

# Direktesalgsselskapsforbundets Etiske regler

(Revidert 2019)

---

**For å sikre god forretningsskikk har Direktesalgsselskapsforbundets medlemmer og deres direkteselgere et sett etiske regler de skal etterleve. Disse regulerer blant annet til hvem og hvordan en selgerkontakt tas, hvilke salgsmetoder som kan benyttes, hvilken informasjon og dokumentasjon som skal gis ut, og hvordan eventuelle tvister håndteres.**

Et direktesalgsselskap som er medlem av DF har gjennom sitt medlemskap også akseptert foreningens etiske regler. Selv om Direktesalgsselskapsforbundet sine etiske regler ikke er lov i ordets rette forstand, kan de i visse tilfeller overskride et etisk nivå som går lengre enn så. Brudd på reglene kan derfor medføre rettslige følger i samsvar med norsk lovgivning. For å sikre at Direktesalgsselskapsforbundet og våre medlemsbedrifter følger de etiske reglene, har man oppnevnt en uavhengig «Code Administrator». Denne har til oppgave å gjennom passende tiltak sørge for at reglene etterleves.

Reglene er bestemt av både den europeiske (Seldia) og den internasjonale direktesalgsselskapsforeningen (WFDSA) og er obligatorisk for alle nasjonale foreninger. De etiske reglene sørger blant annet for at forbrukerne skal kunne føle seg trygge, bli korrekt behandlet og være fornøyde med sin direktehandel. Det er direktehandelsselskapet som er ansvarlig for at medlemsbedriftene følger de etiske reglene.

# 1. Generelt

## 1.1. Område:

Reglene omhandler relasjonene mellom på den ene siden direktesalgsbedriftene og deres selgere, og på den andre siden forbrukerne. Formålet med reglene er å skape tilfredshet og beskyttelse av forbrukerne, og å fremme fair konkurranse innenfor den frie handels rammer, samt å styrke den offentlige image av direktesalg.

Reglene følger de internasjonale bransjeregler som er utarbeidet av World Federation of Direct Selling (WFDSA) samt de europeiske bransjereglerne utarbeidet av den europeiske direktesalgforeningen Seldia.

## 1.2. Ordliste og vendinger:

I forbindelse med de etiske regler har vendingene følgende mening:

### Direktesalg:

Markedsføring av produkter direkte til forbrukerne i deres hjem, på arbeidsplassen samt andre steder utenfor faste utsalgssteder, hvor salget ivaretas av en selger ved beskrivelse eller demonstrasjon av produktene.

### DF:

DF er forkortelsen av Direktesalgsforbundet, som er et nasjonalt forbund for Direktesalgsbedrifter, og som ivaretar direktesalgets interesser i et land.

### Virksomhet:

En Direktesalgsvirksomhet er en forretningsenhet, som anvender et Direktesalgskonsept i forbindelse med markedsføring av produkter, som er knyttet til dets varemerke eller andre identifiserbare relasjoner, og som er medlem av DF.

### Direkteselger:

En direkteselger er en person, som er medlem av et distribusjonssystem i en Direktesalgsbedrift som utenfor fast utsalgssted selger, markedsfører eller assisterer i salg av denne virksomhetens produkter. En direkteselger kan være en uavhengig handelsagent, uavhengig kontrahent, uavhengig selger eller distributør, ansatt eller selvstendig representant, franchise eller lignende.

### Produkt:

Produkt inkluderer varer og serviceytelser så vel materielle som immaterielle.

### Rekruttering:

Enhver aktivitet, som utføres med det formål å verve en person til å bli selger/distributør.

### 1.3. DF:

Som en betingelse for opptagelse samt medlemskap i Seldia og WFDSA forplikter ethvert nasjonalt direktesalgsforbund seg til å anvende Etske Regler, som skal inneholde essensen av de internasjonale etiske regler.

### 1.4. Virksomheter.

Alle medlemsvirksomheter er forpliktet til å følge Etske Regler, som er en betingelse for opptak og medlemskap i DF.

### 1.5. Direkteselgere:

Direkteselgere er ikke direkte underkastet reglene, men bedriften vil kreve, at de overholder disse eller tilsvarende regler, som en betingelse for medlemskap i virksomhetens distribusjonssystem.

### 1.6. Selvregulering:

Reglene er en måleenhet for selvregulering av Direktesalg. Det er ikke en lov, men dens bestemmelser kan kreve ett nivå av etikk, som overstiger eksisterende legale krav. Brudd medfører ikke noe rettslig

ansvar. Hvis en bedrift opphører å være medlem i DF, er bedriften ikke lenger bundet av reglene, men bestemmelsene er stadig gjeldende ved krav eller andre transaksjoner, som er oppstått, mens bedriften var medlem av DF.

#### 1.7. Lovgivning:

Virksomheter og selgere skal følge lover og regler i de landene de bedriver virksomhet.

## **2. Etiske regler overfor forbrukerne**

### **2.1. Forbudt praksis:**

Virksomheter og direkteselgere må ikke benytte seg av villedende, bedragerske, aggressive eller uhederlige salgsmetoder.

### **2.2. Legitimasjon:**

Selgerne skal uoppfordret i begynnelsen av salgspresentasjonen tydelig og uoppfordret legitimere seg ovenfor den potensielle kunden. Likedan skal de legitimere sin virksomhet, sine produkter samt formålet med sin henvendelse. Ved salg via hjemmedemonstrasjoner skal selgerne gjennom invitasjonen ovenfor vertskap og gjestene gjøre klart formålet med demonstrasjonen.

Det er et krav at enhver uttalelse og informasjon ved tilbud av produkter er nøyaktig og fyldestgjørende spesielt med hensyn til pris, evt. kredittpris, betalingsbetingelser, avbestilling, returrett, garantibetingelser, service og levering.

### **2.3. Svar på spørsmål:**

Svar til forbrukerne i forbindelse med produkttilbud ved direkte salg skal være nøyaktige og forståelige.

### **2.4. Ordreblanketter:**

På salgstidspunktet skal det leveres en skriftlig ordreblankett til kunden, som skal inneholde navn, adresse og telefonnummer enten på bedriften eller selgeren samt alle salgsbetingelser. Alle betingelser skal være klare og tydelige.

### **2.5. Produktinformasjon:**

All muntlig og skriftlig produktinformasjon fra selgerne skal være godkjent av bedriften.

## 2.6. Avbestillingsrett og retur av varer:

Bedrifter og selgere skal forsikre seg om at alle bestillingslister, uansett om det er lovkrav eller ikke, skal inneholde en avbestillingsklausul, som tillater kunden å annullere ordren innenfor et bestemt tidsrom, og også få refundert betalinger eller varer. Bedrifter og selgere, som tilbyr en ubetinget returrett skal gjøre dette skriftlig.

## 2.7. Garanti og service:

Følgende betingelser skal klart fremgå enten av bestillingslisten eller en separat trykksak som er vedlagt produktet:

- Garantibetingelser/reklamasjonsbestemmelser
- Detaljer og begrensning i service etter salget.
- Navn og adresse på vedkommende som er ansvarlig for garantien
- Garantiens varighet
- Kundens lovmessige rettigheter.

## 2.8. Trykksaker:

Salgsfremmende trykksaker og annonseringer må ikke inneholde produktbeskrivelser eller illustrasjoner som kan virke villedende og bedragerske. Trykksakene skal inneholde navn og adresse eller telefonnummer på bedriften eller selgeren.

Trykksakene skal også være i henhold til markedsføringsloven og dessuten forenlig med internasjonale retningslinjer for markedsføring overfor barn og ungdom.

## 2.9. Brukeranbefaling:

Bedrifter og selgere må ikke henvise til beskrivelser relatert til tilbudet, som ikke er realistiske, sanne, tilsvarende, eller på annen måte ikke anvendelige lenger, som kan villedde forbrukeren.

#### 2.10. Sammenligninger og nedrakning:

Bedrifter og selgere skal holde seg unna sammenligninger som er villedende og som ikke passer inn i hederlig konkurranse.

Enkeltpunkter til sammenligning må f.eks. ikke utvelges tendensiøst til egen fordel, men skal være basert på fakta, som kan bekreftes.

Bedrifter og selgere må verken direkte eller indirekte på unfair måte baktale andre virksomheter eller produkter. Bedrifter eller selgere må heller ikke dra fordel av den goodwill som er knyttet til andre firmaer eller produkters navn eller varemerker.

#### 2.11. Respekt for privatlivet:

Personlig eller telefonisk kontakt skal skje på en fornuftig måte og på et passende tidspunkt for kunden for å unngå å være påtrengende. En selger skal avslutte demonstrasjonen eller salgspresentasjonen hvis kunden ber om det. Bedrifter og selgere skal sikre all personlig informasjon som oppgis av eksisterende eller potensielle kunder.

#### 2.12. Ærlighet:

Selgerne må ikke misbruke den individuelle forbrukers tillit, men skal respektere forbrukerens manglende handelsmessige erfaring, og skal ikke utnytte kundens alder, sykdom, manglende forståelse eller mangel på språklig viten.

#### 2.13. Salg med verving for øyet «Referral selling»:

Bedrifter og selgere må ikke presse en kunde til å kjøpe varer eller servicetyelser. De må heller ikke forsøke å overtale en forbruker til å foreta et kjøp gjennom et løfte om at forbrukeren kan redusere eller dekke kostnaden gjennom at forbrukeren verver potensielle kunder til selgeren for liknende kjøp.

#### 2.14. Levering:

Det er et krav at avtalte leveringsterminer overholdes. Hvis et produkt ikke er tilgjengelig, skal kunden informeres om at det ikke kan leveres til avtalt tid. Kunden har da rett til enten

- heve kjøpet og få tilbake det som er betalt. Beløpet skal tilbakebetales omgående og under alle omstendigheter innen 30 dager; eller

- akseptere et erstatningsprodukt av samme kvalitet og til samme pris.

Forbrukeren har rett til erstatning i henhold til kjøpsloven.



### **3. Håndhevelse av reglene**

#### **3.1. Bedrifters ansvar:**

Hovedansvaret for overholdelse av reglene ligger hos hver enkelt bedrift. I tilfelle brudd på reglene skal bedriften gjøre alt hva de kan, for å tilfredsstille den som har klaget.

Hver medlemsbedrift forplikter seg gjennom medlemskapet i DF å følge tilsvarende nasjonale regler i sin virksomhet i andre land enn Norge.

Dersom en medlemsbedrift blir innklaget for regelbrudd i et land der de ikke er medlem i det nasjonale direktosalgsforbundet, må bedriften akseptere avgjørelse fra Code Administrator i bedriftens hjemland (eller, dersom bedriften ikke er medlem i den nasjonale direktosalgsforeningen i sitt hjemland, akseptere avgjørelse fra Code Administrator i et annet land der bedriften er medlem) og skal dekke rimelige kostnader for Code Administrator som framkommer i tilknytning til vurdering av klagen.

Bedriften skal uttrykkelig fraråde selgeren til å kjøpe et urimelig stort lager av produkter. I tillegg skal bedriften iverksette tiltak for å sikre at produkter selges videre eller konsumeres innen rimelig tid. Bedriftene skal også tilby forretningsmuligheten til alle uten diskriminering i form av kjønn, rase, etnisk gruppe, religion eller annen åndelig tilknytning eller politisk ståsted. Bedriftene skal ikke tillate sammenblanding av forretningsmuligheten med noen av ovennevnte deler av privatlivet.

#### **3.2. DF sitt ansvar:**

DF skal stille en person til rådighet, som er ansvarlig for behandlingen av klager. DF skal gjøre sitt beste for å sikre at klager blir avgjort.

#### **3.3. Administrator:**

DF kan utpeke en uavhengig person eller et organ som administrator. Administratoren skal passe på, at bedriftene gjennom sine tiltak

overholder reglene. Videre skal administratoren sørge for at enhver uavgjort forbrukerklage over brudd på reglene blir behandlet.

#### 3.4. Sanksjoner:

Sanksjoner, som kan brukes av bedrifter, DF eller administrator, kan være avbestilling av ordre, returnering av kjøpte varer, refunderinger av betalinger, eller andre tiltak, herunder advarsel til selgerne, annullering eller oppsigelse av selgerens kontrakt og andre avtaleforhold med bedriften, advarsler til bedriftene og utelukkelse av bedrifter fra DF medlemskap samt offentliggjørelse av slike tiltak eller sanksjoner.

#### 3.5. Klagehåndtering:

Bedriftene, DF og administratoren skal etablere prosedyrer for klagehåndtering og sikre at enhver klage blir bekreftet innen kort tid og avgjørelser foretas innen rimelig tid. Håndtering av klage fra forbrukere skal være kostnadsfritt for forbrukeren.

#### 3.6. Publikasjon:

DF skal offentliggjøre sine etiske regler og sørge for at de i så omfattende grad som mulig når ut til offentligheten.

Ved forhold som ikke omfattes av DF's regler, vil Direktesalgsforbundet rette seg etter Seldias etiske regler.

## **Virksomhetenes behandling av direkteselgere**

En direkteselger skal ikke ha fortjeneste på rekruttering av andre direkteselgere til virksomheten annet enn i form av mindre gaver eller andre minimale incentiver.

Bedrifter og selgere skal ikke gi for høye forventninger om direkteselgerens faktiske eller potensielle salg eller fortjeneste. Enhver informasjon om fortjeneste eller salg skal være:

- a) sannferdig, korrekt og presentert på en måte som ikke er falsk eller villedende, samt
- b) gi tilstrekkelig informasjon for å gjøre en vurdering av inntekspotensialet.

## **Fortjenestemuligheter**

Utbetalinger til direkteselgere skal være basert salg av produkter og tjenester til forbrukere. Direkteselgeres fortjenestemuligheter kan basere seg på salg og personlig forbruk av direkteselgeren og deres downlines.

## **Utbetalinger og kontoutdrag**

Virksomheten skal forsyne direkteselgere med regelmessige kontoutdrag som omfatter salg, kjøp, provisjoner, bonus, rabatter, leveranser, avbestillinger og andre relevante data i henhold til virksomhetens avtaler med direkteselgerne. Alle forfalte beløp skal betales uten ubegrunnet forsinkelse og i henhold til gjeldende lovgivning.

## **Avgifter**

Virksomheter og direkteselgere får ikke kreve at andre direkteselgere skal betale urimelig høye innmeldingsavgifter, utdanningsavgifter, franchiseavgifter, avgifter for reklamemateriell eller salgshjelpemiddel eller andre avgifter relatert til retten til å delta i virksomheten.

## **Ingen diskriminering**

Forretningsmuligheten skal være åpen for alle potensielle direkteselgere uten diskriminering med hensyn til kjønn, rase, etnisk gruppe, religion eller politisk standpunkt.

## **Rettferdig rekruttering**

Virksomheten skal ikke anvende seg av villedende, aggressive, bedragerske, illojale eller på annet sett utilbørlige metoder i forbindelse med rekruttering. Direkteselgeren skal opplyses om realistiske fortjenestemetoder sett over en lengre tidsperiode samt få en forståelig presentasjon av foretakets kompensasjonsplan med angivelse av reell arbeidsinnsats for å nå ulike nivåer og antall direkteselgere som samtidig befinner seg på samme nivå.

## **Respekt for privatlivet**

Virksomhetens og direkteselgerens kontakt med potensielle direkteselgere skal gjøres på et ansvarsfullt sett til tidspunkter som ikke virker påtrengende.

## **Åpenhet**

En potensiell direkteselger skal informeres om de kostnader som er tilknyttet å være direkteselger hosvirksomheten, f.eks. startkostnad og årsavgift samt kostnader for kurs, informasjonsmaterieell, startpakke m.m. Den potensielle direkteselgeren skal dessuten informeres om direkteselgerens ansvar i forhold til DF's etiske regler, markedsrettslig og konsumentrettslig lovstiftning og ansvaret overfor nye direkteselgere som han eller hun har vervet samt om skatterettslige regler i tilknytning til salgsfortjeneste eller eventuell provisjon/bonus.

## **Realistiske fortjenestemuligheter**

Virksomheter og direkteselgere får ikke gi overdrevne forventninger om direkteselgerens faktiske eller potensielle salg og fortjeneste. Enhver informasjon om fortjeneste eller salg skal baseres på dokumenterte fakta og får ikke gjenspeile enkelte framgangsrike tilfeller.

## **Direkteselgerens angrerett**

Direkteselgeren skal innenfor en periode på 14 kalenderdager ha rett til å si opp avtalen uten å angi noen særskilt grunn. 14-dagers perioden starter den dagen kontrakten blir undertegnet. Selv om det ikke er et formelt krav, bør direkteselgeren informere bedriften skriftlig om sin oppsigelse.

## **Mulighet for tilbakekjøp**

Dersom en direkteselger velger å si opp sin avtale med bedriften, skal bedriften kjøpe tilbake usolgt og salgbart lager og kreditere direkteselgeren med vedkommendes opprinnelige kostnad for dette lageret minus et administrasjonsgebyr på 10% av denne kostnaden. Virksomheter skal ikke oppmuntre sine direkteselgere å kjøpe inn urimelig stor lagerbeholdning.

## **Akseptable avgifter**

Bedrifter og direkteselgere får ikke kreve urimelig høye avgifter for innmelding, utdanning, franchise, reklamemateriell eller salgshjelpemiddel eller andre utgifter relatert til retten å delta i organisasjonen. Samtlige avgifter skal representere en reell verdi i forhold til hva direkteselgeren får for avgiften og den får ikke være grunnlag for provisjon.

## **Lovlige handlinger**

Bedrifter og direkteselgere får ikke tillate en virksomhet der en direkteselger eller konsument betaler beløp under forespeiling av fortjeneste basert på at de verver andre å delta eller betale tilsvarende beløp, i stedet for via salg eller konsumpsjon av et produkt.

## **Utdannelse og trening**

Bedriften skal gi direkteselgeren nødvendig utdanning og trening for at vedkommende skal kunne utføre sitt arbeid på en etisk riktig måte, inkludert informasjon om det aktuelle markedet og produktet. Dette kan oppnås gjennom muntlig utdanning eller gjennom skriftlige instruksjoner eller retningslinjer, evt. via audiovisuelle hjelpemidler, hvilket skal være tilgjengelig for en akseptabel kostnad eller gratis.

Ved behov for ytterligere detaljer, vil Direktesalgsforbundet rette seg etter Seldias etiske regler som kan lastes ned via [www.seldia.eu](http://www.seldia.eu)