without giving any reason.

The period for exercise of this right shall begin from the day of conclusion of the membership agreement. The direct seller shall inform the company in writing of his decision to withdraw from the agreement.

Where the right of withdrawal has been exercised by the direct seller, upon request of the direct

tiešais pārdevējs ir iegādājies, uzsākot darbību. Uzņēmums bez maksas atlīdzina visas summas, ko ir iemaksājis tiešais pārdevējs. Tomēr uzņēmumam nav pienākums atpirkt produktus un uzņēmējdarbības atbalsta materiālus, ja tie nav oriģinālā izskatā, jauni un nelietoti.

B.i. Atpirkšana

Neatkarīgi no tiešā pārdevēja tiesībām izbeigt līgumu (B.h.), ja tiešais pārdevējs nolemj izbeigt attiecības ar uzņēmumu, uzņēmumam ir jāatpērk visi produkti, kādus tiešais pārdevējs ir nopircis pēdējo divpadsmit mēnešu laikā.

Šādas atpirkšanas noteikums ir tāds, ka tiešais pārdevējs saņem vismaz 90% no iegādes cenas, atskaitot ieņēmumus vai ieguvumus, kādus tiešais pārdevējs ir saņēmis, pamatojoties uz atpakaļ atdodamo produktu iegādi. Tomēr uzņēmumam nav pienākums atpirkt produktus, ja:

- tie nav oriģinālā izskatā, jauni un nelietoti. vai
- tie vairs nav atkārtoti komerciāli pārdodami, jo tiem ir beidzies vai tuvojas pārdošanas beigu termiņš.

Šī atpirkšanas politika skaidri jāizklāsta tiešajiem pārdevējiem.

B.j. Produktu krājumi

Uzņēmumi nepieprasa tiešajiem pārdevējiem un neaicina tos iegādāties produktu krājumus ne nepamatoti lielā apjomā, ne regulāri, ja ir iespējams, ka produktu daudzumu nevarēs pārdot vai patērēt saprātīgā laikposmā. Nosakot produktu krājumu atbilstīgu apjomu, ir jāņem vērā turpmāk minētais: krājumu attiecība pret reālajām pārdošanas iespējām, produkta konkurētspēja un tirgus vide, uzņēmuma produkta apgrozījuma un atlīdzības politika.

B.k. Pārskati

Uzņēmumi iesniedz tiešajiem pārdevējiem periodiskus pārskatus attiecīgi par pārdošanu, iegādi, ieņēmumiem, komisijas maksām, bonusiem, atlaidēm, piegādēm, atcelšanām un citiem saistītiem datiem saskaņā ar uzņēmuma vienošanos ar tiešo pārdevēju. Visa nauda ir jāmaksā un atvilkumi jāveic komerciāli pamatoti.

seller, the company shall buy back all products and business aids that the direct seller purchased at the start of his activities. The company shall reimburse free of charge all sums paid by the direct seller. The company shall however not be obliged to buy back products and business aids if they are not in their original, new and unused condition.

B.i. Buy back

Notwithstanding the direct seller's right of withdrawal (B.h), should a direct seller decide to put an end to his relationship with the company, the company shall buy back all products purchased by the direct seller within the previous twelve months.

The terms of this buy-back will be that the direct seller will receive a minimum of 90% of the purchase price, less any earnings or benefits received by the direct seller based upon the purchase of the products being returned. The company shall however not be obliged to buy back products if:

- they are not in their original, new and unused condition; or
- they are no longer commercially re-saleable because they are past or close to their sell-by date.

This buy back policy must be clearly communicated to direct sellers.

B.j. Product Inventory

Companies shall not require or encourage direct sellers to purchase a product inventory in unreasonably large amounts nor to purchase products on a regular basis where the quantity of products is unlikely to be sold or consumed within a reasonable amount of time. The following should be taken into account when determining the appropriate amount of product inventory: the relationship of inventory to realistic sales possibilities, the nature of competitiveness of the products and the market environment, and the company's product return and refund policies.

B.k. Accounts

Companies shall provide direct sellers with periodic accounts concerning, as applicable, sales, purchases, details of earnings, commissions, bonuses, discounts, deliveries, cancellations and other relevant data, in accordance with the company's arrangement with the direct sellers. All monies due shall be paid and any withholdings made in a commercially reasonable manner.

B.l. Izglītība un mācības

Uzņēmumi nodrošina atbilstīgu izglītību un mācības, lai tiešie pārdevēji varētu darboties ētiski, tostarp informāciju par piemērojamo ētikas kodeksu, attiecīgo tirgu un produktu. Mācības var apgūt sesijās, rakstveida rokasgrāmatās, ceļvežos vai audiovizuālos materiālos, ko nodrošina par saprātīgu samaksu vai bez maksas. Uzņēmumi nedrīkst izmantot mācību programmas kā peļņas gūšanas avotu.

B.m. Citi materiāli

Uzņēmumi aizliedz tiešajiem pārdevējiem tirgot vai pieprasīt citiem iegādāties jebkādas materiālus, kas neatbilst uzņēmuma politikai un procedūrām.

Tiešie pārdevēji, kas pārdod uzņēmuma apstiprinātus reklāmmateriālus vai mācību literatūru papīra formātā vai elektroniski: 1) izmanto vienīgi tādas materiālus, kas atbilst tiem pašiem standartiem, kādus ņem vērā uzņēmums; 2) nenosaka par pienākumu tiešajiem apakšpārdevējiem iegādāties šādus pārdošanas atbalsta materiālus; 3) nodrošina pārdošanas atbalsta materiālus par saprātīgu un godīgu cenu, kas līdzvērtīga tai, par kādu līdzīgi materiāli parasti ir pieejami tirgū un 4) piedāvā rakstveida atpakaļatdošanas politiku, kas ir tāda pati kā tiešā pārdevēja pārstāvētā uzņēmuma atpakaļatdošanas politika.

Uzņēmumi veic rūpīgus, saprātīgus pasākumus, lai nodrošinātu, ka tiešo pārdevēju sagatavotie pārdošanas atbalsta materiāli atbilst šā kodeksa noteikumiem, nav nepatiesi un maldinoši.

C. RĪCĪBA STARP UZŅĒMUMIEM

C.a. Princips

LTTA dalības uzņēmumiem pret citiem biedriem ir jāizturas godīgi.

C.b. Pārvilināšana

Uzņēmumi un tiešie pārdevēji nedrīkst pārvilināt tiešos pārdevējus vai uzmākties citu uzņēmumu tiešajiem pārdevējiem ar sistemātiskiem vilinājumiem.

C.c. Nomelnošana

Tāpat uzņēmumi nedrīkst nomelnot un ļaut tiešajiem pārdevējiem negodīgi nomelnot citu uzņēmumu, tā produktus, pārdošanas un mārketinga plānu vai jebkādu citu uzņēmuma iezīmi.

B.l. Education and Training

Companies shall provide adequate education and training to enable direct sellers to operate ethically, including information on the applicable codes of ethics and on the market concerned and the product. Training may be accomplished by training sessions, written manuals, guides, or audio-visual material supplied at a reasonable price or free of charge. Companies shall not use training programs as a profit center.

B.m. Other Materials

Companies shall prohibit Direct Sellers from marketing or requiring the purchase by others of any materials that are inconsistent with Company policies and procedures.

Direct Sellers who sell company approved promotional or training literature, whether in hard copy or electronic form shall: (1) utilize only materials that comply with the same standards to which the Company adheres, (2) refrain from making the purchase of such sales aids a requirement of downline Direct Sellers, (3) provide sales aids at a reasonable and fair price, equivalent to similar material available generally in the marketplace, and (4) offer a written return policy that is the same as the return policy of the Company the Direct Seller represents.

Companies shall take diligent, reasonable steps to ensure that sales aids produced by Direct Sellers comply with the provisions of this Code and are not misleading or deceptive.

C. CONDUCT BETWEEN COMPANIES

C.a. Principle

Member companies of the LDSA are requested to act fairly towards other members.

C.b. Enticement

Companies and direct sellers should not entice away or solicit any direct sellers by systematic enticement towards other companies' direct sellers.

C.c. Denigration

Companies shall neither denigrate nor allow their direct sellers to unfairly denigrate another company, its products, its sales and marketing plan or any other feature of that company.

D. KODEKSA IZPILDE

D.a. 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 ņemšanu 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.

D.b. LTTA atbildība

LTTA nodrošina personu, kas atbildīga par sūdzību izskatīšanu. LTTA veic visus nepieciešamos darbus, lai nodrošinātu sūdzību atrisināšanu.

D.c. Kodeksa administrators

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

D.d. Darbības

Darbības, kādas kodeksa administrators var noteikt uzņēmumam saistībā ar tiešā pārdevēja sūdzību par kodeksa pārkāpumiem, var būt tiešā pārdevēja līguma vai attiecību izbeigšana ar uzņēmumu, maksājumu atlīdzība, brīdinājuma izteikšana uzņēmumam vai tā tiešajiem pārdevējiem, vai citas atbilstīgas darbības un šādu darbību vai sankciju publicēšana.

D.e. Sūdzību izskatīšana

Uzņēmumi, LTTA un kodeksa administratori izveido sūdzību izskatīšanas kārtību un nodrošina, lai īsā laikposmā tiktu apstiprināta katras sūdzības saņemšana un saprātīgā laikposmā tiktu pieņemti lēmumi.

D. CODE ENFORCEMENT

D.a. Companies' Responsibility

The primary responsibility for the observance of the Code shall rest with each individual 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.

D.b. LDSA Responsibility

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

D.c. 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 direct sellers based on breaches of the Code and shall furnish an annual report on the operation of the Code.

D.d. Actions

Actions to be determined by the Code Administrator against a company regarding complaints of a direct seller concerning breaches of the Code may include termination of the direct seller's contract or relationship with the company, refund of payments, issuance of a warning to the company or its direct sellers, or other appropriate actions and the publication of such actions or sanctions.

D.e. Complaint Handling

Companies, LDSA and Code Administrators 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.



D.f. Uzņēmumu sūdzības

Uzņēmuma sūdzības par citu uzņēmumu vai LTTA risina kodeksa administrators vai neatkarīgs šķīrējtiesnesis saskaņā ar LTTA procedūrām.

D.g. Publicēšana

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

D.f. Companies' Complaints

Complaints of a company about another company or the LDSA shall be resolved either by the Code Administrator or an independent arbitrator, according the LDSA procedures.

D.g. 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.