

Утвержден 30 ноября 2021 года

**КОДЕКС ПОВЕДЕНИЯ КОМПАНИЙ
ПРЯМЫХ ПРОДАЖ ДЛЯ ОТНОШЕНИЙ
КОМПАНИЙ И ПРОДАВЦОВ ПРЯМЫХ
ПРОДАЖ, ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ
ПРОДАВЦАМИ ПРЯМЫХ ПРОДАЖ И
ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ КОМПАНИЯМИ**

A. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ

A.a. Сфера деятельности

Кодекс поведения компаний прямых продаж для отношений компаний и продавцов прямых продаж, отношений между продавцами прямых продаж и отношений между компаниями (далее в тексте — „кодекс“) принят Латвийской ассоциацией прямых продаж, являющейся членом *Seldia* – Европейской ассоциации прямых продаж, в соответствии с Европейским для отношений компаний и продавцов прямых продаж, отношений между продавцами прямых продаж и отношений между компаниями. Кодекс описывает отношения между компаниями прямых продаж и продавцами прямых продаж, между продавцами прямых продаж и между компаниями прямых продаж. Целями кодекса являются защита продавцов прямых продаж, содействие честной конкуренции в рамках свободного предпринимательства, этичное представление возможности получения дохода в индустрии прямых продаж и улучшение общественного восприятия прямых продаж, главная цель которых – продавать качественные продукты потребителям на честных условиях с соблюдением правил.

A.b. Объяснение терминов

В этом кодексе:

1) *прямые продажи* означает любой способ маркетинга или продаж, основанный на личном контакте между продавцом, далее в тексте – “продавец прямых продаж”, и потребителем и осуществляемый при помощи личного (индивидуального) объяснения или посредством демонстрации продукта в физической или цифровой форме вне помещений для ведения коммерческой деятельности.

2) *потребитель* – любое физическое лицо, которое приобрело продукты с целью, которая не связана с осуществляемой им торговлей, предпринимательской деятельностью или профессией;

Confirmed on November 30th, 2021

**DIRECT SELLING COMPANIES CODE OF CONDUCT
TOWARDS DIRECT SELLERS, BETWEEN
DIRECT SELLERS
AND BETWEEN COMPANIES**

A. GENERAL

A.a. Scope

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. Glossary of Terms

For the purposes of this Code:

(1) *Direct selling* means any marketing or selling method which is based on the personal contact between a salesperson, hereinafter called ‘*direct seller*’ and a consumer and which is carried out through personal or individual explanation or demonstration, physically or digitally, of products, away from business premises.

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

3) *ЛТТА* — Латвийская ассоциация прямых продаж является национальной ассоциацией предприятий прямых продаж, которая представляет в Латвии индустрию прямых продаж и которая является членом *Seldia* – Европейской ассоциации прямых продаж;

4) *компания* – любое предприятие, которое продвигает продукцию, связанную с товарными знаками, знаками обслуживания или идентифицирующими символами, используя систему распространения, основанную на прямых продажах, и являющееся членом LTDA;

5) *система распространения* – любая организация или метод, который разработан для продвижения продуктов;

6) *продавец прямых продаж* – любое физическое или юридическое лицо, которое является членом системы распространения компании прямых продаж и которое торгует продуктами компании, способствует торговле или оказывает поддержку в торговле продукции компании за пределами рабочих помещений предприятия; Продавец прямых продаж может иметь право рекрутить других продавцов прямых продаж. Продавец прямых продаж может являться независимым торговым агентом, независимым подрядчиком, независимым дилером или дистрибутором, работающим по найму или самозанятым представителем или иным подобного рода представителем Компании

7) *доходы* – любые доходы, которые получил прямой продавец. Доходами могут быть комиссионные платы, торговые наценки, разовые выплаты, доплаты, вознаграждения, бонусы или доходы в других видах;

8) *продукт* – любой материальный или нематериальный товар или услуга, которая предназначена для продажи потребителям;

9) *материал поддержки предпринимательской деятельности* – любой товар или услуга, которая разработана для помощи продавцам прямых продаж и развития их предпринимательской деятельности, которая:

a) предназначена для продажи прямым продавцам или предоставлена им бесплатно и
b) не предназначена для перепродажи потребителям;

10) *Взнос*:

a) любой платеж в денежном выражении или
b) любой платеж для приобретения материалов поддержки предпринимательской деятельности;
если эти платежи необходимо осуществлять

(3) *LDSA* – Latvian Direct Selling Association (in Latvian LTDA – 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) *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. Direct sellers' may be entitled to recruit other Direct Sellers. A Direct Seller may be an independent commercial agent, independent contractor, independent dealer or distributor, employed or self-employed representative, or any other similar sales representative of a Company.

(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

продавцу прямых продаж для вступления в систему распространения компании прямых продаж , или повторять периодически как условие для поддержания деятельности в этой системе распространения;

11) *Рекрутование* – любая деятельность, которая осуществляется с целью предложения лицу возможности стать продавцом прямых продаж;

12) *администратор кодекса* – независимое лицо или учреждение, которое назначено LTTA для наблюдения за тем, как компании-члены LTTA соблюдают кодекс LTTA, и для рассмотрения жалоб в соответствии с кодексом.

A.c. Компании

Каждой организации-участнице LTTA необходимо учитывать кодекс для того, чтобы она приняла на себя обязанности и могла продолжать участие в LTTA. Каждой организации-участнице LTTA следует публично популяризировать свое участие в LTTA и кодекс.

A.d. Продавцы прямых продаж

Продавцы прямых продаж напрямую не связаны обязательствами по кодексу, но компании обязаны требовать от них соблюдения кодекса или правил поведения, соответствующих требованиям кодекса в качестве условия их участия в системе дистрибуции компаний.

A.e. Самоуправление

Кодекс является мерой самоуправления относительно отрасли прямых продаж. Он не является законом, и определенные в нем обязательства могут запрашивать такой уровень этического поведения, который превышает определенные законом требования. Его несоблюдение не вызывает какую-либо гражданско-правовую ответственность. При прекращении участия в LTTA, компания более не связана кодексом, в то время как правила остаются применяемыми к событиям или сделкам, которые появились во время, когда компания являлась членом LTTA.

A.f. Национальное законодательство

Считается, что компании и продавцы прямых продаж соблюдают требования закона, и поэтому Кодекс не воспроизводит эти требования.

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 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. National 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. Стандарты

В кодекс включены стандарты этического поведения для компаний и продавцов прямых продаж. Кодекс желательно использовать как свидетельство наличия отраслевого стандарта.

A.h. Экстерриториальное действие

LTTA заявляет, что в отношении своей деятельности в сфере прямых продаж за пределами Латвии она будет требовать от каждого участника в качестве условия для вступления и сохранения статуса члена LTTA выполнять требования Европейского кодекса поведения в сфере прямых продаж касательно данной деятельности в границах Европейской экономической зоны (ЕЭЗ) или Кодекса поведения Всемирной федерации ассоциаций прямых продаж (WFDSA) касательно данной деятельности за пределами ЕЭЗ, кроме случаев, когда такая деятельность находится в юрисдикции Кодекса поведения другой Ассоциации прямых продаж, которая является членом Seldia или WFDSA.

В случае, если компания станет предметом рассмотрения жалобы на нарушение Кодекса в стране, в которой она не является членом ассоциации, компания должна подчиниться юрисдикции Администратора Кодекса в родной стране (или, если она не является членом ассоциации в родной стране, то в любой другой, в которой она является таковым), и должна нести разумные расходы, связанные с работой Администратора Кодекса в родной стране по разрешению жалобы. Более того, Администратор Кодекса в родной стране имеет право координировать рассмотрение жалобы с Администратором Кодекса (при наличии) в стране, откуда произошла жалоба, руководствуясь при рассмотрении, в порядке приоритета, (i) стандартами Кодекса страны, в которой сделана жалоба, (ii) стандартами Кодекса родной страны, и (iii), как минимум, стандартом Европейского Кодекса Этики.

В. ПОВЕДЕНИЕ ПО ОТНОШЕНИЮ К ПРЯМЫМ ПРОДАВЦАМ

B.a. Соответствие продавцов прямых продаж

Компании обязаны довести до всех продавцов прямых продаж требования Кодекса и требовать от своих продавцов прямых продаж, в качестве условия их членства в системе дистрибуции, соблюдения требований Кодекса или правил компании, соответствующих стандартам Кодекса.

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. Extraterritorial effect

LDSA pledges that, with regard to direct selling activities outside Latvia, it will require each member as a condition of admission and continuing membership in the LDSA to comply with the European Codes of Conduct for Direct Selling with regard to direct selling activities within the European Economic Area (EEA), or with the World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA) Codes of Conduct for direct selling activities outside the EEA, unless those activities are under the jurisdiction of Codes of Conduct of another SELDIA or WFDSA affiliated DSA.

Should a company be subject of a Code Complaint in a country in which it is not a member, the company must accept jurisdiction of the Code Administrator in its home country (or if the company is not a member in its home country, any country in which it is a DSA member), and shall bear reasonable costs incurred by the home country Code Administrator associated with resolution of the Complaint. Moreover, the Code Administrator of the home country may coordinate with the Code Administrator (if one exists) of the complainant's country and, in evaluating the alleged Code Complaint, apply, in order of priority, (i) the standards of the Code of Ethics in the country in which the complaint is filed, or, (ii) the standards of the Code of Ethics in the subject company's home country, or (iii) at a minimum, the standards set forth in the European Code of Ethics.

B. CONDUCT TOWARDS DIRECT SELLERS

B.a. Direct Sellers' Compliance

Companies shall communicate the contents of the 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. Рекрутинг

Компании и продавцы прямых продаж в отношениях с возможными или настоящими продавцами не используют вводящую в заблуждение или нечестную практику привлечения клиентов.

B.c. Информация предпринимательской деятельности

Информация, которую компания предоставляет продавцам прямых продаж и возможным продавцам прямых продаж о возможности и связанных с ней правах, обязанностях и характерных расходах и выплатах, должна быть точной и полной. Маркетинговый план компании должен быть прозрачен, ясен и не вводить в заблуждение. Компания не делают возможным продавцам прямых продаж заявлений, которые не могут быть подтверждены, и не дают невыполнимых обещаний. Компании никогда не представляют возможным продавцам прямых продаж преимущества прямых продаж в ложном или вводящем в заблуждение виде.

B.d. Доходы и отчеты

Периодически компании обязаны предоставлять продавцам прямых продаж отчеты касательно продаж, покупок, деталей доходов, комиссионных, бонусов, скидок, доставок, отмен заказов и других связанных данных, в соответствии с договоренностью между компанией и продавцом прямых продаж. Все выплаты и удержания должны осуществляться в коммерчески разумной манере в рамках национального законодательства.

Заработки продавца прямых продаж должны быть обоснованы продажей продуктов и услуг потребителям. Заработка продавца прямых продаж могут базироваться на личном потреблении и продажах продавца прямых продаж и его нижестоящей организации.

Продавец прямых продаж не должен иметь заработка на основании привлечения (рекрутинга) новых продавцов прямых продаж в организацию. Хотя компания может предоставлять минимальное поощрение за это в рамках национального законодательства.

B.e. Заявления о доходах

1. Компании и Продавцы Прямых Продаж не должны некорректно интерпретировать существующие и потенциальные объемы продаж их продавцов прямых продаж.
2. Представления о заработках и объемах продаж

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 and 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 according to applicable national legislation.

Earnings paid to Direct Sellers shall derive from sales of products or services to consumers. Earnings of Direct Sellers may be based on the sales and personal consumption by the Direct Sellers and their downlines.

Direct Sellers shall not receive earnings for recruiting other Direct Sellers into a sales system, except that companies may provide Direct Sellers with minimal incentives which are in accordance with national law.

B.e Earnings Claims

1. Companies and Direct Sellers shall not misrepresent the actual or potential sales or earnings of their Direct Sellers.
2. Earnings representations and sales figures

должны быть:

- a) Правдивыми, аккуратными, и представленными в форме, не вводящей в заблуждение, и
 - b) Основанными на документально обоснованных фактах, относящихся к конкретному рынку.
3. Потенциальные продавцы прямых продаж должны быть проинформированы о том, что
- a) Реальные заработки и объемы продаж отличаются от человека к человеку и зависят от навыков продавца, потраченных времени и усилий и от других факторов, и
 - b) Должны получить достаточно информации для разумной оценки возможностей получения дохода. Например, полученный доход на основании объективных и четко определенных критериев (таких как количество времени, затраченное на прямые продажи в неделю) или разглашение среднего размера дохода.

B.f. Отношения

В начале деятельности продавца прямых продаж компании выдают ему письменный договор, который подписывают как компания, так и продавец прямых продаж, или письменный акт. В письменном договоре или акте должна быть включена вся существенная информация, связанная с отношениями между продавцом прямых продаж и компанией. Компании информируют продавцов прямых продаж об их определенных законом обязанностях, в том числе, о всех применяемых лицензиях, регистрациях и налогах.

Компании и продавцы прямых продаж не должны злоупотреблять частной сферой продавца, социальной, интеллектуальной или эмоциональной чувствительностью, и пользоваться ими.

B.g. Платы

Компании и продавцы прямых продаж не должны требовать от действующих или потенциальных продавцов прямых продаж платить превышающие разумные пределы взносы, такие как: плата за товарный запас, вступительные взносы, франшизу, плату за рекламные материалы или за поддержку продаж, или другие платы, которые связаны исключительно с правом принимать участие в деятельности компании.

Ни одна компания не имеет права требовать приобретения продукта как условия вступления в систему дистрибуции, за исключением включенного в стартовый набор. Допускается обязательная покупка начального комплекта по разумной рыночной цене.

Поставка периферийных или вспомогательных продуктов или услуг не должна являться центром получения прибыли для компании или прямого

must be:

- (a) truthful, accurate, and presented in a manner that is not false, deceptive or misleading, and
- (b) based upon documented and substantiated facts in the relevant market.

3. Potential direct sellers' must

(a) be informed that actual earnings and sales will vary from person to person and will depend upon the skills of the seller, the time and effort put in and other factors and;

b) be provided with sufficient information to enable a reasonable evaluation of the opportunity to earn income. This may include examples of income earnings based on objective and clearly defined criteria (such as the weekly time spent on direct selling activities) or disclosure of average earning ranges.

B.f 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 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.g. Fees

Companies and direct sellers shall not require Direct Sellers or prospective Direct Sellers to pay more than reasonable fees for any of the following: products inventory, entrance fees, franchise fees, fees for promotional materials and for sales aids or other fees related solely to the right to participate in the company's business.

No company shall require product purchases as part of the application process unless included in the starter kit. Mandatory purchase of a starter kit at reasonable market value is permitted.

The supply of peripheral or accessory products or services shall not be a profit center for the company or a direct seller.

продавца.

Любая плата, которая осуществляется для того, чтобы стать продавцом прямых продаж, должна быть непосредственно связана со стоимостью получаемых материалов, продуктов или услуг.

Любые требуемые взносы, установленные для того чтобы стать или сохранить статус продавца прямых продаж, включая обязательные дополнительные услуги, предоставляемые компанией (такие как онлайн тренинг, интернет-решения для электронной коммерции, конкретные торговые приложения или конкретные интернет-магазины, если они безусловно необходимы для ведения коммерческой деятельности, или если Компания требует от Прямого продавца приобрести такие услуги, расходы на доставку) должны полностью подлежать возмещению (за исключением комиссии, полученной продавцом прямых продаж) в случае, если продавец прямых продаж прекращает работу дистрибутором в течение 30 дней после осуществления платежа. Взносы, подлежащие возмещению, ограничены теми взносами, которые внесены в 30 дней до решения продавца прямых продаж перестать быть дистрибутором.

Комиссионные со вступительных или членских взносов продавцов прямых продаж находятся под запретом.

B.h. Уважение приватности

Компании и продавцы прямых продаж должны контактировать с продавцами прямых продаж только в разумных пределах и в разумное время, чтобы избежать навязчивости, и соблюдая соответствующее национальное законодательство, если оно применимо. Продавцы прямых продаж и компании должны принимать надлежащие меры для обеспечения защиты всей частной информации, предоставленной потребителем, потенциальным потребителем, или продавцом прямых продаж. Компании и Продавцы прямых продаж обязуются не допускать злоупотребления частной сферой, социальной, интеллектуальной или эмоциональной уязвимостью Продавца прямых продаж, которое приводит к эксплуатации.

B.i. Отсутствие дискриминации

Бизнес-возможности компаний открыты потенциальным дистрибуторам без дискриминации в отношении расы, этнической принадлежности, принадлежности к религиозной или духовной группе или приверженности определенным политическим взглядам. Компании должны воспрещать в письменном виде любое смешение бизнеса с одним

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

Any required fees charged to become or remain a Direct Seller including any required additional service offered by the company (e.g. on-line training, eCommerce or other internet solutions, specific sales apps or specific online shops, whenever these are absolutely necessary to perform the business, or where the Company demands the Direct Seller to acquire such services, shipment costs) shall be fully refundable (less any commission earned by the Direct Seller) in the event the Direct Seller terminates his/her distributorship within 30 days of payment. The refundable fees are limited to those paid by the Direct Seller in the 30 days prior to the distributor termination.

Any commissions paid on fees charged to become or stay a Direct Seller, which are, in effect, remuneration for recruiting Direct Sellers into a sales system, shall be prohibited.

B.h. 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. Companies and Direct Sellers shall not misuse a Direct Seller's private sphere, social, intellectual or emotional sensitivities resulting in exploitation.

B.i. Non-discrimination

Business opportunities of companies are open to prospective distributors without discrimination of gender, race, ethnic group, group of religious or spiritual significance, or political opinion. Companies shall prohibit in writing any kind of mix between the business and one or more aforementioned elements of private life.

из перечисленных выше аспектов частной жизни.

B.j Излишняя закупка и обратный выкуп продукции

Компании не должны требовать или поощрять Продавцов Прямых Продаж приобретать запас продуктов превышающий разумные пределы. Компании должны предпринимать ясные и разумные шаги с целью убедиться, что Продавцы Прямых Продаж, получающие выплаты за продажи их нижестоящей организации, потребляют либо перепродают продукт, являющийся квалификационным для получения выплаты.

Если при прекращении взаимоотношений с продавцом прямых продаж компания получает такой запрос, компания обязана выкупить весь непроданный и подлежащий продаже товарный запас, промоционные и вспомогательные материалы и наборы, приобретенные в предшествовавшие двенадцать месяцев и возместить продавцу прямых продаж их стоимость, за вычетом расходов на доставку продавцу прямых продаж, составляющих не более 10% цены покупки. Компания также может вычесть выплаты, полученные продавцом прямых продаж, основанные на покупке выкупаемого товара. Политика обратного выкупа товарных запасов должна быть четко обозначена продавцам прямых продаж.

Требование или стимулирование со стороны компании или продавца закупки независимым продавцом прямых продаж неоправданных товарных запасов или вспомогательных материалов следует считать нечестным и вводящим в заблуждение.

B.k Образование и обучение

Компании обеспечивают продавцов прямых продаж соответствующим образованием и обучением для того, чтобы они могли работать этично, в том числе информацией о применяемом кодексе этики, соответствующем рынке и продуктах. Обучение может быть предоставлено на тренингах, в виде письменных практических пособий, руководств или аудио-визуальных материалов, которые предоставляются по разумной цене или бесплатно. Компании не должны использовать учебные программы в качестве центра получения прибыли.

B.l Другие материалы

Компании должны воспрещать продавцам прямых продаж продвижение другим продавцам прямых продаж материалов, не одобренных компанией и не соответствующих политикам и процедурам компании.

B.j Inventory Loading and Repurchase

Companies shall not require or encourage Direct Sellers to purchase Product inventory in unreasonably large amounts. Companies shall take clear and reasonable steps to ensure that Direct Sellers who are receiving compensation for downline sales volume are either consuming or reselling the Products they purchase in order to qualify to receive compensation.

If requested upon cessation of a Direct Seller's relationship with a Company, Companies shall buy back any unsold, re-salable Product inventory, promotional material, sales aids and kits, purchased within the previous twelve months and refund the Direct Seller's original cost, less a handling charge to the Direct Seller of up to 10% of the net purchase price. The Company may also deduct the cost of any benefit received by the Direct Seller based on the original purchase of the returned goods. This inventory repurchase policy must be clearly communicated to Direct Sellers.

It shall be considered an unfair and deceptive recruiting practice for a company or salesperson to require or encourage an independent salesperson to purchase unreasonable amounts of inventory or sales aids.

B.k 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.l Other Materials

Companies shall prohibit Direct Sellers from marketing to other Direct Sellers any materials that are not approved by the Company and that are inconsistent with Company policies and procedures.

Более того, продавцы прямых продаж, продающие одобренные компанией, легально разрешенные промоционные или обучающие материалы, будь то в печатной, электронной или другой форме, должны 9i) предлагать только материалы, соответствующие стандартам компании, (ii) ни в коем случае не должны ставить приобретение таких материалов условием для других продавцов прямых продаж, (iii) предоставлять вспомогательные для продажи материалы по разумной и честной цене, без какой-либо значимой прибыли для продавца прямых продаж, эквивалентной цене таких материалов на рынке и (iv) предоставлять письменную политику возврата продукции, повторяющую политику компании которую он представляет.

Компании должны принять должные меры для того, чтобы обеспечить соответствие вспомогательных и схожих с ними материалов, предоставляемых продавцами прямых продаж, требованиям кодекса, и для того, чтобы они не вводили в заблуждение.

Компенсации продавцу прямых продаж за продажу обучающих и промоционных материалов с целью стать или оставаться продавцом прямых продаж, которые по сути являются платой за набор новых продавцов прямых продаж, должна быть запрещена.

C. ПОВЕДЕНИЕ МЕЖДУ КОМПАНИЯМИ

C.a. Принцип

Компаниям-участникам LTTA необходимо обходиться честно с другими членами.

C.b. Очернение

Также компаниям нельзя очернять и позволять продавцам прямых продаж нечестно очернять другие компании, их продукты, план продаж и маркетинговый план или любые другие черты компаний.

D. ВЫПОЛНЕНИЕ КОДЕКСА

D.a. Ответственность компании

Первичная ответственность за соблюдение кодекса лежит на каждой отдельной компании. Если кодекс нарушен, компания осуществляет все разумные усилия для того, чтобы удовлетворить лицо, подавшее жалобу. Каждой компании-участнику и будущим компаниям-участникам необходимо назначить ответственное должностное лицо кодекса LTTA. Ответственное должностное лицо кодекса является ответственным за то, чтобы облегчить

Further, Direct Sellers who sell company approved, legally allowed promotional or training materials, whether in hard copy, electronic, or any other form, shall (i) offer only materials that comply with the same standards to which the Company adheres, (ii) be prohibited from making the purchase of such materials a requirement of other Direct Sellers, (iii) provide sales aids at a reasonable and fair cost, without any significant profit to the direct seller, equivalent to similar material available generally in the marketplace, and (iv) 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 and similar materials produced by Direct Sellers comply with the provisions of this Code and are not misleading or deceptive.

Compensation received by Direct Sellers for sales of training and promotional materials to become or stay a Direct Seller which is, in effect, remuneration for recruiting Direct Sellers into a sales system, shall be prohibited.

C. CONDUCT BETWEEN COMPANIES

C.a. Principle

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

C.b. 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. 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

компании соблюдать кодекса и отвечать на запросы администратора кодекса LTTA. Также он или она является главным контактным лицом в компании, которое ставит в известность независимых продавцов, работников компании и общество о принципах Кодекса этики LTTA.

D.b. Ответственность LTTA

LTTA предоставляет лицо, которое является ответственным за рассмотрение жалоб. LTTA прилагает все разумные усилия для того, чтобы обеспечить разрешение жалобы.

D.c. Администратор кодекса

LTTA назначает администратором кодекса независимое лицо или учреждение. Администратор кодекса, осуществляя ответственную деятельность, ведет надзор за тем, как компании соблюдают кодекс. Администратор кодекса разрешает любые неразрешенные жалобы потребителей, которые основываются на нарушениях кодекса, и подает ежегодные извещения о действии кодекса.

D.d. Действия

Действия, которые администратор кодекса может определить для компании в связи с жалобой продавца прямых продаж о нарушениях кодекса, может быть следующая – прерывание договора или отношений продавца прямых продаж с компанией, возмещение платежа, вынесение предупреждения для компании или ее продавцов прямых продаж, или другие соответствующие действия и публикация таких действий или санкций.

D.e. Рассмотрение споров

Компании, LTTA и Администратор кодекса обязуются установить порядок работы с жалобами и обеспечить подтверждение получения любой жалобы в течение минимум двух недель, а принятие решений – в течение трех месяцев после ее получения.

D.f. Жалобы компаний

Жалобы компаний на другие компании или LTTA рассматривает администратор кодекса или независимый третейский судья в соответствии с процедурами LTTA.

D.g. Публикация

LTTA публикует кодекс и по возможности широко его популяризирует. Печатные экземпляры кодекса доступны для общества бесплатно.

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 Administrator shall establish complaint-handling procedures and ensure that receipt of any complaint is normally confirmed within two weeks, and decisions are made within three months from that date.

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.