

Европейски

КОДЕКСИ ЗА ПОВЕДЕНИЕ

в областта на директните
продажби

Европейски КОДЕКСИ ЗА ПОВЕДЕНИЕ в областта на директните продажби

Приети през 1995 г.
с изменения от 1999 г., 2000 г., 2004 г., 2011 г. и 2015 г.

ПРЕАМБЮЛ

ЕАДП приема настоящия Кодекс за поведение, за да гарантира, че взаимоотношенията между компаниите, дистрибуторите и потребителите се основават на доверие и справедливост.

Разпоредбите в Кодекса не са закони, но е възможно обхватът им да е по-широк в сравнение с приложимото законодателство. Държавите, които членуват в ЕАДП, са задължени да приемат и прилагат настоящия Кодекс за поведение като условие за приемане и продължаване на членство в ЕАДП.

В Европа в ЕАДП членуват над 28 национални асоциации за директни продажби (АДП). Всяка от тях е поела ангажимент да включи същността на разпоредбите от настоящия Кодекс в своя собствен национален кодекс.

Всяка компания, членуваща в някоя от националните асоциации за директни продажби, поема ангажимент да изисква от дистрибуторите си да съблюдават стандартите на съответния национален кодекс, които същевременно отговарят на стандартите на Кодекса за поведение, приет от ЕАДП.

ПРЕДВАРИТЕЛНИ БЕЛЕЖКИ

Националните асоциации за директни продажби (НАДП) могат да ползват и публикуват *Европейския Кодекс за поведение към потребителите в областта на директните продажби* и *Европейския кодекс за поведение към дистрибуторите в областта на директните продажби*, отделно за компаниите и за дистрибуторите и ако е необходимо да използват различни начини за разпространението им.

НАДП могат също така да обединят двата кодекса и да ги ползват и публикуват като един документ.



Европейски Кодекс за поведение

към потребителите в областта на директните продажби

1 Общи условия	7
2 Поведение към потребителите	10
3 Изпълнение на Кодекса	14

Европейски кодекс за поведение

към дистрибуторите, между отделните дистрибутори и
между компаниите в областта на директните продажби

А Общи условия	12
Б Поведение към дистрибуторите	23
В Отношения между отделните компании	28
Г Изпълнение на Кодекса	29

Европейски Кодекс за
поведение към потребителите
в областта на директните
продажби

1. ОБЩИ УСЛОВИЯ

1.1 Обхват

Европейският Кодекс за поведение към потребителите в областта на директните продажби (наричан по-долу „Кодексът“) се публикува от ЕАДП и е предназначен за членуващите в нея национални асоциации за директни продажби (НАДП). Кодексът засяга отношенията между компаниите за директни продажби и дистрибуторите, от една страна, и потребителите, от друга. Кодексът има за цел да осигури удовлетвореност и защита на потребителите, да насърчи лоялната конкуренция в рамките на свободната стопанска инициатива и да подобри обществения имидж на директната търговия, която следва да предлага на потребителите качествени продукти при справедливи условия.

1.2 Речник на термините

За целите на настоящия Кодекс:

1. **„Директни продажби“** означава всеки метод на продажба, при който търговецът, извършващ директни продажби, наричан по-долу „дистрибутор“, представя словесно или демонстрира продукта пред потребителя, като това става извън магазинната мрежа, обикновено в дома на потребителя или на друг потребител или на работното място на потребителя.
2. **„Потребител“** означава всяко физическо лице, което купува продукти за цели, които се считат несвързани с неговата търговия, бизнес или професия.
3. **„Асоциация за директни продажби (АДП)“** означава всяка асоциация на компании за директни продажби, която е представителна за сектора на директните продажби в дадена европейска страна и която е член на ЕАДП.
4. **„Компания за директни продажби“** или **„компания“** означава всеки стопански субект, който е член на АДП и предлага на пазара продукти, свързани с неговата търговска марка, марка за услуги или идентифициращ символ, като за целта прилага система за дистрибуция, основана на директните продажби.
5. **„Система за дистрибуция“** означава всяка организация и метод, създадени с цел предлагане на продукти на пазара.
6. **„Дистрибутор“** означава всяко физическо или юридическо лице, което участва в системата за дистрибуция на компания за директни продажби и което продава или подпомага продажбата на продукти на тази компания извън магазинната мрежа, обикновено в дома на въпросния или друг потребител, или на работното място на потребителя.
7. **„Продукт“** означава всяка материална или нематериална стока или услуга.
8. **„Групова продажба“** означава директна продажба, насочена към група потребители, които са поканени от домакин на събитие, организирано за тази цел.
9. **„Формуляр за поръчка“** означава всеки документ, чрез който се прави поръчка на продукти.
10. **„Набиране на дистрибутори“** означава всяка дейност, която се извършва с цел предлагане на дадено лице възможността да стане дистрибутор.
11. **„Администратор на Кодекса“** означава независимо лице или орган, на когото АДП възлага задачата да наблюдава спазването на Кодекса на АДП от страна на членуващите в нея компании, както и да урежда жалби, попадащи в обхвата на Кодекса.

1.3 Асоциации

Всяка АДП се задължава да приеме Кодекс за поведение, включващ същността на разпоредбите на настоящия Кодекс, като условие за допускане и продължаване на членството ѝ в ЕАДП.

1.4 Компани

Всяка компания, членуваща в АДП, се задължава да спазва настоящия Кодекс като условие за допускане и продължаване на членството ѝ в АДП. От всяка компания, членуваща в АДП, се изисква да оповестява членството си в АДП, както и да публикува националните кодекси.

1.5 Дистрибутори

Дистрибуторите не са пряко задължени от Кодекса, но техните компании ги задължават да го спазват или да спазват правила на поведение, отговарящи на неговите изисквания, като условие за участие на тези дистрибутори в системите на дистрибуция на въпросните компании.

1.6 Саморегулация

Кодексът представлява мярка за саморегулация на сектора на директните продажби. Той не представлява закон и спазването на разпоредбите му може да налага ниво на етично поведение, което надвишава законово установените изисквания. Неспазването на Кодекса не води до възникване на гражданскоправна отговорност. С прекратяване на членството си в АДП всяка компания престава да бъде обвързана от Кодекса, но разпоредбите му остават в сила по отношение на събития или трансакции, които са настъпили по време на членството на въпросната компания в АДП.

1.7 Право

Компаниите и дистрибуторите следва да спазват правните разпоредби, като настоящият Кодекс не включва всички приложими правни задължения.

1.8 Стандарти

Кодексът съдържа стандарти за етично поведение, предназначени за компаниите за директни продажби и дистрибуторите. АДП могат да изменят тези стандарти, при условие, че спазват по същество изискванията на Кодекса или съобразно националното право.

Препоръчва се Кодексът да бъде използван като референтен документ за стандартите, прилагани в сектора.

1.9 Териториално приложение

Всяка АДП е задължена да изисква от членовете си, като условие за допускане и продължаване на членство в нея, да спазват или националните кодекси - в случаите, когато членуват в национална АДП, или европейските кодекси - в случаите, когато оперират в рамките на ЕС и не членуват в национална АДП, или на глобалния кодекс - в случаите, когато оперират извън ЕС и не членуват в национална АДП.

2. ПОВЕДЕНИЕ КЪМ ПОТРЕБИТЕЛИТЕ

2.1 Забранени практики

Дистрибуторите нямат право да използват подвеждащи, измамни или нелоялни търговски практики.

2.2 Идентификация и представяне

Още от първия контакт с клиента, дистрибуторите следва да представят себе си и своята компания, както и да обяснят целта на осъщественения контакт. При групови продажби дистрибуторите следва ясно да обяснят на домакина и участниците целта на събитието. Преди извършване на продажбата дистрибуторите следва да обяснят приложението и/или да демонстрират продукта, както и да предоставят законово изискваната информация.

2.3 Отговаряне на въпроси

Дистрибуторите следва да предоставят точни и разбираеми отговори на всички въпроси, задавани от потребителите във връзка с продукта и офертата.

2.4 Формуляр за поръчка

При продажба, на потребителя се предоставя формуляр за поръчка, в който са посочени компанията и дистрибутора, данни за контакт с компанията и, където е приложимо, с дистрибутора и всички съществени условия на продажбата (съгласно 2.2).

2.5 Устни обещания

Дистрибуторите следва да се ангажират единствено с разрешени от компанията устни обещания по отношение на продукта.

2.6 Право на отказ и връщане на стоките

Компаниите и дистрибуторите следва да се погрижат всеки формуляр за продажба да съдържа или право на отказ в рамките на определен период, който най-малкото съответства на предвиденото от закона, в това число и право на потребителя да получи обратно заплатената сума, или изрично да съдържа текст, който информира потребителя за липсата на право на отказ. Компаниите и дистрибуторите, които предлагат право на безусловно връщане, следва да посочат това обстоятелство в писмена форма.

2.7 Гаранция и сервизно обслужване

Условията по гаранцията, информацията, свързана със сервизното обслужване, името и адресът на обслужващия гаранцията, времетраенето на гаранцията и възможностите при нейното задействане следва да са ясно обозначени във формуляра за поръчка или в други придружаващи материали, или да се предоставят с продукта.

2.8 Писмена информация

Промоционалната информация или имейли не бива да включват измамни или подвеждащи твърдения, илюстрации или описания на продукта. В информацията следва да бъдат посочени името и адреса или телефона на компанията, като може да бъде посочен и телефона на дистрибутора. Информацията следва да бъде съобразена с изискванията на настоящия Кодекс, както и с правилата относно насочената към деца и подрастващи реклама, по-специално изискванията съгласно Директивата за нелоялни търговски практики и Директивата за аудиовизуалните медийни услуги.

2.9 Препоръки

Компаниите и дистрибуторите не трябва да се позовават на препоръки и реклама, които не са разрешени, които са неверни, остарели или неприложими, които са несвързани с тяхната оферта или са използвани по начин, който може да подведе потребителя.

2.10 Сравнение и уронване на престижа

Компаниите и дистрибуторите не трябва да използват сравнения, които биха могли да подведат потребителя или които не отговарят на принципите на лоялна конкуренция. Сравнения могат да бъдат правени единствено при спазване на изискванията по отношение на сравнителната реклама, указани в Директива 2006/114/ЕО относно заблуждаващата и сравнителната реклама. Компаниите и дистрибуторите не могат да уронват пряко или непряко престижа на която и да било компания или продукт. Компаниите и дистрибуторите не могат да се възползват неправомерно от доброто име, свързано с търговската марка и символ на друга компания или продукт.

2.11 Уважение на правото на неприкосновеност на личния живот

Личните контакти или контактите по телефона и електронната поща трябва да се извършват по приемлив начин и в разумно време, така че потребителят да не бъде обезпокояван, като същевременно се спазват съответните национални законови изисквания, когато това е приложимо. Дистрибуторът трябва да преустанови демонстрацията или търговското представяне при молба от страна на потребителя. Компаниите и дистрибуторите следва да предприемат необходимите мерки за осигуряване защита на цялата лична информация, предоставена от настоящи или потенциални потребители.

Бизнес възможността, предлагана от компаниите, е на разположение на желаещите да се заемат с дистрибуция без прилагане на дискриминация въз основа на пол, раса, етнос, религиозни или духовни вярвания или политически възгледи. Компаниите следва да забранят в писмена форма всякакъв вид обвързване на бизнеса с един или повече от горепосочените елементи на личния живот.

2.12 Добросъвестност

Дистрибуторите не трябва да злоупотребяват с доверието на потребителите, трябва да отчитат липсата им на търговски опит и да не се възползват от възрастта, здравословното състояние, психически или физически недъзи, доверчивостта, липсата на разбиране или на езикови познания у потребителя.

2.13 Продажби при наличие на препоръка

Компаниите и дистрибуторите нямат право да убеждават потребителя да закупи продукти под предлог, че може да намали или възстанови разхода си за покупката, като насочи други потребители към дистрибутора за подобни покупки, ако предпоставката за такова намаление или възстановяване на разходите е несигурно бъдещо обстоятелство.

2.14 Изпълнение на поръчките

Всяка поръчка трябва да бъде изпълнявана възможно най-бързо, но не по-късно от 30 дни от деня, следващ деня, в който потребителят е подписал поръчката, освен в случаите, в които страните са се договорили за друго. Потребителите трябва да бъдат уведомени в случай, че компанията или дистрибуторът не са в състояние да изпълнят своите задължения поради това, че поръчаните продукти не са в наличност.

3. ИЗПЪЛНЕНИЕ НА КОДЕКСА

3.1 Отговорност на компаниите

Основната отговорност за спазването на разпоредбите на Кодекса се носи от всяка отделна компания. В случай на нарушение на Кодекса компаниите следва да положат всички усилия, за да удовлетворят искането на жалбоподателя.

Всяка компания, която членува или на която предстои членство в АДП следва да посочи длъжностно лице, което отговаря за изпълнението на Кодекса. Това длъжностно лице съдейства за спазването на Кодекса от страна на компанията и отговаря на запитвания, направени от Администратора на Кодекса. Същият служител е и основно лице за контакт в компанията, отговорно за разпространяването на принципите на Етичния Кодекс на АДП до независимите дистрибутори, служителите в компанията, потребителите и обществеността.

3.2 Отговорност на АДП

АДП следва да определи длъжностно лице, което е отговорно за разглеждането на жалби. АДП следва да полага всички разумни усилия за уреждане на жалбите.

3.3 Национален администратор на Кодекса

Всяка АДП следва да посочи независимо лице или орган, който да изпълнява функцията на Администратор на Кодекса.

Администраторът на Кодекса следи спазването на Кодекса от страна на компаниите. Администраторът има задачата да урежда всяка неуредена жалба на потребителите в случаите, когато са нарушени изискванията на Кодекса и да представя годишен доклад за изпълнението на Кодекса.

3.4 Действия

Действията, които компаниите, АДП или Администраторите на Кодекса могат да предприемат, включват отмяна на поръчки, връщане на закупени стоки, възстановяване на заплатената за стоките сума или други подходящи действия, в това число отправяне на предупреждения към дистрибуторите, прекратяване на договорите им или на други техни отношения с компанията, отправяне на предупреждения към компаниите, прекратяване членството на компаниите, както и публикуване на тези предприети действия и санкции.

3.5 Уреждане на оплаквания

Компаниите, АДП и Администраторите на Кодекса следва да въведат процедури за уреждане на жалби и да се погрижат получаването на всяка жалба да бъде потвърждавано своевременно, а решенията да се взимат в разумен срок. Уреждането на жалби на потребителите е безплатно за тях.

3.6 Публикуване

АДП публикува Кодекса и се грижи за възможно най-широкото му разпространение. Печатни копия на Кодекса следва да бъдат предоставени на обществено разположение, като достъпът до тях е безплатен.

3.7 Европейски администратор на Кодекса

Създава се орган, наречен Европейски администратор на Кодекса. Органът се състои от четиричленна комисия. Трима от членовете са от сектора на директните продажби и се посочват от Управителния съвет на ЕАДП. Четвъртият член, който също се посочва от Управителния съвет на ЕАДП и който изпълнява функцията на председател на комисията, е лице извън сектора на директните продажби. Изпълнителният директор на ЕАДП изпълнява служебно функцията на секретар на Администратора на Кодекса.

Европейският администратор на Кодекса може да предприеме едно от действията, посочени в следващия параграф, в случаите, когато потребителят пребивава в държава-членка на ЕС или когато дадена компания или дистрибутор оперира в една от държавите-членки на ЕС.

Европейският администратор на Кодекса може да

- (i) получава и урежда жалби, внесени от субекти (потребители, дистрибутори, компании за директни продажби, потребителски организации и пр.) от някоя от страните от ЕС, която не разполага с АДП, членуваща в ЕАДП, и касаещи компания за директни продажби, членуваща в ЕАДП, или внесени от АДП, членуваща в ЕАДП.
- (ii) получава и урежда жалби, относно трансгранични сделки и касаещи компания за директни продажби, членуваща в ЕАДП или АДП, членуваща в ЕАДП от някоя от страните от ЕС.
- (iii) получава и урежда жалби, внесени от АДП, членуващи в ЕАДП от някоя от страните от ЕС и касаещи компания за директни продажби, членуваща в ЕАДП и
- (iv) получава жалби от АДП, членуващи в ЕАДП от някоя от страните от ЕС и касаещи компании за директни продажби, членуващи в Световната федерация на асоциациите за директни продажби (WFDSA), в борда на директорите на WFDSA или в АДП, които не членуват в ЕАДП, с цел осигуряване на медиация между тези компании за директни продажби, WFDSA и въпросната АДП.

3.8 Процедури (или в анекс)

1. Събиране на информация

В случаите, в които, за да се отговори на дадена жалба, се налага събиране на допълнителна информация с цел разясняване на обстоятелствата и фактите, свързани със случая, Администраторът на кодекса следва да информира въпросната компания относно жалбата, както и да посочи кой е жалбоподателят.

Администраторът на кодекса може да поиска от компанията за директни продажби и от жалбоподателя да предоставят допълнителна информация.

След като разгледа фактите и съблодавайки разпоредбите в настоящия Кодекс, в рамките на 3 месеца от получаването на жалбата Администраторът на кодекса следва да прецени необходимостта от предприемане на по-нататъшни действия.

2. Процедури

В случай, че Администраторът на кодекса счете, че може да е налице нарушение на настоящия Кодекс, той изпраща до съответната компания искане, в което я приканва да заяви становище в рамките на 1 месец.

В срок до 1 месец компанията трябва да излезе със становище по въпросите, повдигнати като основание за откриване на процедура от Администратора на кодекса.

В зависимост от отговора или на липсата на такъв от страна на компанията, Администраторът на кодекса може да вземе ре-

шение да издаде становище, в което ясно и точно са посочени причините, поради които счита, че е налице нарушение на Кодекса на ЕАДП и в което призовава компанията да изпълни разпоредбите на Кодекса в тримесечен срок.

Управителният съвет на ЕАДП може да реши да публикува становището, като това става по предложение на Председателя на Администратора на кодекса, основано на препоръка от страна на Администратора на кодекса.

Европейски кодекс
за поведение към
дистрибуторите, между
отделните дистрибутори и
между компаниите в областта
на директните продажби

A. ОБЩИ УСЛОВИЯ

A.а Обхват

Европейският кодекс за поведение към дистрибуторите, между отделните дистрибутори и между компаниите в областта на директните продажби. (наричан по-долу „Кодексът“) се публикува от ЕАДП и е предназначен за членуващите в нея АДП. Кодексът се отнася за отношенията между компаниите за директни продажби и дистрибуторите, между отделните дистрибутори и между компаниите за директни продажби. Кодексът има за цел да осигури защита на дистрибуторите, да насърчи лоялната конкуренция в рамките на свободната стопанска инициатива и да подобри обществения имидж на директната търговия, която трябва да предлага на потребителите качествени продукти при справедливи условия.

A.б. Речник на термините

За целите на настоящия Кодекс:

- (1) **„Директни продажби“** означава всеки метод на продажба, при който търговецът, извършващ директни продажби, наричан по-долу „дистрибутор“ представя словесно или демонстрира продукта пред потребителя, като това става извън магазинната мрежа, обикновено в дома на потребителя или на друг потребител или на работното място на потребителя.
- (2) **„Потребител“** означава всяко физическо лице, което купува продукти за цели, които се считат несвързани с неговата търговия, бизнес или професия.
- (3) **„Асоциация за директни продажби (АДП)“** означава всяка асоциация на компании за директни продажби, която е представителна за сектора на директните продажби в дадена европейска страна и която е член на ЕАДП.
- (4) **„Компания за директни продажби“** или **„компания“** означава всеки стопански субект, който е член на АДП и предлага на пазара продукти, свързани с неговата търговска марка, марка за услуги или идентифициращ символ, като за целта прилага система за дистрибуция, основана на директните продажби.
- (5) **„Система за дистрибуция“** означава всяка организация и метод, създадени с цел предлагане на продукти на пазара.
- (6) **„Дистрибутор“** означава всяко физическо или юридическо лице, което участва в системата за дистрибуция на компания за директни продажби и което продава или подпомага продажбата на продукти на тази компания извън магазинната мрежа, обикновено в дома на въпросния или друг потребител, или на работното място на потребителя.

- (7) **„доходи“** означава всеки доход, получен от дистрибутора. Доходите могат да бъдат под формата на комисиони, търговски печалби, фиксирани плащания, награди, бонуси и др.
- (8) **„продукт“** означава всяка материална или нематериална стока или услуга, предназначена за потребителския пазар.
- (9) **„помощно средство за бизнеса“** означава всеки продукт или услуга, които са създадени с цел подпомагане на дистрибуторите да осъществяват и развиват своя бизнес и които
- (i) са предназначени за продажба на дистрибуторите или им се предоставят безплатно; и
 - (ii) не са предназначени за препродажба на потребителите
- (10) **„такса“** означава
- (i) Всяко плащане в брой; или
 - (ii) Всяко плащане за закупуването на помощни средства за бизнеса; когато плащането се изисква от дистрибутора при присъединяването му към дистрибуционната система на дадена компания за директни продажби или, периодични плащания, когато те са условие за продължаване участието в тази дистрибуционна система.
- (11) **„набиране на дистрибутори“** означава всяка дейност, която се извършва с цел предлагане на дадено лице възможността да стане дистрибутор.
- (12) **„администратор на кодекса“** означава независимо лице или орган, на когото АДП възлага задачата да наблюдава спазването на Кодекса на АДП от страна на членуващите в нея компании, както и да урежда жалби, попадащи в обхвата на Кодекса.

А.в Асоциации

Всяка АДП се задължава да приеме Кодекс за поведение, включващ същността на разпоредбите в настоящия Кодекс като условие за допускане и продължаване на членството ѝ в ЕАДП.

А.г Компании

Всяка компания, членуваша в АДП, се задължава да спазва настоящия Кодекс като условие за допускане и продължаване на членството ѝ в АДП. От всяка компания, членуваша в АДП, се изисква да оповестява членството си в АДП, както и да публикува националните кодекси.

А.д Дистрибутори

Дистрибуторите не са пряко задължени от Кодекса, но техните компании ги задължават да го спазват или да спазват правила на поведение, отговарящи на неговите изисквания, като условие за участие на тези дистрибутори в системите им на дистрибуция.

А.е Саморегулация

Кодексът представлява мярка за саморегулация на сектора на директните продажби. Той не представлява закон и спазването на разпоредбите му може да налага ниво на етично поведение, което надвишава законово установените изисквания. Неспазването на Кодекса не води до възникване на гражданскоправна отговорност. С прекратяване на членството си в АДП всяка компания престава да бъде обвързана от Кодекса, но разпоредбите му остават в сила по отношение на събития или трансакции, които са настъпили по време на членството на въпросната компания в АДП.

А.ж Право

Компаниите и дистрибуторите следва да спазват правните разпоредби и в Кодекса не са указани всички правни задължения.

А.з Стандарти

Кодексът съдържа стандарти за етично поведение, предназначени за компаниите за директни продажби и дистрибуторите. АДП могат да изменят тези стандарти при условие, че спазват по същество изискванията на Кодекса или съобразно националното право.

Препоръчва се Кодексът да бъде използван като референтен документ за стандартите, прилагани в сектора.

А.и Териториално приложение

Всяка АДП е задължена да изисква от членовете си, като условие за допускане и продължаване на членство в нея, да спазват или националните кодекси - в случаите, когато членуват в национална АДП, или европейските кодекси - в случаите, когато оперират в рамките на ЕС и не членуват в национална АДП, или на глобалния кодекс - в случаите, когато оперират извън ЕС и не членуват в национална АДП.

Б. ПОВЕДЕНИЕ КЪМ ДИСТРИБУТОРИТЕ

Б.а Спазване на Кодекса от страна на дистрибуторите

Компаниите следва да разпространят съдържанието на настоящия Кодекс до всичките си дистрибутори и да изискват от тях, като условие за участие в дистрибуционната им система, да спазват Кодекса или правила за поведение, съответстващи на стандартите, указани в него.

Б.б Набиране на дистрибутори

В контактите си с потенциални или настоящи дистрибутори, компаниите, извършващи директни продажби и дистрибуторите, се ангажират да не използват подвеждащи, измамни или нечестни практики за набиране на лица за работа в дистрибуторските им мрежи.

Б.в Бизнес информация

Информацията, която компаниите предоставят на своите дистрибутори относно възможностите и техните права, задължения, обичайни разходи и разноси, трябва да бъде точна и пълна. Маркетинговият план на компанията следва да бъде прозрачен, разбираем и не бива да бъде подвеждащ. Компаниите не трябва да подвеждат потенциалните дистрибутори или да дават обещания, които не могат да бъдат изпълнени. Компаниите не могат да използват измамни или подвеждащи похвати за представяне на предимствата на бизнес възможността пред потенциалните дистрибутори.

Б.г Доходи

Доходите на дистрибутора (освен фиксираните плащания) следва да се определят от реализираните от него продажби и от продажбите, реализирани от други дистрибутори, към които той има отговорности за осигуряване на подкрепа и мотивация. Покупки в рамките на разумни суми на продукти за лично ползване или консумация, направени от дистрибутора или от дистрибутори, за които той е поел такава отговорност, също могат да послужат като основа за определяне на доходите му.

Процентната отстъпка, която компанията начислява на дистрибутора при такива покупки, не бива да му дава възможност да реализира недекларирани продажби.

Компаниите и дистрибуторите не бива да представят неверни данни относно действителни или потенциални продажби или доходи на техните дистрибутори. Примерите за очаквани доходи, давани на потенциалните дистрибутори, следва да бъдат реалистични и верни. Всички примери за доходи или продажби следва да се основават на документирани факти и не бива да се позовават само на отделни случаи на постигнат успех.

Б.д Договорни отношения

При започване на дейността на дистрибутора компанията следва да му предостави писмено споразумение или писмено заявление, което да бъде подписано от компанията и дистрибутора. Това споразумение или заявление следва да съдържа всички основни условия, определящи отношенията между дистрибутора и компанията. Компаниите следва да информират дистрибуторите относно техните правни задължения, включително относно приложими лицензи, регистрации и такси.

Компаниите и дистрибуторите не трябва да злоупотребяват с личния, обществен и интелектуалния живот или емоциите на дистрибутора, за да не се допуска експлоатирането му.

Б.е Такси

Компаниите и дистрибуторите не трябва да изискват от други дистрибутори или потенциални дистрибутори да поемат неразумно високи регистрационни такси, такси за обучение, за промоционални материали или други такси, свързани единствено с правото на участие в бизнеса на компанията. Размерът на всяка такса трябва да е приемлив. Освен стартовия пакет, компаниите и дистрибуторите нямат право да изискват закупуване на каквито и да било продукти като условие за включване в бизнеса на компанията. Предоставянето на съпътстващи продукти и услуги не може да бъде използвано за източник на доходи за компанията или дистрибутора.

Компаниите и техните дистрибутори не бива да допускат практики, при които дистрибутор заплаща такса за участие в системата на дистрибуция на дадена компания за директни продажби и получава доходи въз основа на таксите, внасяни от дистрибутори, които той е привлякъл в дистрибуционната система.

Всички такси, начислявани във връзка с присъединяване към системата на дистрибуция, поддръжка на дистрибуторски статут или обучение на дистрибутори, следва да бъдат директно обвързани със стойността на получени в замяна материали, продукти или услуги.

Б.ж Уважение на правото на неприкосновеност на личния живот

Компаниите и дистрибуторите се свързват с дистрибутори само по приемлив начин и в разумно време, за да не ги обезпокояват, като същевременно се спазват съответните национални законови изисквания, когато са приложими. Компаниите и дистрибуторите следва да предприемат необходимите мерки за осигуряване защита на цялата лична информация, предоставена от потребители, потенциални потребители или дистрибутори.

Б.з Право на отказ

Дистрибуторът следва да разполага с период от минимум 14 календарни дни, през които да има право на отказ от сключеното споразумение, без това да води до санкции и без да е необходимо да посочва причина за отказа си.

Периодът, в който може да упражнява това право, следва да бъде считан от първия ден, следващ сключването на споразумението. Възможно е от дистрибутора да бъде поискано да информира компанията в писмена форма относно решението си да се откаже от споразумението.

В случай, че дистрибуторът е упражнил правото си на отказ, компанията следва по желание на дистрибутора да изкупи от него всички продукти и помощни средства за бизнеса, които той е закупил в началото на дейността си. Компанията следва да възстанови безвъзмездно всички суми, заплатени от дистрибутора. Компанията обаче не е задължена да изкупи обратно продукти и помощни средства за бизнеса, ако те не са в първоначалния си нов и неупотребяван вид.

Б.и Обратно изкупуване

Независимо от правото на отказ на дистрибутора (Б.з), в случай, че дистрибуторът реши да прекрати по някаква причина отношенията си с компанията, тя трябва да изкупи обратно всички продукти, закупени от дистрибутора според съответните процедури за рекламация на дистрибутора. Условието на това обратно изкупуване са, че дистрибуторът ще получи минимум 90% от покупната цена, минус размера на доходите или ползите, получени от дистрибутора във връзка с тези закупени от него продукти. Компанията обаче не се задължава да изкупува обратно продукти, които:

- не са в първоначалния си нов и неупотребяван вид; или
- не могат да бъдат реализирани на пазара поради това, че срокът им на годност е изтекъл или скоро ще изтече.

Тази политика на обратно изкупуване следва да бъде ясно представена на дистрибуторите.

Б.й Стокова наличност

Компаниите не бива да изискват от дистрибуторите или да ги насърчават да закупуват неразумно голямо количество продукти като стокова наличност, нито пък редовно да закупуват количества, които няма вероятност да бъдат продадени в разумен срок. Определянето на подходяща стокова наличност трябва да бъде съобразено със следните фактори: реалистични възможности за продажба на наличните количества, конкурентност на продуктите и пазарната среда и политики на компанията за връщане на стоки и възстановяване на изплатени суми.

Б.к Справки

Компаниите следва да предоставят на дистрибуторите периодични справки относно (където е приложимо) продажби, покупки, подробни данни за доходите, комисиони, бонуси, отстъпки, доставки, откази и друга релевантна информация, съгласно споразумението, което компаниите са сключили с дистрибуторите. Всички дължими парични суми следва да бъдат изплатени и евентуалните удръжки да бъдат направени в съответствие с разумната търговска практика.

Б.л Обучение

Компаниите следва да осигурят подходящо обучение, насочено към етично поведение на дистрибуторите, включвайки информацията относно приложимите етични кодекси, съответния пазар и продукт. Обученията може да бъдат организирани под формата на семинари, наръчници, насоки или аудио-визуални материали, предоставяни безплатно или на разумна цена. Компаниите не могат да използват програмите за обучение като източник на печалба.

Б.н Други материали

Компаниите следва да забранят на дистрибуторите да продават или изискват от други лица да закупуват каквито и да било материали, несъответстващи на политиките и процедурите на компаниите.

Дистрибуторите, които продават одобрените от компанията промоционални или обучителни материали, независимо дали са на хартиен носител или в електронна форма, следва да (i) използват единствено материали, които отговарят на прилаганите от компанията стандарти, (ii) не изискват от дистрибуторите в своята мрежа да закупуват такива помощни материали, (iii) предлагат помощни материали за бизнеса на разумни цени, еквивалентни на пазарните цени на подобни материали, и (iv) предлагат политика за връщане на стоки идентична с тази на компанията, която представляват.

Компаниите следва да предприемат подходящи надлежни действия, за да се погрижат помощните материали, изготвени от дистрибуторите, да отговарят на изискванията на настоящия Кодекс и да не бъдат подвеждащи или заблуждаващи.

В. ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ КОМПАНИИТЕ

В.а Водещ принцип

Всяка компания, членуваща в АДП, следва да постъпва коректно към останалите членове.

В.б Привличане на дистрибутори

Компаниите и дистрибуторите не могат да прилагат системни тактики за привличане на дистрибутори на други компании.

В.г Уронване на престижа

Компаниите и техните дистрибутори нямат право несправедливо да уронват престижа на друга компания, да zlepоставят нейните продукти, продажби, маркетингов план или какъвто и да е друг неин аспект.

Г. ИЗПЪЛНЕНИЕ НА КОДЕКСА

Г.а Отговорност на компаниите

Основната отговорност за спазването на разпоредбите на Кодекса се носи от всяка отделна компания. В случай на нарушение на Кодекса компаниите следва да положат всички усилия, за да удовлетворят искането на жалбоподателя.

Всяка компания, която членува или на която предстои членство в АДП, следва да посочи длъжностно лице, което отговаря за изпълнението на Кодекса. Това длъжностно лице съдейства за спазването на Кодекса от страна на компанията и отговаря на запитвания, направени от Администратора на Кодекса. Същият служител е и основно лице за контакт в компанията, отговорно за разпространяване на принципите на Етичния Кодекс на АДП до независимите дистрибутори, служителите в компанията, потребителите и обществеността.

Г.б Отговорност на АДП

АДП следва да определи длъжностно лице, което е отговорно за разглеждането на жалби. АДП следва да полага всички разумни усилия за уреждане на жалбите.

Г.в Администратор на кодекса

Всяка АДП следва да посочи независимо лице или орган, който да изпълнява ролята на Администратор на кодекса.

Администраторът на кодекса следи спазването на Кодекса от страна на компаниите. Администраторът има задачата да урежда всяка неуредена жалба на потребителите в случаите, когато са нарушени изискванията на Кодекса, както и да представя годишен доклад за изпълнението на Кодекса.

Г.г Действия

Действията, които се определят от Администратора на Кодекса срещу дадена компания в случай на жалби от страна на дистрибутор във връзка с нарушения на Кодекса, могат да включват прекратяване на договора или отношенията на дистрибутора с компанията, възстановяване на заплатени суми, отправяне на предупреждение към компанията или нейните дистрибутори, както и други подходящи действия, а също и публикуването на тези действия или санкции.

Г.д Уреждане на жалби

Компаниите, АДП и Администраторите на Кодекса следва да въведат процедури за уреждане на жалби и да се погрижат получаването на всяка жалба да бъде потвърждавано своевременно, а решенията да се взимат в разумен срок.

Г.е Жалби, постъпили от компаниите

Жалби, постъпили от дадена компания срещу друга компания или АДП, се уреждат или от Администратора на кодекса, или от независим арбитър. Отделните АДП следва сами да детайлизират съответните си процедури.

Г.ж Публикуване

АДП публикува Кодекса и се грижи за възможно най-широкото му разпространение. Печатни копия на Кодекса следва да бъдат предоставени на обществено разположение, като достъпът до тях е безплатен.

