

**Утверждено решением  
Общего собрания членов  
Ассоциации Прямых Продаж  
от “30” января 2018 г.**

## **КОДЕКС ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ В ОБЛАСТИ ПРЯМЫХ ПРОДАЖ**

### **ПРЕАМБУЛА**

Настоящий Кодекс содержит руководящие указания в отношении взаимодействия между:

1. Компаниями, членами АПП, их действующими и перспективными Независимыми Распространителями;
2. Компаниями, членами АПП, их Независимыми Распространителями и Потребителями Продукции Компаний;
3. Компаниями, членами АПП, в процессе их конкуренции в условиях рынка; а также
4. Индивидуальными заявителями, Администратором Кодекса АПП и Компаниями, членами АПП.

### **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

#### **1.1 Сфера применения**

Кодекс профессиональной этики в области Прямых Продаж регулирует отношения с Потребителями, с Независимыми Распространителями, между Независимыми Распространителями и между Компаниями-членами Ассоциации Прямых Продаж (в дальнейшем именуемый «Кодекс»), утвержден Ассоциацией Прямых Продаж и обязателен для ее членов. Данный Кодекс содержит следующие разделы: «Профессиональная этика во взаимоотношениях с Потребителями», «Профессиональная этика во взаимоотношениях между Компаниями и Независимыми Распространителями», а также «Профессиональная этика во взаимоотношениях между Компаниями». Вышеуказанные три раздела охватывают весь спектр динамично меняющихся взаимоотношений в сфере Прямых Продаж. Кодекс разработан для того, чтобы обеспечить удовлетворение нужд Потребителей и их защиту с целью содействия справедливой конкуренции между индивидуальными

предпринимателями, а также с целью создания у общественности положительного образа Прямых Продаж как вида торговой деятельности, при которой осуществляется продажа качественной Продукции на справедливых условиях непосредственно конечному Потребителю.

## **1.2 Основные понятия**

Термины, которые используются в настоящем Кодексе, имеют нижеследующие значения:

**Администратор Кодекса:** Независимое лицо или организация, назначаемая Ассоциацией Прямых Продаж для контроля за соблюдением Компанией положений настоящего Кодекса, а также для урегулирования разногласий, руководствуясь данным Кодексом.

**Компания:** Коммерческая организация, которая использует систему Прямых Продаж для реализации Продукции со своим товарным знаком, знаком обслуживания или иными обозначениями и является членом Ассоциации Прямых Продаж.

**Потребитель:** Любое лицо, приобретающее Продукцию у Независимого Распространителя или Компании Прямых Продаж для конечного потребления.

**Независимый Распространитель:** Физическое или юридическое лицо, наделенное правом приобретения и/или продажи товара с товарным знаком Компании и которому может быть предоставлено право рекрутировать других Независимых Распространителей. Независимый Распространитель преимущественно осуществляет продажу товара непосредственно Потребителю в местах, удаленных от постоянных, стационарных точек розничной торговли, посредством объяснения или демонстрации товаров и услуг. Независимый Распространитель может являться независимым торговым агентом, независимым подрядчиком, независимым дилером или дистрибьютором, представителем, работающим по найму или занимающимся собственным бизнесом, а также любым иным торговым представителем Компании.

**Бланк розничного заказа:** Документ, предоставляемый Потребителю и подтверждающий факт покупки.

**Продукция:** К Продукции относятся потребительские товары и услуги, как материальные, так и нематериальные.

**Рекрутирование (набор):** Любая деятельность, осуществляемая с целью привлечения какого-либо лица в качестве Независимого Распространителя.

### **1.3 Компании**

Каждая Компания, которая является членом Ассоциации Прямых Продаж, обязуется, как минимум, принять и соблюдать настоящий Кодекс профессиональной этики в качестве условия для вступления в члены Ассоциации, а также для сохранения своего членства в названной Ассоциации. Каждая Компания также принимает на себя обязательства по пропаганде настоящего Кодекса и тех его общих положений, которые непосредственно касаются Потребителей и Независимых Распространителей, а также информации о том, где Потребители и Независимые Распространители имеют возможность получить экземпляр данного Кодекса.

### **1.4 Независимые Распространители**

Кодекс не возлагает на Независимых Распространителей прямых обязательств, однако Компании Независимых Распространителей должны требовать от них соблюдения Кодекса в качестве условия членства Независимых Распространителей в системах распространения Продукции Компании.

### **1.5 Саморегулирование**

Кодекс не является законодательно-нормативным актом, однако его соблюдение обязательно для Компаний - членов Ассоциации Прямых Продаж. Несоблюдение Кодекса не влечет за собой гражданско-правовую ответственность. С прекращением членства в Ассоциации Прямых Продаж с членов снимаются обязательства, возлагаемые данным Кодексом. Положения Кодекса распространяются на события или сделки, которые имели место в период членства Компании в Ассоциации Прямых Продаж.

### **1.6 Законодательство**

Компании и Независимые Распространители обязаны соблюдать все требования действующего законодательства Российской Федерации. Поэтому положения Кодекса не содержат все требования, предусмотренные законодательством Российской Федерации. Соблюдение Компанией и Независимыми

Распространителями нормативных и законодательных актов Российской Федерации является условием для принятия в члены Ассоциации Прямых Продаж и для сохранения членства в Ассоциации.

### **1.7 Экстерриториальное действие**

В качестве условия для вступления в члены и сохранения членства в Ассоциации Прямых Продаж Ассоциация принимает на себя обязательство требовать от каждого из своих членов:

а) соблюдения положений Кодекса Этики национальных Ассоциаций Прямых Продаж в отношении деятельности в области прямых продаж, совершаемой за пределами Российской Федерации, в случае если Компания является членом национальных Ассоциаций Прямых Продаж, аффилированных с WFDSA, в соответствующих странах;

б) соблюдения положений Кодекса Этики Европейской Ассоциации Прямых Продаж (SELDIA) в отношении деятельности в области прямых продаж, совершаемой на территории Европейской экономической зоны, в случае если Компания не является членом национальных Ассоциаций Прямых Продаж соответствующих стран;

в) соблюдения положений Кодекса профессиональной этики Всемирной Федерации Ассоциаций Прямых Продаж (WFDSA) в отношении деятельности в области прямых продаж, совершаемой за пределами Российской Федерации и Европейской экономической зоны, в случае если Компания не является членом национальных Ассоциаций Прямых Продаж соответствующих стран или является членом национальных Ассоциаций Прямых Продаж, не аффилированных с WFDSA.

В случае если в адрес Компании поступает жалоба или претензия от заявителя из страны, в которой Компания не является членом национальной Ассоциации Прямых Продаж, Компания несет ответственность по решению Администратора Кодекса в соответствии с национальным законодательством в стране нахождения ее головного офиса (или в любой другой стране, где Компания является членом национальной Ассоциации Прямых Продаж, если не является таковой в стране нахождения ее головного офиса) и несет разумные расходы, связанные с разрешением жалобы, по решению Администратора Кодекса. Более того, Администратор Кодекса Ассоциации в стране нахождения головного офиса компании может координировать работу с Администратором Кодекса (если таковой существует) национальной Ассоциации в стране заявителя и при рассмотрении жалобы применять в порядке приоритетности:

(i) положения Этического Кодекса в стране заявителя, (ii) положения Этического Кодекса в стране нахождения головного офиса компании, в адрес которой поступила жалоба; (iii) как минимум положения Этического Кодекса Всемирной Федерации Ассоциаций Прямых Продаж.

## **2. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА В ОТНОШЕНИИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

### **2.1 Недопустимые действия**

Независимые Распространители не должны применять вводящие в заблуждение, обманные или нечестные методы продажи.

### **2.2 Предоставление информации**

С самого начала демонстрации Продукции Независимые Распространители без каких-либо просьб со стороны Потребителя сообщают ясную и правдивую информацию о себе, называют наименование своей Компании, описывают ее продукцию и указывают цель своего обращения к Потребителю.

### **2.3 Описание и демонстрация**

Описание и демонстрация предлагаемой Продукции должны быть точными и полными; в частности в отношении цены, условий оплаты, правил возврата товара, условий доставки товара, а при необходимости - в отношении процентной ставки по кредиту и предоставления гарантий и послепродажного обслуживания. Независимые Распространители обязаны давать точные и понятные ответы на все вопросы Потребителей. В отношении вопросов, касающихся степени эффективности предлагаемой Продукции, Независимые Распространители вправе предоставлять только ту устную или письменную информацию, которая официально утверждена Компанией.

### **2.4 Бланк розничного заказа**

Бланк розничного заказа передается или предоставляется Потребителю при продаже или до начала продажи. В случае если продажа совершается путем заказа товара по почте, по телефону, через сеть Интернет или любым иным аналогичным способом,

не предполагающим личный контакт Независимого Распространителя и Потребителя, необходимо предварительное предоставление копии Бланка розничного заказа, или же копия Бланка розничного заказа должна быть включена в первоначальный заказ или предоставлена в печатной или электронной форме через сеть Интернет. На Бланке розничного заказа указываются сведения о Компании и Независимом Распространителе, приводится полное наименование или имя, постоянный адрес и номер телефона Компании или Независимого Распространителя, а также все основные условия продажи. При наличии имеющейся на Продукцию гарантии, ее условия, подробная информация и ограничения, связанные с послепродажным обслуживанием, наименование и адрес организации, предоставляющей гарантию, срок гарантии и условия устранения недостатков, предлагаемые Потребителю, четко оговариваются в Бланке розничного заказа или в иной сопутствующей документации, предоставляемой вместе с Продукцией. Текст с изложением условий должен быть напечатан четко и разборчиво.

## **2.5 Рекламные материалы**

Рекламные материалы, объявления или почтовые отправления не должны содержать в себе каких-либо описаний Продукции, утверждений, фотографий или иллюстраций, которые являются недостоверными или вводящими в заблуждение. В рекламных материалах должны указываться наименование/имя и адрес или номер телефона Компании или Независимого Распространителя.

## **2.6 Сведения**

Компании и Независимые Распространители не должны использовать какие-либо рекомендательные документы или подтверждения в случае, если сведения, содержащиеся в упомянутых рекомендательных материалах и подтверждениях, являются недостоверными, устаревшими или утратившими силу по иным причинам, если они не имеют отношения к предложениям Компаний и Независимых Распространителей или используются таким образом, что это могло бы ввести в заблуждение Потребителя.

## **2.7 Сравнение и диффамация**

Компании и Независимые Распространители должны воздерживаться от использования сравнений, которые могут ввести в заблуждение Потребителя.

Критерии сравнения должны базироваться на фактах, подкрепленных доказательствами. Компании и Независимые Распространители не должны в прямой или косвенной форме сообщать ложные сведения в отношении какой-либо Компании, фирмы или Продукции. Компании и Независимые Распространители должны воздерживаться от любого недобросовестного использования имени или репутации, фирменного наименования и товарного знака другой Компании или же Продукции.

## **2.8 Период охлаждения и возврат товара**

Вне зависимости от того, предусматривается ли это законодательством, Компании и Независимые Распространители должны установить период охлаждения, позволяющий Потребителю отменить заказ в течение определенного разумного периода времени и вернуть пригодную для повторной продажи Продукцию. «Период охлаждения» должен быть ясно указан и в равной мере применяться к прямым и дистанционным продажам (т.е. по телефону, по почте или в Интернете).

Освобождение от обязанности предоставлять Потребителю период охлаждения допускается только в исключительных, прямо предусмотренных национальным законодательством случаях.

## **2.9 Право на неприкосновенность личной жизни**

Личные контакты или контакты по телефону устанавливаются между Независимыми Распространителями и Потребителями в корректной форме, в приемлемые часы и не должны быть навязчивыми. Независимый Распространитель обязан прекратить демонстрацию или презентацию Продукции по требованию Потребителя. Независимые Распространители и Компании обязаны предпринимать соответствующие меры для обеспечения защиты всей персональной информации, предоставленной Потребителем, потенциальным Потребителем или Независимым Распространителем.

## **2.10 Добросовестность**

Независимые Распространители не должны злоупотреблять доверием Потребителей, должны уважать отсутствие у Потребителей опыта заключения торговых сделок, а также не должны использовать в своих интересах возраст, состояние здоровья Потребителя, непонимание или незнание им языка.

## **2.11 Обусловленные продажи**

Компании и Независимые Распространители не должны склонять Потребителя к приобретению товаров или услуг, утверждая при этом, что Потребитель может уменьшить или полностью компенсировать настоящую покупную цену, направляя других потенциальных Потребителей к Независимым Распространителям с целью совершения аналогичных покупок в том случае, если уменьшение цены или компенсация зависят от каких-либо неопределенных будущих событий.

## **2.12 Поставка товара**

Компании и Независимые Распространители должны своевременно выполнять заказы Потребителей.

## **3. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА ВО ВЗАИМООТНОШЕНИЯХ С НЕЗАВИСИМЫМИ РАСПРОСТРАНИТЕЛЯМИ**

### **3.1 Соблюдение Кодекса Независимыми Распространителями**

Компании должны требовать от своих Независимых Распространителей соблюдения положений Кодекса, а также норм профессиональной этики, соответствующих положениям настоящего Кодекса, в качестве условия участия Независимых Распространителей в системах распространения Продукции Компаний.

### **3.2 Рекрутирование**

В процессе рекрутирования потенциальных Независимых Распространителей Компании не должны использовать недобросовестные, вводящие в заблуждение или нечестные методы привлечения новых Независимых Распространителей.

### **3.3 Деловая информация**

Информация, которая предоставляется Компаниями своим Независимым Распространителям или же потенциальным Независимым Распространителям в отношении возможностей занятия предпринимательской деятельностью и связанных с этим прав и обязательств, должна быть точной и полной. Компании не должны



сообщать потенциальным Независимым Распространителям какие-либо фактические данные, которые не могут быть подтверждены, а также не давать обещаний, которые невозможно выполнить. Компании не должны описывать потенциальным Независимым Распространителям информацию, связанную с благоприятными возможностями для продажи Продукции, сообщая при этом неверные или ложные сведения.

### **3.4 Доходы и отчеты**

Компании периодически предоставляют Независимым Распространителям отчеты, содержащие (при необходимости) информацию об объеме продаж, закупках, сведения о доходах, комиссионном вознаграждении, премиях, скидках, поставках, отмене заказов, а также иную необходимую информацию в соответствии с договоренностью между Компанией и Независимым Распространителем. Все денежные средства, подлежащие выплате, должны выплачиваться, а любые удержания необходимо производить в соответствии с договором между Независимым Распространителем и Компанией.

Доходы Независимых Распространителей должны выплачиваться за счет продаж товаров или услуг Потребителям. Доходы Независимых Распространителей могут быть получены в результате продаж и личного потребления Независимых Распространителей и их нижестоящих партнеров.

Независимые Распространители не должны получать вознаграждение за привлечение других Независимых Распространителей; за исключением минимальных поощрений, которые Компании могут предоставить в соответствии с местным законодательством.

### **3.5 Сведения о доходах**

1. Компании и Независимые Распространители не должны сообщать неверные сведения об объемах фактических и потенциальных продаж или доходов своих Независимых Распространителей.
2. Предоставляемая информация о доходах или объемах продаж должна быть:
  - a) правдивой, точной и не вводящей в заблуждение,
  - b) основана на документально подтвержденных фактах на соответствующем рынке.

3. Потенциальные Независимые Распространители должны быть:

а) информированы о том, что фактические доходы и объем продаж индивидуальны и зависят от навыков Независимого Распространителя, времени, усилий и других факторов,

б) информированы в достаточной мере для разумной оценки возможности получения дохода.

### **3.6 Взаимоотношения**

Компании предоставляют своим Независимым Распространителям договор в письменной или электронной форме, который подписывается Компанией и Независимым Распространителем и содержит всю необходимую информацию о взаимоотношениях между Независимым Распространителем и Компанией. Компании информируют своих Независимых Распространителей об их обязанностях, предусмотренных законодательством, в том числе об обязательствах по оформлению любых соответствующих лицензий, регистраций и налогообложению.

### **3.7 Отчисления**

Компании и Независимые Распространители не должны требовать от других Независимых Распространителей или потенциальных Независимых Распространителей необоснованно высокой (для местного рынка) платы за:

- вступительные регистрационные взносы,
- обучение,
- особые права (франшизу) на реализацию Продукции,
- рекламные материалы,
- другие взносы, касающиеся исключительно вступления и участия в системе реализации Продукции Компании.

Компании не должны требовать покупки продукции на этапе заключения соглашения о сотрудничестве с Независимым Распространителем, если эта продукция не включена в стартовый набор. Обязательная покупка стартового набора разрешена в соответствии с законодательством Российской Федерации.

В случае прекращения сотрудничества Независимого Распространителя в течение 30 дней с момента заключения соглашения о сотрудничестве с Компанией любые обязательные отчисления, взимаемые за получение или продление статуса

Независимого Распространителя, включая обязательные дополнительные услуги, предлагаемые Компанией (например, онлайн-обучение, инструменты электронной торговли, транспортные расходы), должны быть полностью возмещены (за вычетом комиссии, полученной Независимым Распространителем). Возмещаемые отчисления ограничиваются только теми отчислениями, которые Независимый Распространитель уплатил в течение 30 дней до прекращения сотрудничества с Компанией.

Запрещена выплата комиссионного вознаграждения за отчисления, взимаемые за получение или продление статуса Независимого Распространителя.

### **3.8 Соблюдение конфиденциальности**

Компании и Независимые Распространители должны обращаться к другим Независимым Распространителям только по уважительным причинам и в приемлемые часы. Независимые Распространители и Компании должны предпринять меры для обеспечения защиты персональной информации, предоставляемой Потребителями или Независимыми Распространителями в соответствии с национальным законодательством в области защиты персональных данных.

### **3.9 Товарные запасы**

Компании не требуют и не побуждают Независимых Распространителей закупать товарные запасы в необоснованно большом объеме. Компании должны предпринять разумные меры, гарантирующие, что Независимые Распространители, которым выплачивается компенсация по результатам продаж Продукции нижестоящим партнерам, обязаны потреблять или перепродавать закупаемую Продукцию, чтобы претендовать на право получения компенсации.

В случае прекращения сотрудничества Независимого Распространителя с Компанией, Компания по просьбе Независимого Распространителя обязана выкупить любые непроданные, но пригодные для продажи товарные запасы, включая рекламные материалы, вспомогательные принадлежности и наборы предметов, облегчающих сбыт продукции, которые были приобретены Независимым Распространителем в течение последних двенадцати месяцев, и выплатить Независимому Распространителю их первоначальную стоимость за вычетом платы за обработку и транспортировку, составляющим не более 10 % от чистой цены

покупки, а также за вычетом любых скидок, полученных Независимым Распространителем при приобретении возвращаемых товаров. Политика выкупа товарных запасов должна быть ясно доведена до сведения Независимых Распространителей.

Требование или побуждение приобретать необоснованно большие товарные запасы или вспомогательные материалы считается недобросовестной и вводящей в заблуждение рекрутинговой практикой для Компании и Независимого Распространителя. Администратор Кодекса может предпринимать любые меры защиты Независимого Распространителя от значительных финансовых потерь в результате вышеуказанного запрещенного поведения.

В случае обнаружения недобросовестных или вводящих в заблуждение рекрутинговых практик в компаниях, являющихся членами Ассоциации Прямых Продаж, Администратор Кодекса может предпринимать любые меры защиты Независимого Распространителя от значительных финансовых потерь в результате таких практик, включая, но не ограничиваясь требованием выкупа всего объема продукции, рекламных и вспомогательных материалов и/или наборов, которые приобрел Независимый Распространитель.

### **3.10 Иные материалы**

Компании обязаны запрещать Независимым Распространителям продавать другим Независимым Распространителям любые материалы, которые не утверждены Компанией и не соответствуют политикам и процедурам Компании.

Независимые Распространители, осуществляющие продажу утвержденных Компанией рекламных материалов или учебной литературы в печатном виде или в электронной форме, обязаны (i) использовать только те материалы, которые соответствуют корпоративным стандартам Компании, (ii) не требовать от других Независимых Распространителей приобретения вспомогательных торговых средств, (iii) предоставлять вспомогательные торговые средства по справедливой стоимости без необоснованной наценки, эквивалентной ценам на аналогичные материалы, доступные на рынке, и (iv) предоставлять в письменном виде политику в отношении возврата Продукции, которая аналогична соответствующей политике Компании, с которой сотрудничает данный Независимый Распространитель. Компании обязаны предпринимать необходимые разумные меры, направленные на то, чтобы

вспомогательные торговые средства, создаваемые Независимыми Распространителями, соответствовали положениям настоящего Кодекса и не носили недостоверный или дезориентирующий характер.

Запрещена выплата компенсации Независимым Распространителям за продажу рекламных или учебных материалов для получения или продления статуса Независимого Распространителя.

### **3.11 Образование и обучение Независимых Распространителей**

Компании организуют образовательные и обучающие программы, чтобы позволить Независимым Распространителям осуществлять свою деятельность с соблюдением этических норм.

## **4. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА ВО ВЗАИМООТНОШЕНИЯХ МЕЖДУ КОМПАНИЯМИ**

### **4.1 Взаимодействие**

Компании, которые являются членами Ассоциации Прямых Продаж, должны строить свою деятельность на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции в отношении других членов Ассоциации.

### **4.2 Недобросовестная конкуренция**

Компании и Независимые Распространители не должны переманивать или стараться привлечь к сотрудничеству Независимых Распространителей, работающих с другими Компаниями.

### **4.3 Диффамация**

Компании не должны распространять или позволять своим Независимым Распространителям распространять порочащие сведения в отношении продукции, объема продаж и маркетинговых планов другой Компании или каких-либо иных характеристик другой Компании.

## **5. ОБЕСПЕЧЕНИЕ СОБЛЮДЕНИЯ КОДЕКСА**

### **5.1 Ответственность Компаний**

Основная ответственность, связанная с соблюдением Компанией и ее Независимыми Распространителями настоящего Кодекса, возлагается на каждую Компанию. В случае любого нарушения положений настоящего Кодекса, Компании предпримут все разумные усилия для урегулирования возникшего спора.

### **5.2 Администратор Кодекса**

Ассоциация Прямых Продаж назначает независимое физическое лицо или организацию в качестве Администратора Кодекса. Администратор Кодекса осуществляет контроль за соблюдением Кодекса Компаниями-членами АПП и принимает соответствующие меры. Администратор Кодекса несет ответственность за урегулирование жалоб и претензий, а также за свод правил в отношении процедуры урегулирования жалоб и претензий. Администратор Кодекса разрешает любые неурегулированные жалобы и претензии Потребителей, связанные с фактами нарушения настоящего Кодекса.

### **5.3 Санкции**

В число санкции, применяемых по решению Администратора Кодекса, входят отмена заказа, возврат приобретенной Продукции, возврат выплаченных средств или иные адекватные действия, включая официальное предупреждение в адрес Компании или ее Независимых Распространителей, расторжение договора между Независимым Распространителем и Компанией, прекращение сотрудничества Независимого Распространителя с Компанией и официальное предупреждение в адрес Компании, исключение Компании из Ассоциации Прямых Продаж, а также публичное освещение данных действий и санкций.

### **5.4 Порядок рассмотрения споров**

Ассоциация Прямых Продаж и Администратор Кодекса разрабатывают, публикуют и внедряют процедуру рассмотрения жалоб и претензий в целях обеспечения оперативного разрешения всех поступающих жалоб. В соответствии с собственными корпоративными правилами рассмотрения жалоб Компании также обязаны

разработать, опубликовать и внедрить процедуру рассмотрения жалоб и претензий в целях обеспечения оперативного разрешения всех поступивших жалоб и претензий.

### **5.5 Публикация**

Все Компании обязаны опубликовать Кодекс профессиональной этики Ассоциации Прямых Продаж, предоставив его своим Независимым Распространителям и Потребителям.