



## EUROPESE GEDRAGSCODE VOOR DIRECTE VERKOOP

1 juli 2018

Aangenomen in 1995

Herzien in 1999, 2000, 2004, 2011 en 2015 en 2018

De Gedragscode voor directe verkoop wordt van tijd tot tijd bijgewerkt om de ontwikkelingen in de markt en maatschappij te weerspiegelen. De eerste Europese code van ethiek werden in 1995 aangenomen. De huidige tekst vertegenwoordigt de zevende editie van de Europese gedragscode.

### **Inleiding**

*Seldia heeft deze Gedragscode aangenomen om ervoor te zorgen dat de relaties tussen bedrijven, directe verkopers (verder: Business partners) en Consumenten gebaseerd zijn op vertrouwen en eerlijkheid. De bepalingen van de Code zijn geen wetgeving, maar kunnen verder gaan dan de geldende wetgeving. Bedrijven en verenigingen die lid zijn van Seldia, zijn verplicht om deze gedragscode vast te stellen en te handhaven als een voorwaarde voor toelating en voortgezet lidmaatschap van Seldia.*

*Meer dan 28 nationale Verenigingen voor Directe Verkoop in Europa zijn lid van Seldia. Elk van hen heeft zo ver als mogelijk de inhoud van de bepalingen van deze Code opgenomen in de eigen nationale code.*

### **Voorwoord**

*Elk bedrijf dat lid is van een van de Nationale Vereniging voor Directe verkoop (verder: DV's of DSA's), verbindt zich ertoe van haar directe verkopers te eisen dat ze de normen en waarden van de relevante nationale code en dus ook de normen en waarden van de Seldia Gedragscode naleven. Nationale Directe Verkoop Verenigingen (DV's of DSA's) kunnen de Europese Gedragscode voor Directe Verkoop ten aanzien van Consumenten en de Europese Gedragscode voor Directe verkoop t.a.v. Business partners gebruiken en publiceren, tussen Business partners en tussen afzonderlijke Ondernemingen en op een andere manier van distributie indien nodig geacht. DSA's mogen beide Gedragscodes ook combineren, gebruiken en publiceren als één geheel.*

## EUROPESE GEDRAGSCODE VOOR DIRECTE VERKOOP TEN AANZIEN VAN CONSUMENTEN

### **1. ALGEMEEN**

#### **1.1 Doel**

De Europese Gedragscode voor Directe verkoop t.a.v. Consumenten (hierna te noemen, de 'Code') wordt gepubliceerd door Seldia voor haar leden (nationale verenigingen voor directe verkoop, in dit document afgekort als DSA's (Direct Selling Associations)). De Code omvat de relatie tussen bedrijven actief in directe verkoop en de met hen samenwerkende Business partners (verkopers) aan de ene kant en Consumenten aan de andere kant. De Code is gericht op het tot stand brengen van klanttevredenheid en –bescherming, op het bevorderen van eerlijke concurrentie binnen het kader van vrij ondernemerschap en op het verbeteren van het imago van directe verkoop bij het publiek, door de verkoop van kwaliteitsproducten onder eerlijke voorwaarden aan de Consument.



De Code bevat normen voor ethisch gedrag voor bedrijven actief in directe verkoop en directe verkopers. DV's/DSA's kunnen deze normen aanpassen aan nationale wettelijke vereisten of, zonder inhoudelijke wijzigingen, aan lokale situaties. Bedrijven en directe verkopers moeten zich houden aan de wet en daarom worden in de Code niet alle wettelijke verplichtingen herhaald. Het wordt aanbevolen dat de Code wordt gebruikt als bewijs van industrie-standaarden.

## 1.2. Verklaring van gebruikte terminologie

Binnen het kader van deze Code:

- (1) 'Directe verkoop' betekent elke verkoopmethode die is gebaseerd op het uitleggen of demonstreren van producten aan een Consument door een verkoper, hierna te noemen 'Business partner', buiten het bedrijfsterrein van de onderneming.
- (2) 'Consument' betekent elke natuurlijke persoon die producten koopt voor andere doeleinden dan ten behoeve van wederverkoop, de eigen onderneming of beroepsmatig.
- (3) 'Direct Selling Association (DSA)' (Directe Verkoopvereniging) houdt in, elke nationale branchevereniging voor directe verkoop bedrijven die de directe verkoop bedrijfstak vertegenwoordigt in een Europees land en dat lid is van Seldia.
- (4) 'Bedrijf actief in directe verkoop' of 'Bedrijf' betekent elke bedrijfseenheid die producten in de markt zet onder het eigen handelsmerk (logo) door middel van een distributiesysteem dat gebaseerd is op directe verkoop en dat lid is van een DSA.
- 5) 'Distributiesysteem' betekent elke organisatie en methode die bedoeld is voor het in de markt zetten van producten.
- (6) 'Business partner' betekent elke natuurlijke persoon of rechtspersoon die deelneemt aan het distributiesysteem van een directe verkoopbedrijf en die producten van dat bedrijf verkoopt, de verkoop bevordert of hieraan meewerkt. Business partners zijn bevoegd om andere Business partners te werven. Een Business partner kan een onafhankelijke handelsagent, onafhankelijke contractant, onafhankelijke handelaar of distributeur, werknemer of zelfstandige vertegenwoordiger of een andere soortgelijke vertegenwoordiger van een bedrijf zijn.
- (7) 'Product' betekent alle goederen, tastbaar of niet-tastbaar, en dienstverlening.
- (8) 'Verkoop via een Party' betekent directe verkoop aan een groep Consumenten die voor dit doel bij de gastheer of-vrouw is uitgenodigd.
- (9) 'Bestelformulier' is ieder document dat wordt gebruikt om producten te bestellen. Een gedrukt of geschreven document dat de details van een Consumentenbestelling bevestigt en een verkoopbewijs verstrekt aan de Consument. In het geval van digitale bestellingen, een digitaal beschikbaar gesteld document met alle voorwaarden van het aanbod en de aankoop.
- (10) 'Werving' betekent elke activiteit die wordt ontplooid met het doel om een persoon de kans te bieden om een Business partner te worden.

(11) Met 'Code Administrator' / 'Code beheerder' wordt bedoeld een onafhankelijke persoon die of een onafhankelijk orgaan dat is benoemd door een DSA om toe te zien op een correcte toepassing van de Code van de DSA en klachten op te lossen die vallen onder de Code.

### **1.3 Verenigingen (DSA's)**

Elke DSA verbindt zich er toe, een gedragslijn te hanteren om te voldoen aan de bepalingen van de Seldia Code, dit als een voorwaarde te erkennen van diens toetreding en continuering van het lidmaatschap binnen Seldia.

### **1.4 Bedrijven**

Elk bedrijf dat DSA-lid is, verbindt zich er toe zich toe, de nationale Code te houden als voorwaarde om toegelaten te worden als lid of om lid te mogen blijven van de DSA. Elk bedrijf dat DSA-lid is, wordt geacht om richting het publiek, zijn aansluiting bij de DSA en de nationale codes uit te dragen.

### **1.5 Business partners (verkopers)**

Business partners vallen niet onder de directe invloedssfeer van de Code, maar worden door hun bedrijven gehouden aan de navolging van de gedragsregels in de Code en dit te zien als een voorwaarde van lidmaatschap van het distributiesysteem van dat bedrijf.

### **1.6. Zelf-regulatie**

De Code is een standaard om zelf-reglementering / zelf regulering te bevorderen binnen directe verkoopbedrijven. Het is geen wet en de gedragseisen die gesteld worden, gaan op ethisch vlak soms verder dan wat wettelijk verplicht is. Men is niet wettelijk aansprakelijk wanneer men zich niet aan deze regels houdt.

Bij beëindiging van het lidmaatschap van een DSA is een bedrijf niet langer gehouden aan de Code, de bepalingen hiervan blijven echter wel van toepassing op gebeurtenissen of transacties die zijn ontstaan tijdens de periode dat het bedrijf lid was van de DSA.

### **1.7 Nationale wet**

Bedrijven en Business partners moeten voldoen aan alle wettelijke vereisten, in elk land waar zij zaken doen.

### **1.8 Extraterritoriaal effect**

Elke nationale DSA verbindt zich ertoe dat, met betrekking tot directe verkoopactiviteiten buiten zijn thuisland, elk lid als voorwaarde voor toelating en voortgaand lidmaatschap van de DSA moet voldoen aan de Europese gedragscodes voor directe verkoopactiviteiten binnen de Europese Economische regio (EER = EU inclusief IJsland, Liechtenstein en Noorwegen) of met de WFDSA (World Federation of Direct Selling Associations) 'World Codes of Conduct' voor directe verkoopactiviteiten buiten de EER, tenzij deze activiteiten onder de jurisdictie vallen van gedragscodes van een SELDIA of WFDSA-aangesloten DSA van een ander land waartoe het lid ook behoort.

Als tegen een bedrijf in een land waar het geen lid is, een codeklacht wordt ingediend, moet het bedrijf de jurisdictie van de Code beheerder in zijn thuisland accepteren (of als het bedrijf geen lid is in zijn thuisland, in welk land dan ook het bedrijf een DSA-lid is) en moet redelijke kosten dragen die zijn



gemaakt door de Code beheerder van het land van oorsprong in verband met de afhandeling van de klacht. Bovendien mag de codebeheerder van het land van herkomst afstemmen met de Code beheerder (indien aanwezig) van het land van de klager bij de evaluatie van de vermeende codeklacht van toepassing is, in volgorde van prioriteit: (i) de normen van de ethische code in het land waar de klacht wordt ingediend, of (ii) de normen van de Ethische Code in het land van de betreffende onderneming, of (iii) op zijn minst de normen die zijn vastgelegd in de Europese Gedragscode of de WFDSA Code of Ethics, wanneer die van toepassing zijn.

## **2. GEDRAGSREGELS TEN AANZIEN VAN KLANTEN**

### **2.1 Verboden praktijken**

Business partners en bedrijven dienen er geen misleidende, agressieve of oneerlijke praktijken op na te houden.

### **2.2 Identificatie en Demonstratie**

Bij het begin van een verkooppresentatie, zullen Business partners, zich ongevraagd naar waarheid en duidelijk identificeren, alsmede de identiteit van hun bedrijf; de aard van hun producten; en het doel van hun verzoek aan de potentiële Consument.

### **2.3 Vragen beantwoorden**

De Business partner dient accurate en begrijpelijke antwoorden te geven op alle vragen van Consumenten over het Product en de aanbieding.

Business partners bieden Consumenten juiste en volledige productbeschrijvingen en demonstraties met betrekking tot productkenmerken, prijs en, indien van toepassing, kredietvoorwaarden; betalingsvoorwaarden; het herroepingsrecht; retourvoorwaarden; garantiebepalingen; service na aankoop; en leverdata. Business partners zullen nauwkeurige en begrijpelijke antwoorden geven op alle vragen van Consumenten. Voor zover beweringen worden gedaan met betrekking tot de werkzaamheid van het product, zal de Business partner alleen die verbale of geschreven productclaims vermelden die door het bedrijf zijn goedgekeurd.

### **2.4 Bestelformulier**

Een geschreven Bestelformulier zal op of vóór het moment van de eerste verkoop aan de Consument worden verstrekt of ter beschikking worden gesteld. In het geval van een verkoop via e-mail, telefoon, internet of soortgelijke niet-persoonlijke middelen, is een kopie van het Bestelformulier eerder verstrekt, of opgenomen in de eerste bestelling, of zal worden verstrekt in printbare of downloadbare vorm via internet. Het Bestelformulier moet het bedrijf en de Business partner identificeren en de Consument de volledige contactgegevens van het bedrijf en, in voorkomend geval, de Business Partner en alle belangrijke voorwaarden van de verkoop verstrekken (overeenkomend met 2.2).

### **2.5 Recht van herroeping en het terugsturen van goederen**

Bedrijven en Business partners zorgen ervoor dat elk Bestelformulier ofwel een herroepingsrecht bevat gedurende een periode die ten minste die van de wet bevat, inclusief het recht op terugbetaling van elke betaling of goederen die worden verhandeld; of de Consument informeert over het ontbreken

van herroepingsrechten. Bedrijven en Business partners die een onvoorwaardelijk recht op het terugsturen van goederen aanbieden, dienen dit op schrift te stellen.

## **2.6 Garantie en Service na verkoop / klantenservice**

De voorwaarden van een garantie of waarborg, informatie over en de limiet aan de service na verkoop, de naam en het adres van de garantie-verlener, de duur van de garantie en op welke wijze de koper genoegdoening kan krijgen, dienen duidelijk uiteengezet te worden op het Bestelformulier of andere begeleidende documenten, of geleverd te worden bij het product.

## **2.7 Documentatie**

Promotiemateriaal of andere reclame, advertenties en correspondentie ('mailings') mogen geen enkele productbeschrijving, claim of illustratie bevatten, die bedrieglijk of misleidend is. Het dient de naam en het adres of telefoonnummer te vermelden van het bedrijf en kan het telefoonnummer vermelden van de Business partner. Het dient ook in overeenstemming te zijn, met de dan geldende Code en de regels aangaande marketing die gericht is op kinderen en minderjarigen, in het bijzonder die van de Richtlijnen ten aanzien van Oneerlijke Handelspraktijken en de Richtlijnen ten aanzien van Audiovisuele Media Services.

## **2.8 Aanbevelingen**

Bedrijven en Business partners mogen niet verwijzen naar enige aanbeveling of goedkeuring die niet is geautoriseerd, die onwaar dan wel anderszins niet langer van toepassing is, of die geen verband houdt met de aanbieding in kwestie of deze gebruiken op een wijze die de klant kan misleiden.

## **2.9 Vergelijking en Kleinering**

Bedrijven en Business partners dienen zich te onthouden van het maken van vergelijkingen die kunnen misleiden of die niet verenigbaar zijn met de principes van eerlijke concurrentie. Vergelijkingen mogen alleen gemaakt worden in overeenstemming met de bepalingen die vergelijkende reclame betreffen als uiteengezet in de Richtlijn 2006/114/EC aangaande misleidende en vergelijkende reclame. Bedrijven en Business partners dienen geen enkele firma of enig product direct te kleineren of te impliceren dat deze inferieur zouden zijn. Bedrijven en Business partners mogen niet op oneerlijke wijze hun voordeel doen met de goodwill die aan de handelsnaam of het logo van een andere firma toebehoren.

## **2.10 Recht op Privacy**

Persoonlijk contact of contact per telefoon of e-mail, dient op een redelijke manier gezocht te worden en op een redelijk tijdstip om inbreuk op het privéleven te voorkomen en zal plaatsvinden volgens de geldende nationale wetgeving waar van toepassing. Een Business partner dient een demonstratie of verkooppresentatie stop te zetten wanneer de klant dit verzoekt. Bedrijven en Business partners moeten de juiste procedure volgen om de bescherming te waarborgen van alle persoonlijke informatie die door de feitelijke of toekomstige klant werd geleverd. Inkomensmogelijkheden (business opportunities) die door bedrijven geboden worden, staan open voor toekomstige Business partners zonder te discrimineren op geslacht, ras, etnische groep, groep van religieuze of spirituele aard of politieke stroming. Bedrijven zullen schriftelijk elke verstregeling verbieden van de business en één of meer van de eerdergenoemde elementen van het privéleven.



### **2.11 Eerlijkheid**

Business partners mogen het vertrouwen van individuele Consumenten, noch het gemis aan commerciële ervaring van Consumenten misbruiken en dienen niet te profiteren van de leeftijd van een Consument of diens ziekte, mentale of fysieke gesteldheid, goedgelovigheid, gebrek aan inzicht of gebrekkige kennis van de taal.

### **2.12 Verbod op ketenverkoop**

Bedrijven en Business partners mogen een koper niet aanzetten tot het kopen van producten, door het beeld te scheppen dat een Consument de aankoopprijs kan verminderen of terugkrijgen, door andere Consumenten te verwijzen naar de Business partner voor vergelijkbare aankopen, als een dergelijke korting of teruggave afhangt van een onzekere toekomstige gebeurtenis.

### **2.13 Uitvoering**

Elke order dient zo spoedig mogelijk uitgevoerd te worden en in elk geval binnen 30 dagen vanaf de dag, volgend op die waarop de Consument de bestelling ondertekent, tenzij de partijen anders hebben afgesproken.

Consumenten dienen te worden geïnformeerd wanneer bedrijven of Business partners niet in staat zijn om aan hun deel van het contract te voldoen, op grond van het niet op voorraad zijn van de bestelde producten.

## **3. HANDHAVING VAN DE CODE**

### **3.1 Verantwoordelijkheid van het Bedrijf**

De eerste verantwoordelijkheid voor het eerbiedigen van de Code ligt bij elk afzonderlijk bedrijf. In het geval dat een bedrijf de bepalingen in de Code niet na kan komen, dient deze alles te doen wat redelijkerwijs verwacht mag worden om de klagende klant tevreden te stellen. Ieder deelnemend lid (bedrijf) en aspirant lid (bedrijf) wordt geacht een DSA Code Compliance verantwoordelijke aan te wijzen. De Code compliance verantwoordelijke is verantwoordelijk voor het bevorderen van de naleving van de Code door diens bedrijf en voor het reageren op informatieverzoeken van de DSA Code beheerder. Hij of zij zal ook als eerste contactpersoon fungeren bij het bedrijf en ervoor zorgen dat de principes van de DSA Code of Ethics de onafhankelijke verkopers (Business partners), de werknemers van het bedrijf, klanten en het grote publiek hiermee bekend zijn.

### **3.2 Verantwoordelijkheid van de DSA**

DSA's dienen ervoor te zorgen dat er een verantwoordelijke persoon is, die toeziet op een correcte afhandeling van klachten door betrokken partijen. DSA's dienen alles te doen wat redelijkerwijs verwacht mag worden, om ervoor te zorgen dat klachten naar behoren worden afgehandeld.

### **3.3 Nationale Code Beheerder**

Elke DSA dient een onafhankelijke persoon of onafhankelijk orgaan als Code beheerder aan te wijzen. De Code Beheerder is gehouden controle uit te oefenen op de naleving van de Code door het bedrijf via passende maatregelen. De Code Beheerder zal alle klachten van Consumenten welke voortkomen uit het niet naleven van de Code in behandeling nemen en trachten het geschil te beslechten, en een jaarlijks rapport uitbrengen over de uitvoering van de Code.



### **3.4 Maatregelen**

Maatregelen waartoe besloten wordt door de bedrijven, DSA's of Code beheerders omvatten bijvoorbeeld het annuleren van orders, de terugname van geretourneerde producten, het terugbetalen van bedragen of andere maatregelen die van toepassing zijn, zoals het waarschuwen van Business partners, de ontbinding of beëindiging van contracten of andere verbonden met het bedrijf van Business partners, het waarschuwen van bedrijven,

het uitsluiten van bedrijven van lidmaatschap van een DSA en de publicatie van deze maatregelen en sancties.

### **3.5 Afhandelen van Klachten**

Bedrijven, DSA's en Code beheerders dienen procedures in te stellen om klachten af te handelen en ervoor zorgen dat de ontvangst van een klacht binnen korte tijd wordt bevestigd en dat beslissingen op een redelijke termijn genomen worden. De afhandeling van klachten van Consumenten is steeds kosteloos voor de Consument, tenzij deze de Geschillencommissie bereikt.

### **3.6 Publicatie**

DSA's dienen de Code te publiceren en zo ruim als mogelijk bekend te stellen. Gedrukte exemplaren dienen kosteloos ter beschikking gesteld te worden aan het publiek.

### **3.7 Europese Code beheerder**

Een Europese Code beheerder is ingesteld. De Europese Code beheerder bestaat uit een commissie van vier leden. Drie van hen komen van de directe verkoop sector en worden benoemd door het bestuur van Seldia. Het vierde lid, dat ook benoemd wordt door het bestuur van Seldia en fungeert als voorzitter, is niet afkomstig uit de sector. De Executive Director van Seldia is ambtshalve secretaris van de Code beheerder.

De Europese Code beheerder is bevoegd tot het nemen van een van de maatregelen als gesteld in de volgende paragraaf waar het een Consument betreft die woonachtig is in een van de lidstaten van de EEA (European Economic Area) of een bedrijf of Business partner die actief is in een van de EEA landen.

Een Europese Code beheerder kan

(i) klachten ontvangen en beoordelen van partijen (Consumenten, Business partners, directe verkoopbedrijven, Consumentenorganisaties, etc.) van een van de EEA landen zonder een DSA, die verbonden is aan Seldia, waarmee een directe verkoopbedrijf gemoeid is dat lid is van Seldia of van een DSA die lid is van Seldia.

(ii) klachten ontvangen en beoordelen van partijen die te maken hebben met grensoverschrijdende transacties en waarbij een directe verkoopbedrijf betrokken is, dat lid is van Seldia, of een DSA die lid is van Seldia uit een van de EEA landen.

(iii) klachten ontvangen en beoordelen van DSA's die lid zijn van Seldia in een van de EEA landen, waarbij een directe verkoopbedrijf betrokken is dat lid is van Seldia. en

(iv) klachten ontvangen en beoordelen van DSA's die lid zijn van Seldia uit een van de EEA landen waarbij directe verkoopbedrijven betrokken zijn, die lid zijn van WFDSA, WFDSA CEO Council of van

DSA's buiten het lidmaatschap van Seldia om, met het doel om samen met een dergelijk directe verkoopbedrijf, WFDSA en de DSA in kwestie te bemiddelen.

### **3.8 Procedures bij de Europese code beheerder**

#### **1. Het verzamelen van Informatie**

Waar het, in antwoord op een klacht, nodig is om meer informatie te verzamelen, om de feiten op alle punten te kunnen vaststellen en te bepalen welke regels op deze zaak betrekking hebben, dient de Code beheerder het desbetreffende lid (bedrijf) te informeren over de klacht en van wie de klacht afkomstig is. De Code beheerder kan het lid (bedrijf) en de klagende partij vragen om aanvullende informatie. Na de feiten te hebben onderzocht en deze naast de regels te hebben gelegd in deze Code, zal de Code beheerder binnen drie maanden nadat de klacht is ingediend een beslissing nemen of verdere actie zal worden ondernomen.

#### **2. Handhaven code**

Wanneer de Code beheerder vermoedt dat er sprake is van een overtreding van de Code, zal hij een verzoek sturen aan het desbetreffende bedrijf waarin wordt verzocht binnen een maand commentaar in te dienen. Het bedrijf moet binnen een maand zijn positie bepalen wat betreft de inhoudelijke punten, in het kader van de Code waarop de Code beheerder zijn beslissing baseert, om een procedure te starten. Het antwoord, of het uitblijven van een antwoord van het bedrijf, in aanmerking genomen, kan de Code beheerder ertoe doen besluiten een standpunt kenbaar te maken waarin duidelijk en ondubbelzinnig de redenen uiteen worden gezet, waarom deze van mening is, waarom er sprake is van een inbreuk op de Seldia Code en waarbij het bedrijf opgeroepen wordt om binnen drie maanden alsnog overeenkomstig de Code te handelen. Het bestuur van Seldia kan besluiten om deze mening openbaar te maken, op voorstel van de voorzitter van de 'Commissie Code beheerder' na een aanbeveling hiertoe door de 'Commissie Code beheerder'.

## **EUROPESE DIRECTE VERKOOP GEDRAGSCODE TEN AANZIEN VAN BUSINESS PARTNERS, TUSSEN BUSINESS PARTNERS ONDERLING EN TUSSEN BUSINESS PARTNERS EN BEDRIJVEN**

### **A. ALGEMEEN**

#### **A.a Reikwijdte**

De Europese directe verkoop Gedragscode ten aanzien van Business partners, tussen Business partners onderling en tussen Business partners en bedrijven (hierna te noemen de 'Code') wordt door Seldia gepubliceerd voor de DSA's die lid zijn van Seldia. De Code betreft de relaties tussen de directe verkoopbedrijven en Business partners, tussen Business partners onderling en tussen Business partners en bedrijven. De Code is gericht op de bescherming van Business partners, het bevorderen van eerlijke concurrentie binnen het kader van vrije onderneming, de ethische voorstelling van zaken wat betreft de verdienmogelijkheden binnen de directe verkoopbedrijfstak, en het verbeteren van het publieke imago van directe verkoop, door kwaliteitsproducten op redelijke voorwaarden te verkopen aan Consumenten.

De code bevat normen voor ethisch gedrag voor directe verkoop bedrijven en directe verkopers. DSA's kunnen deze normen aanpassen aan nationale wettelijke vereisten of, zonder inhoudelijke wijzigingen, nationaal toepassen. Bedrijven en directe verkopers moeten zich houden aan de wet en daarom





worden in de Code niet alle wettelijke verplichtingen herhaald. Het wordt aanbevolen dat de Code wordt gebruikt als bewijs van industrie standaarden.

### **Index van gebruikte termen**

Binnen het kader van deze Code:

(1) 'Directe verkoop' betekent elke verkoopmethode die is gebaseerd op het uitleggen of demonstreren van producten aan een Consument door een verkoper, hierna te noemen 'Business partner', buiten het bedrijfsterrein van de onderneming.

(2) 'Consument' betekent elke natuurlijke persoon die producten koopt voor andere doeleinden dan ten behoeve van wederverkoop, de eigen onderneming of beroep.

(3) 'Direct Selling Association (DSA)' houdt in elke nationale branchevereniging voor directe verkoop - bedrijven die de directe verkoop bedrijfstak vertegenwoordigt in een Europees land en dat lid is van Seldia.

(4) 'Bedrijf actief in directe verkoop' of 'bedrijf' betekent elke bedrijfseenheid die producten in de markt zet onder het eigen handelsmerk (logo) door middel van een distributiesysteem dat gebaseerd is op directe verkoop en dat lid is van een DSA.

(5) 'Distributiesysteem' betekent elke organisatie en methode die bedoeld is voor het in de markt zetten van producten.

(6) 'Business partner' betekent elke natuurlijke persoon of rechtspersoon die lid is van het distributiesysteem van een directe verkoop-bedrijf en die producten van dat bedrijf verkoopt, of hierbij faciliteert of helpt, buiten het bedrijfsterrein van de onderneming. Business partners kunnen mogelijk andere Business partners werven. Een Business partner kan een onafhankelijke handelsagent, onafhankelijke contractant, onafhankelijke handelaar of distributeur, werknemer of zelfstandige vertegenwoordiger of een andere soortgelijke vertegenwoordiger van een bedrijf zijn.

(7) 'Verdiensten' betekent elk inkomen dat verkregen wordt door een Business partner. Verdiensten kunnen zijn: commissies, verkoopmarges, vastgestelde beloningen, commissieloon, beloningen, of beloningen in een andere vorm.

(8) 'Product' betekent alle tastbare of niet-tastbare goederen en dienstverlening.

(9) 'Zakelijk hulpmiddel' betekent elk goed dat of elke dienst die ervoor is bestemd om Business partners te helpen hun business te voeren of uit te bouwen en die is (i) bedoeld voor verkoop aan Business partners of die hen gratis ter beschikking wordt gesteld; en (ii) niet bestemd is voor wederverkoop aan Consumenten.

(10) Het woord 'Betaling' ('Fee') heeft betrekking op:

(i) elke contante betaling; of

(ii) elke betaling die gedaan wordt voor de aanschaf van zakelijke hulpmiddelen; als deze betaling is vereist van een Business partner, wanneer deze het distributienetwerk binnenkomt van een directe verkoopbedrijf of, op een periodieke basis, als een voorwaarde voor voortzetting van deelname aan dat distributiesysteem.



(11) 'Werving' betekent elke activiteit die wordt ontplooid met het doel om een persoon de kans te bieden om een Business partner te worden.

(12) Met 'Code beheerder' wordt bedoeld een onafhankelijke persoon die of een onafhankelijk orgaan dat is benoemd door een DSA om toe te zien op een correcte toepassing van de Code van de DSA, en klachten op te lossen die vallen onder de Code.

#### **A.b Verenigingen (DSA's)**

Elke nationale DSA verbindt zich er toe een gedragscode aan te nemen die in overeenstemming is met de bepalingen van de Seldia-code, als voorwaarde voor toelating en voortgezet lidmaatschap van Seldia.

#### **A.c Bedrijven**

Elk bedrijf dat DSA-lid is, verbindt zich er toe zich aan de nationale Code te houden als voorwaarde om toegelaten te worden als lid of om lid te mogen blijven van de DSA. Elk bedrijf dat DSA-lid is, wordt geacht om richting het publiek, zijn aansluiting bij de DSA en de nationale codes uit te dragen.

#### **A.d Business partners**

Business partners vallen niet onder de directe invloedssfeer van de Code, maar zullen door hun bedrijven gehouden worden aan de naleving van de gedragsregels in de Code en het voldoen aan de norm, te beschouwen als een voorwaarde van lidmaatschap van het distributiesysteem van dat bedrijf.

#### **A.e Zelfregulering**

De Code is een standaard om zelfregulering te bevorderen binnen directe verkoopbedrijven. Het is geen wet en de gedragseisen die gesteld worden gaan op ethisch vlak soms verder dan wat wettelijk verplicht is. Men is niet wettelijk aansprakelijk wanneer men zich niet aan deze regels houdt. Bij beëindiging van het lidmaatschap van een DSA is een bedrijf niet langer gehouden aan de Code, de bepalingen hiervan blijven echter wel van toepassing op gebeurtenissen of transacties die zijn ontstaan tijdens de periode dat het bedrijf lid was van de DSA.

#### **A.f Nationale wet**

Bedrijven en Business partners moeten voldoen aan alle wettelijke vereisten in elk land waar ze zaken doen.

#### **A.g Extraterritoriale effect**

Elke nationale DSA verbindt zich ertoe dat, met betrekking tot directe verkoopactiviteiten buiten zijn thuisland, elk lid als voorwaarde voor toelating en voortgaand lidmaatschap van de DSA moet voldoen aan de Europese gedragscodes voor directe verkoopactiviteiten binnen de EER of met de WFDSA (World Federation of Direct Selling Associations) World Codes of Conduct voor directe verkoopactiviteiten buiten de EER, tenzij deze activiteiten onder de jurisdictie vallen van gedragscodes van een SELDIA of WFDSA-aangesloten DSA van een ander land waartoe het lid ook behoort.

Als tegen een bedrijf in een land waar het geen lid is, een codeklacht wordt ingediend, moet het bedrijf de jurisdictie van de codebeheerder in zijn thuisland accepteren (of als het bedrijf geen lid is in zijn



thuisland, in welk land dan ook het bedrijf een DSA-lid is) en moet redelijke kosten dragen die zijn gemaakt door de codebeheerder van het land van oorsprong in verband met de afhandeling van de klacht. Bovendien kan de codebeheerder van het land van herkomst afstemmen met de Code beheerder (indien aanwezig) van het land van de klager bij de evaluatie van de vermeende codeklacht van toepassing is, in volgorde van prioriteit: (i) de normen van de ethische code in het land waar de klacht wordt ingediend, of (ii) de normen van de Ethische Code in het land van de betreffende onderneming, of (iii) op zijn minst de normen die zijn vastgelegd in de Europese Gedragscodes of de WFDSA Code of Ethics, wanneer die van toepassing zijn.

## **B. GEDRAGSCODE TEN OPZICHTE VAN BUSINESS PARTNERS**

### **B.a Naleving van de Code door Business partners**

Bedrijven dienen de inhoud van de Code mee te delen aan alle Business partners, en van hun Business partners te verlangen dat zij zich aan de Code houden of aan de gedragsregels die aan de maatstaf hiervan voldoen, als een voorwaarde voor lidmaatschap in de distributienetwerken van het bedrijf.

### **B.b Werving**

Bedrijven en Business partners mogen geen misleidende, bedrieglijke of oneerlijke wervingspraktijken gebruiken in hun interactie met toekomstige of bestaande Business partners.

### **B.c Informatie betreffende de Business**

Informatie die door het bedrijf wordt verstrekt aan zijn Business partners en aan toekomstige Business partners betreffende de mogelijkheden en de rechten, plichten en te verwachten kosten en uitgaven dienen correct en compleet te zijn. Het marketing plan van het bedrijf dient helder, begrijpelijk en niet misleidend te zijn. Bedrijven mogen niets als feit presenteren bij een toekomstige medewerker wat niet gecontroleerd kan worden of enigerlei belofte te doen die niet nagekomen kan worden. Bedrijven dienen geen verkeerde of bedrieglijke voorstelling van zaken te geven over de voordelen van de verkoopmogelijkheden aan toekomstige verkoopmedewerkers.

### **B.d. Verdiensten en rekeningen/status-overzichten**

Bedrijven zullen Business partners periodieke rekeningen/ status-overzichten verstrekken met betrekking tot, waar van toepassing, verkopen, aankopen, details van verdiensten, commissies, bonussen, kortingen, leveringen, annuleringen en andere relevante gegevens, in overeenstemming met de afspraak van het bedrijf met de Business partners. Alle verschuldigde gelden worden betaald en alle inhoudingen worden op een commerciële redelijke manier gedaan, overeenkomstig de toepasselijke nationale wetgeving.

Verdiensten die zijn betaald aan Business partners, zijn afkomstig van de verkoop van producten of diensten aan Consumenten. Verdiensten van Business partners kunnen gebaseerd zijn op de verkoop en persoonlijke consumptie door de Business Partners en hun neerwaartse lijn van verkopers ('downlines').

Business partners ontvangen geen verdiensten voor het werven van andere Business partners in een verkoopsysteem, behalve dat bedrijven Business partners minimale stimulansen kunnen geven die in overeenstemming zijn met de nationale/ lokale wetgeving.



### **B.e Claims inzake verdiensten**

1. Bedrijven en Business partners mogen de werkelijke of potentiële verkopen of verdiensten van hun Business partners niet verkeerd voorstellen.
2. Verdiengegevens en verkoopcijfers moeten zijn:
  - (a) waarheidsgetrouw, nauwkeurig en gepresenteerd op een wijze die niet vals, teleurstellend of misleidend is, en
  - (b) op basis van gedocumenteerde en onderbouwde feiten op de relevante/ van toepassing zijnde markt.
3. Potentiële Business partners moeten
  - (a) worden geïnformeerd dat de werkelijke verdiensten en verkopen van persoon tot persoon zal afhangen van de vaardigheden van de verkoper, de tijd en moeite die erin wordt gestoken en andere factoren, en;
  - (b) voldoende informatie krijgen om een redelijke evaluatie van de mogelijkheid om inkomsten te genereren mogelijk te maken.

### **B.f Relatie tot het bedrijf**

Het bedrijf dient de Business partner bij aanvang van diens activiteiten een schriftelijke overeenkomst te geven die ondertekend wordt door het bedrijf en de Business partner, of een verklaring op schrift. De schriftelijke overeenkomst of verklaring dient alle essentiële gegevens te bevatten die de relatie betreffen tussen de Business partner en het bedrijf. Bedrijven dienen hun Business partners te informeren over hun wettelijke verplichtingen, met inbegrip van vergunningen, registraties en belastingen die van toepassing zijn.

Het is bedrijven en Business partners niet toegestaan om het privéleven van Business partners of diens sociale, intellectuele of emotionele gevoeligheden te misbruiken voor geldelijk gewin.

### **B.g Betalingen**

Bedrijven en directe verkopers zullen Business partners of potentiële Business partners niet verplichten om meer dan redelijke vergoedingen te betalen (volgens de lokale markt en niet meer dan toegestaan door toepasselijke wetgeving) voor een van de volgende zaken: entreegelden, opleidingskosten, franchisevergoedingen, vergoedingen voor promotiemateriaal en voor verkoop hulpmiddelen of andere vergoedingen die uitsluitend betrekking hebben op het recht om een deelnemer te worden of te blijven in het distributiesysteem van het bedrijf.

Geen enkel bedrijf zal productaankopen als onderdeel van het aanvraagproces vereisen, tenzij deze in de starterkit zijn opgenomen. Waar dit wettelijk niet is verboden, is een verplichte aanschaf van een starterkit echter wel toegestaan.

Alle verplichte kosten die worden aangerekend om een Business partner te worden of te blijven, met inbegrip van eventuele extra diensten die door het bedrijf worden aangeboden (bijvoorbeeld online training, e-commerce of andere internetoplossingen, verzendkosten), worden volledig terugbetaald (na aftrek van elke commissie die de Business partner heeft verdiend) in het geval dat de Business partner zijn / haar business partnerschap beëindigt binnen 30 dagen na betaling. De terug te vorderen kosten zijn beperkt tot die kosten die zijn betaald door de Business partner in de 30 dagen voorafgaand aan de beëindiging van de distributeur.



Alle commissies die worden betaald op vergoedingen die worden gevraagd om Business partner te worden of te blijven, wat in feite een vergoeding is voor het werven van Business partner in een verkoopsysteem, zijn verboden.

#### **B.h Non-discrimination**

Zakelijke kansen van bedrijven staan open voor potentiële Business partners zonder discriminatie van geslacht, ras, etnische groep, groep van religieuze of spirituele betekenis, of politieke opinie. Ondernemingen zullen elke vorm van vermenging tussen het bedrijf en een of meer voornoemde elementen van het privé-leven schriftelijk verbieden.

#### **B.i Voorraden aanleggen en terugkoop**

Bedrijven zullen Business partners niet verplichten of aanmoedigen om productvoorraden in onredelijke grote hoeveelheden te kopen. Bedrijven zullen duidelijke en redelijke stappen ondernemen om ervoor te zorgen dat Business partners die compensatie ontvangen voor het downline verkoopvolume (neerwaartse lijn voor verkoopvolume) de Producten die ze kopen consumeren of doorverkopen om in aanmerking te komen voor een vergoeding.

Indien gevraagd bij beëindiging van de relatie van een Business partner met een bedrijf, zullen bedrijven onverkochte, opnieuw verkoopbare productvoorraad, promotiemateriaal, verkoop hulpmiddelen en pakketten terug kopen die in de voorafgaande twaalf maanden zijn gekocht en de oorspronkelijke kosten van de Business partner terugbetalen, minus de administratiekosten voor de Business partner van maximaal 10% van de netto-aankoopprijs. Het Bedrijf kan ook de kosten aftrekken van elk voordeel dat de Business partner ontvangt op basis van de oorspronkelijke aankoop van de geretourneerde goederen. Dit voorraadinkoopbeleid moet duidelijk worden gecommuniceerd aan Business partners.

Het wordt beschouwd als een oneerlijke en misleidende aanwervingspraktijk voor een bedrijf of verkoopmedewerker om een onafhankelijke Business partner te vragen of aan te moedigen onredelijke hoeveelheden voorraad of verkoop hulpmiddelen te kopen.

#### **B.j Opleiding en training**

Bedrijven dienen adequate opleidingen en trainingen te bieden om Business partners in staat te stellen om op een ethische wijze te werken, waarbij inbegrepen informatie over de te volgen ethische gedragscode, over de betreffende markt en het product. In training kan worden voorzien via trainingssessies, handboeken, gidsen of audiovisueel materiaal; deze materialen worden kosteloos of tegen een redelijke vergoeding verzorgd. Bedrijven worden niet geacht trainingsprogramma's te zien als bron van inkomsten.

#### **B.k Overige materialen**

Bedrijven zullen business partners verbieden om andere materialen die niet zijn goedgekeurd door het bedrijf, te verkopen aan andere business partners en die niet consistent zijn met het beleid en de procedures van het bedrijf.



Verder zullen Business partners die door de onderneming zijn goedgekeurd, wettelijk toegestaan promotie- of trainingsmateriaal verkopen, hetzij in gedrukte vorm, elektronisch of in enige andere vorm,

(i) alleen materialen aanbieden die voldoen aan dezelfde normen als waaraan het bedrijf zich houdt, (ii) verboden worden de aankoop van dergelijke materialen verplicht te stellen aan andere Business partners,

(iii) verkoopmiddelen verstrekken tegen redelijke en billijke kosten, zonder significante winst voor de Business partner, gelijkwaardig aan vergelijkbaar materiaal dat algemeen verkrijgbaar is op de markt, en

(iv) een schriftelijk retourbeleid aanbieden dat hetzelfde is als het retourbeleid van het bedrijf dat de Business partner vertegenwoordigt.

Bedrijven zullen zorgvuldige en redelijke stappen ondernemen om ervoor te zorgen dat verkoopmiddelen en soortgelijke materialen geproduceerd door Business partners voldoen aan de bepalingen van deze Code en niet misleidend of misleidend zijn.

Compensatie ontvangen door Business partners voor de verkoop van training en promotiemateriaal om een Business partner te worden of te blijven, wat in feite een vergoeding is voor het werven van Business partner in een verkoopsysteem, is verboden.

## **C. GEDRAGSLIJN TUSSEN BEDRIJVEN ONDERLING**

### **C.a Principe**

Ieder bedrijf dat lid is van een DSA wordt geacht zich eerlijk op te stellen tegenover andere leden.

### **C.b Verlokking**

Bedrijven en Business partners mogen andere Business partners niet weglukken of Business partners van andere bedrijven benaderen en deze systematisch in verleiding brengen.

### **C.c Kleinering**

Bedrijven zijn gehouden niet ten onrechte af te geven op een ander bedrijf, diens product, verkoop- en marketingplan of enig ander kenmerk van dat bedrijf, en ook hun Business partners niet toe te staan dit te doen.

## **D. HET OPLEGGEN VAN DE CODE**

### **D.a Verantwoordelijkheid van het Bedrijf**

De belangrijkste verantwoordelijkheid voor het naleven van de Code ligt bij elke individueel bedrijf. Bij overtreding van de Code, dient een bedrijf alles te doen wat redelijkerwijs verwacht mag worden om de klagende partij tevreden te stellen.

Van elk bedrijf dat lid of aspirant lid is van een DSA wordt verwacht een 'DSA Code Compliance verantwoordelijke' aan te stellen. De Code Compliance verantwoordelijke is verantwoordelijk voor het bevorderen van de naleving van de Code door diens bedrijf en voor het reageren op informatieverzoeken van de DSA Code beheerder. Hij of zij zal ook als eerste contactpersoon fungeren



bij het bedrijf en ervoor zorgen dat de principes van de DSA Code of Ethics de onafhankelijke Business partners, de werknemers van het bedrijf, klanten en het grote publiek hiermee bekend zijn.

#### **D.b Verantwoordelijkheid van de DSA**

DSA's dienen ervoor te zorgen dat er een verantwoordelijke persoon voor de afhandeling van klachten is. DSA's dienen alles te doen wat redelijkerwijs verwacht mag worden om ervoor te zorgen dat klachten naar behoren worden afgehandeld.

#### **D.c Nationale Code beheerder**

Elke DSA dient een onafhankelijke persoon of onafhankelijk orgaan als Code beheerder aan te wijzen. De Code beheerder is gehouden controle uit te oefenen op de naleving van de Code door het bedrijf via passende maatregelen. De Code beheerder zal alle klachten van Consumenten welke voortkomen uit het niet naleven van de Code oplossen en een jaarlijks rapport uitbrengen over de uitvoering van de Code.

#### **D.d Maatregelen**

Maatregelen waartoe besloten wordt door de bedrijven, DSA's of Code omvatten bijvoorbeeld de terugname van geretourneerde producten, het de ontbinding of beëindiging van contracten of andere verbonden met het bedrijf van Business partners, terugbetalingen, het waarschuwen van bedrijven of diens Business partners dan wel andere acties ondernemen die van toepassing zijn en de publicatie van deze maatregelen en sancties.

#### **D.e Afhandelen van Klachten**

Bedrijven, DSA's en Code beheerders dienen procedures in te stellen om klachten af te handelen en ervoor zorgen dat de ontvangst van een klacht binnen korte tijd wordt bevestigd en dat beslissingen op een redelijke termijn genomen worden.

#### **D.f Klachten van Bedrijven**

Klachten van bedrijven over een ander bedrijf of DSA zullen ofwel door de Code beheerder of door een onafhankelijke partij worden opgelost. Individuele DSA's dienen hun eigen procedures nader toe te lichten.

#### **D.g Publicatie**

DSA's dienen de Code te publiceren en zo ruim als mogelijk bekend te stellen. Gedrukte exemplaren dienen kosteloos ter beschikking gesteld te worden aan het publiek.

#### **D.h Europese Code beheerder**

Er is een Europese codebeheerder ingesteld. De Europese Code administrator bestaat uit een commissie van vier leden. Drie van hen zijn afkomstig uit de sector voor directe verkoop en worden benoemd door het bestuur van Seldia. Het vierde lid, ook aangewezen door het bestuur van Seldia en als voorzitter optredend, is onafhankelijk van de sector.

De uitvoerend directeur van Seldia is ex officio-secretaris van de codebeheerder.

De Europese codebeheerder kan een van de in de volgende paragraaf genoemde maatregelen nemen, als de klager zijn woonplaats in een lidstaat van de EER heeft of als een onderneming of rechtstreekse verkoper actief is in een van de EER-landen.

De Europese codebeheerder kan:

- (i) klachten ontvangen van partijen (Consumenten, Business partners, directe verkoopbedrijven, Consumentenorganisaties, enz.) uit een van de EER-landen zonder een DSA in lidmaatschap van Seldia waarbij een directe verkoopbedrijven is betrokken, dat lid is van Seldia of van een DSA in lidmaatschap van Seldia.
- (ii) klachten ontvangen en beslissen van partijen in verband met grensoverschrijdende transacties waarbij een direct verkoopbedrijf is betrokken, bij het lidmaatschap van Seldia of van een DSA die lid is van Seldia vanuit een van de EER-landen.
- (iii) klachten ontvangen en beslissen over DSA's die lid zijn van Seldia in een van de EER-landen waarbij een direct verkoop bedrijf is betrokken, die lid is van Seldia en
- (iv) klachten ontvangen van en beslissen over DSA's in lidmaatschap van Seldia uit een van de EER-landen met betrekking tot directe verkoopbedrijven die lid zijn van WFDSA, de WFDSA CEO Council of DSA's buiten het lidmaatschap van Seldia, met bemiddeling samen met dergelijke directe verkoop bedrijven, WFDSA en de DSA in kwestie.

#### **D.i. Procedures voor de Europese Code beheerder**

##### *1. Verzamelen van informatie*

Wanneer voor de reactie op een klacht nadere informatie moet worden verzameld om de feiten en regels met betrekking tot de zaak te bepalen, stelt de Europese Code beheerder de betrokken onderneming op de hoogte van de klacht en de identiteit van de klager.

De Europese codebeheerder kan het bedrijf en de klager om aanvullende informatie vragen.

Na onderzoek van de feiten en in het kader van de toegelichte regels in deze Code, beslist de Europese Code beheerder binnen drie maanden nadat de klacht is ontvangen, of verdere actie moet worden ondernomen.

##### *2. Handhaving van de Code*

Als de Europese code beheerde van oordeel is dat er een overtreding van de Code mogelijk is, richt deze een verzoek tot de betreffende Vennootschap en verzoekt deze binnen een maand zijn opmerkingen in te dienen.

Het bedrijf moet binnen een maand een standpunt innemen ten aanzien van de feitelijke punten en de code waarop de Europese Code beheerder zijn beslissing om een procedure te openen baseert.

In het licht van het antwoord of de afwezigheid van een antwoord van het bedrijf kan de Europese Code beheerder besluiten een advies uit te brengen, duidelijk en definitief uiteenzetten waarom het van mening is dat er sprake is geweest van niet-naleving van de Seldia-code en het bedrijf oproepen om voldoen aan de code binnen 3 maanden.

De Raad van Bestuur van Seldia kan, op voorstel van de voorzitter van de Europese Code beheerder, na het aanraden van de Code beheerder, beslissen om het advies openbaar te maken. °°einde°°