



Kansainvälinen kauppakamari

**Kansainvälisen  
kauppakamarin  
ICC:n**

**Suoramyyntin  
kansainväliset  
säännöt**

\* \* \*

**ICC International Code of Direct Selling 2007  
in Finnish**



## **Alkusanat**

Elinkeinoelämä kansainvälisessä yhteistyössä Kansainvälisen kauppakamarin ICC:n puitteissa luo ja kehittää markkinoinnin ja mainonnan vastuullisuutta laatimalla yleisiä kansainvälisiä itsesääntelyohjeita elinkeinoelämän toimijoiden käyttöön. ICC päivittää säännöllisesti näitä ohjeita varmistaakseen, että ne vastaavat viimeisintä teknologian, markkinointikäytäntöjen ja yhteiskunnan kehitystä.

Vuonna 2007 otettiin maailmanlaajuisesti käyttöön uudistetut ICC:n markkinointisäännöt, jotka korvasivat aikaisemmin käytössä olleet Mainonnan kansainväliset perussäännöt. Nämä ICC:n markkinointisäännöt 2006 sisältävät uudet perussäännöt ja erityissäännöt koskien seuraavia asioita:

- **A - Myyninedistäminen;**
- **B - Sponsorointi;**
- **C - Suoramarkkinointi;**
- **D - Markkinointi käytettäessä sähköisiä viestimiä;**
- **E - Ympäristövaihtamät markkinoinnissa.**

Nämä uudet ICC:n markkinointisäännöt kattavat laajasti kaiken markkinoinnin ja mainonnan. Tämän lisäksi on voimassa edelleen erikseen seuraavat ICC:n erikoissäännöt, periaatteet ja tulkintaohjeet:

- **ICC:n suoramyyntin kansainväliset säännöt 2007;**
- **ICC/ESOMAR:n markkinointitutkimuksen kansainväliset säännöt 2008;**
- **ICC:n periaatteet sähköisen tuotekoodin käyttämisestä 2005;**
- **ICC:n tulkintaohjeet elintarvikkeiden ja juomien markkinoinnista 2006.**

Näiden ICC:n suoramyyntin kansainvälisten sääntöjen virallinen alkuperäinen versio on englanninkielinen. Tämän suomenkielisen käännöksen pohjana on ollut ICC:n suoramyyntisääntöjen vanha käännös, joiden pohjalta muutokset on käännetty suomeksi. Mahdollisessa tulkinta- tai ristiriitatilanteessa on tukeuduttava alkuperäiseen englanninkieliseen versioon. Säännöksiä sovellettaessa on kuitenkin huomattava, että pakottava kansallinen lainsäädäntö ja siihen liittyvä oikeuskäytäntö ovat aina ensisijaisia suhteessa itsesääntelyohjeisiin.

Kansainvälisesti tulkintasuosituksia antaa Kansainvälisen kauppakamarin ICC:n yhteydessä toimiva asiantuntijaelin, ICC Code Interpretation Panel, josta ovat lisätiedot osoitteessa: [www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org).

Suomessa Keskuskauppakamarin yhteydessä toimivat markkinoinnin itsesääntelytoimielimet, Keskuskauppakamarin liiketapalautakunta ja mainonnan eettinen neuvosto, soveltavat näitä sääntöjä.

## **Yhteystiedot**

Liiketapalautakunta / Mainonnan eettinen neuvosto  
Keskuskauppakamari  
Aleksanterinkatu 17, PL 1000, 00101 Helsinki  
Puh. (09) 4242 6200, Faksi (09) 4242 6257  
[www.chamber.fi](http://www.chamber.fi)

Kansainvälinen kauppakamari ICC Suomi  
Aleksanterinkatu 17, 00100 Helsinki  
Puh. (09) 4242 6239, Email [icc@icc.fi](mailto:icc@icc.fi)  
[www.icc.fi](http://www.icc.fi)



## **SUORAMYYNIN KANSAINVÄLISET PERUSSÄÄNNÖT (Versio 2007)**

ICC International Code of Direct Selling

### **JOHDANTO**

Suoramyynti on erittäin tärkeä markkinoinnin ja mainonnan keino. Se edistää kilpailua, auttaa luomaan tehokkaita markkinoita sekä kansallisesti että kansainvälisesti ja tuo kuluttajille ja yrityksille kuten myös koko yhteiskunnalle merkittäviä etuja.

Vastuullinen suoramyynti, joka perustuu laajalti vakiintuneeseen itsesääntelyn menettelytapasäännöstöön, ilmentää liike-elämän halua tunnustaa yhteiskunnalliset velvollisuutensa. Itsesääntelyn perustavanlaatuisen arvo on sen kyvyssä luoda, lisätä ja ylläpitää kuluttajien luottamusta ja uskoa itsesääntelyn taustalla olevaan liike-elämään ja sen myötä myös markkinoihin laajemminkin. Kuluttajien suojelemisen lisäksi itsesääntely on myös työväline yksittäisten yritysten kaupallisen maineen ja nimen turvaamiseen. Itsesääntelynormeja kehitetään ja hiotaan jatkuvasti vastauksena yhteiskunnallisiin, teknologisiin ja taloudellisiin muutoksiin.

Vuodesta 1937, jolloin julkaistiin ensimmäiset Mainonnan kansainväliset perussäännöt, Kansainvälinen kauppakamari on tuottanut ja päivittänyt maailmanlaajuisia eettisten sääntöjen kokoelmia, jotka kattavat kaikki markkinoinnin pääsuuntauukset. Suoramyynin kansainväliset perussäännöt ovat osa Kansainvälisen kauppakamarin laajaa normatiivista säännöstöä. Vuonna 2007 Kansainvälinen kauppakamari otti käyttöön uuden perussäännön, joka yhdisti suurimman osan entisistä erikoistuneista perussäännöistä yhdeksi helpokäyttöiseksi markkinoinnin viestinnän asiakirjaksi. Suoramyynin perussäännöt on viittauksella (ks. Soveltamisala) selkeästi yhdistetty Kansainvälisen kauppakamarin ICC:n markkinointisääntöihin (Consolidated ICC Code of Advertising and Marketing Communication Practice).

Suoramyynin perussäännöt julkaistiin ensimmäisen kerran vuonna 1978, ja ne seurasivat Kansainvälisen kauppakamarin jo tuolloin hyvin vakiintunutta toimintaperiaatetta edistää korkeita eettisiä markkinoinnin standardeja itsesääntelyn perussääntöjen avulla, joiden tarkoituksena oli täydentää jo olemassa olevia kansallisia ja kansainvälisiä lakeja.

Edeltäjänsä (1999) tavoin tämä versio on kehitetty läheisessä yhteistyössä Maailman Suoramyyntiliiton (WFDSA) kanssa. WFDSA on myös ottanut käyttöön maailmalaajuisen menettelytapasäännöston, jota voidaan soveltaa ainoastaan suoramyyntiliittojen jäseniin. Perussääntöjen uusin versio on sisällöllisesti yhtenevä alan säännöston kanssa. Kaikkien suoramyynnissä mukana olevien tahojen tulee noudattaa Kansainvälisen kauppakamarin perussääntöjä.

### **Perussääntöjen tarkoitus**

Suoramyynin perussäännöt on tarkoitettu ensisijaisesti työvälineeksi itsesääntelyyn, mutta niitä voidaan käyttää myös lähdeaineistona oikeus- ja hallintoelimissä, jotka voivat hyödyntää niitä sovellettavan lain puitteissa. Kansainvälinen kauppakamari olettaa, että liikealan toimijat kunnioittavat ja tunnustavat sekä Perussääntöjen hengen että kirjaimen. Perussääntöjä suositellaan päivittäiseksi viitelähteeksi jokaiselle, joka on osallisena suoramyynnissä.



## Kansainvälinen kauppakamari

Perussääntöjen on tarkoitus saavuttaa seuraavat tavoitteet:

- osoittaa vastuullisuutta ja hyvää toimintaa suoramyynnissä kaikkialla maailmassa
- lisätä yleistä julkista luottamusta suoramyyniin
- kunnioittaa yksityisyyttä ja kuluttajien mieltymyksiä sekä suojella kuluttajaa tehokkaasti
- edistää rehellistä kilpailua ja vapaata yrittäjyyttä
- tarjota käytännöllisiä ja joustavia ratkaisuja
- minimoida hallituksen antaman ja/tai hallitusten välisen yksityiskohtaisen lainsäädännön tai säädösten tarve

### SOVELTAMISALA

Perussäännöt koskevat kaikkea suoramyyniä kokonaisuudessaan toimintaympäristöstä, muodosta ja sisällöstä riippumatta. Missä tahansa suoramyynnin yhteydessä olevassa markkinointiviestinnässä sovelletaan Kansainvälisen kauppakamarin ICC:n markkinointisääntöjä ellei asiaa erikseen käsitellä näissä perussäännöissä. Suoramyynnin perussäännöt on tarkoitettu luettaviksi, milloin tarpeellista.

Suoramyynnin ja muiden kuluttajia suoraan lähestyvien tekniikoiden välillä oleva ero tulee huomioida. Suoramarkkinointia sekä sähköisen median, myös puhelimen, käyttöä käsitellään Kansainvälisen kauppakamarin ICC:n markkinointisääntöjen kohdissa C ja D.

Perussäännöt määrittelevät eettisen toimintatavan standardit, joita kaikkien suoramyyniyritysten ja niiden suoramyymyjien on noudatettava. Myös muiden henkilöiden tai tahojen, jotka tarjoavat palveluja suoramyynitarkoituksiin, on noudatettava näitä perussääntöjä.

Perussääntöjä on sovellettava tarkoituksenmukaisen lainsäädännön puitteissa.

### MÄÄRITELMIÄ

Näissä perussäännöissä:

- *suoramyyni* tarkoittaa kulutushyödykkeiden myyntiä suoraan kuluttajille, yleensä heidän kodissaan tai muiden kodissa, työpaikalla tai muissa paikoissa, jotka eivät ole pysyviä myyntipaikkoja, joissa suoramyymyjä voi selostaa tai esitellä tuotteita;
- *suoramyyniyritys* tarkoittaa yritystä, joka käyttää suoramyyniorganisaatiota tavaroiden myyntiin;
- *suoramyymyjä* tarkoittaa henkilöä, joka on suoramyyniyrityksen jakelujärjestelmässä jäsenenä. Suoramyymyjä voi olla itsenäinen kauppaedustaja, itsenäinen yrittäjä tai itsenäinen myyjä tai jakelija, taikka toisen palveluksessa oleva tai itsenäisesti toimiva edustaja, franchise-luvan haltija tai vastaava;
- *kuluttaja* tarkoittaa henkilöitä, joihin suoramyynitoiminta kohdistuu; he voivat olla yksittäisiä henkilöitä, suoramyynialan asiakkaita tai sen käyttäjiä;
- *kotikutsumyynti/verkostomyyni* tarkoittaa myyntiä, jossa suoramyymyjä selostaa ja esittelee tuotteita toivotulle asiakasryhmälle, tavallisesti sellaisen isännän tai emännän kotona, joka kutsuu vieraat luokseen tätä tarkoitusta varten;
- *tuotteet* tarkoittavat mitä tahansa tuotteita tai palveluita, konkreettisia tai aineettomia, jotka ovat aiotun suoramyynnin kaupan kohde;
- *rekrytointi* tarkoittaa toimintaa, jonka tarkoituksena on saada henkilö ryhtymään suoramyymjäksi.



## Kansainvälinen kauppakamari

### TULKINTA

Perussääntöjä on sovellettava sekä niiden hengen että kirjaimen mukaisesti ja ottaen huomioon suoramyyntin kohteena olevien henkilöiden vaihtelevat tiedot, kokemuksen ja arvostelukyvyn.

### SÄÄNNÖT

#### LUKU A: Peruseriaatteen

##### *Artikla A1*

Kaiken suoramyyntin on oltava laillista, hyvän tavan mukaista, rehellistä ja totuudenmukaista.

Kaikessa suoramyyntitoiminnassa on toimittava yhteiskunnan ja suoramyyntitoiminnan kannalta vastuullisesti.

Suoramyyntiä ei saa harjoittaa siten, että luottamus suoramyyntiin heikkenee.

Kaikessa suoramyyntissä on noudatettava liike-elämässä yleisesti hyväksytyjä rehellisen kilpailun periaatteita.

#### LUKU B: Asiakkaan kohtelu

##### Asiallisuus

##### *Artikla B1*

Kuluttajia on kaikessa suoramyyntitoiminnassa kohdeltava asiallisesti. Toiminta on suunniteltava ja toteutettava siten, ettei se anna perusteltua aihetta valituksiin.

Harhaanjohtavia, petollisia tai epärehellisiä myyntimenetelmiä ei saa käyttää.

Painostusta, joka voidaan tulkita häirinnäksi, pitää välttää.

Suoramyyntissä ei saa antaa kuluttajalle sellaista vaikutelmaa, että kyseessä on markkinatutkimus.

Suoramyyntiyritysten ja suoramyyjien ei pidä väärinkäyttää yksityisten kuluttajien luottamusta, eikä käyttää hyväksi kuluttajan ikää, sairautta tai ymmärryksen tai kielitaidon puutetta.

##### Yksityisyyden kunnioittaminen

##### *Artikla B2*

Kaikki yhteydenotot on hoidettava asianmukaisella tavalla ja soveliaina aikoina, ettei toiminta olisi tungetelevaa. Mikäli kuluttaja on selkeän näkyvästi ja yksiselitteisesti (esimerkiksi ”ei kaupustelua”-ovikyltillä) ilmaissut, että hän ei halua ottaa vastaan suoramyyjiä, tätä tulee kunnioittaa. Suoramyyjän on kuluttajan pyynnöstä lopetettava tuotteen esitleminen tai tarjoaminen.

Tiedon kerääminen ja käsittely tulee tehdä Kansainvälisen kauppakamarin ICC:n markkinointisääntöjen 19. artiklan mukaisesti.



## Kansainvälinen kauppakamari

### Tunnistaminen

#### **Artikla B3**

Myyntiesittelyn alussa suoramyynnin on pyytämättä ilmaistava kuluttajalle henkilöllisyytensä totuudenmukaisesti sekä kerrottava edustamansa yrityksen nimi, tuotteet ja toimintansa tarkoitus. Kotikutsumyynnissä suoramyynnin on tehtävä tilaisuuden tarkoitus selväksi emännälle/isännälle ja osanottajille.

Mainosaineistossa, mainoksissa tai postilähetyksissä on oltava suoramyynityrityksen tai suoramyynnin nimi ja osoite tai puhelinnumero.

### Täsmällisyys

#### **Artikla B4**

Tarjouksen ehtojen pitää olla selkeät, niin että kuluttaja voi ymmärtää tarjouksen tarkan sisällön ja sen, mihin hän sitoutuu tehdessään tilauksen.

### Totuudenmukaisuus

#### **Artikla B5**

Suoramyynnissä käytettävät esittelyt ja muu toiminta eivät saa sisältää tuotekuvauksia, väitteitä, kuvitusta tai muuta aineistoa, joka suoraan tai epäsuorasti on omiaan johtamaan kuluttajaa harhaan.

### Selostaminen ja esitleminen

#### **Artikla B6**

Tarjottua tuotetta selostettaessa ja esiteltäessä tuotteesta on annettava oikea ja täydellinen kuva, erityisesti hinnan ja mahdollisen luottohinnan, maksuehtojen, peruuttamisajan ja/tai palauttamisoikeuden, takuehtojen, huollon ja toimituksen osalta.

Suoramyynnin tulee pyrkiä varmistamaan, että yksittäinen kuluttaja selvästi ymmärtää annetut tiedot. Tuotteen esitleminen tulee soveltaa niiden kuluttajien tarpeisiin, joille se on osoitettu. Suoramyynnin tulee antaa tarkkoja ja ymmärrettäviä vastauksia kuluttajien esittämiin kysymyksiin, jotka koskevat tuotetta ja tarjousta.

Kuluttajalle tulee antaa mahdollisuus lukea koko sopimuslomake ajatuksella ja häiritsemättä.

### Tilauslomake

#### **Artikla B7**

Kuluttajalle on kaupantekohetkellä annettava kirjallinen tilauslomake, jossa ilmoitetaan suoramyynityrityksen ja suoramyynnin tiedot ja jossa pitää olla suoramyynityrityksen tai suoramyynnin täydellinen nimi, pysyvä osoite ja puhelinnumero sekä kaupan kaikki olennaiset ehdot. Kaikkien ehtojen on oltava selvästi luettavissa.



## **Vertailu, panettelu kaupallisen maineen hyväksikäyttö**

### **Artikla B8**

Suoramyyntiyrietysten ja suoramyyjien on pidätyttävä käyttämästä vertailua, joka on omiaan johtamaan harhaan ja joka ei ole rehellisen kilpailun periaatteiden mukaista. Vertailukohtia ei pidä valita epäoikeudenmukaisesti ja niiden on perustuttava todistettavissa oleviin seikkoihin. Suoramyyntiyrietykset ja suoramyyjät eivät saa suoraan tai epäsuorasti sopimattomalla tavalla panetella mitään yritystä tai tuotetta. Suoramyyntiyrietykset ja suoramyyjät eivät saa käyttää epäasianmukaisesti hyväkseen toisen yrityksen tai tuotteen kaupanimeen ja merkkiin liittyvää kaupallista mainetta.

## **Suosituks**

### **Artikla B9**

Lausuntojen, suositusten tai tarjousta tukevan materiaalin, joita tarjouksessa esitetään tai joihin siinä viitataan, on oltava aitoja, oikeaksi todistettavissa olevia ja asiaan liittyviä.

Lausuntoja tai suosituksia, jotka ovat ajan kuluessa menettäneet merkityksensä tai muuttuneet harhaanjohtaviksi, ei saa käyttää.

## **Takuut**

### **Artikla B10**

Suoramyyntissä ei saa mainita tai viitata, että ”takuu” tai ”vakuus” tai jokin muu vastaava ilmaisu takaisi kuluttajalle muut kuin lain suomat oikeudet, mikäli näin ei ole.

Takuuehdot sekä takuun antajan nimi ja osoite tulee olla helposti kuluttajan saatavilla ja kuluttajanoikeuksien rajoitukset tai muutokset, mikäli laki ne sallii, on ilmoitettava selkeästi ja niiden tulee olla helposti havaittavissa.

## **Huolto**

### **Artikla B11**

Mikäli huoltoa tarjotaan, palvelun yksityiskohtainen sisältö on sisällytettävä takuuseen tai tiedot on annettava jossakin tarjouksen muussa kohdassa. Jos kuluttaja hyväksyy tarjouksen, hänelle on kerrottava, miten hän voi käyttää huoltoa ja millä tavoin hän voi saada yhteyden huollosta vastaavaan tahoon.

## **Turvallisuus ja pakkaukset**

### **Artikla B12**

Tavarat ja mahdolliset näytteet on pakattava siten, että ne voidaan lähettää asiakkaalle ja että asiakas voi palauttaa ne voimassa olevien terveyttä ja turvallisuutta koskevien säännösten ja määräysten mukaisesti sekä Kansainvälisen kauppakamarin ICC:n markkinointisääntöjen 17. artiklan mukaisesti.



## **Tilauksen toimittaminen**

### **Artikla B13**

Tilaukset on toimitettava 30 päivän kuluessa siitä päivästä, jona kuluttaja allekirjoittaa tilauksen, ellei tarjouksessa toisin määrätä. Suoramyyntiyhtyritysten ja suoramyyjien on ilmoitettava kohtuuttomasta viivästyisestä kuluttajalle heti, kun se tulee heidän tietoonsa. Tällaisessa tapauksessa kuluttajan on saatava halutesaan peruuttaa tilaus ja mahdollisesti maksettu käsiraha on palautettava heti. Mikäli toimitusta ei enää voida pysäyttää, voidaan peruutuksen ja käsirahan takaisinmaksun ehdoksi laittaa se, että kuluttaja palauttaa tuotteen suoramyyjän kustannuksella kohtuullisen ajan kuluessa.

## **Tuotteen korvaaminen toisella**

### **Artikla B14**

Jos tuotetta ei enää ole saatavilla syistä, joihin suoramyyntiyhtyritys tai suoramyyjä ei voi vaikuttaa, tuotteen sijasta voidaan toimittaa toinen tuote, mikäli kuluttajalle ilmoitetaan kyseessä olevan korvaava tuote, joka on olennaisilta ominaisuuksiltaan ja laadultaan samanlainen tai parempi ja mikäli korvaava tuote tarjotaan samaan tai alempaan hintaan. Tällaisessa tapauksessa kuluttajalle on annettava selvitys tuotteen korvaamisesta ja kuluttajan oikeudesta palauttaa korvaava tuote myyjän kustannuksella.

## **Tilauksen peruuttaminen ja tuotteen palauttaminen**

### **Artikla B15**

Suoramyyntiyhtyritysten ja suoramyyjien on varmistettava, että kaikissa tilauslomakkeissa on lain vaatimuksista riippumatta peruuttamista koskeva ehto, jonka mukaan kuluttaja voi perua tilauksen tietyssä ajassa sekä saada jo maksamansa maksut tai vaihtoa varten toimittamansa tavarat takaisin. Suoramyyntiyhtyritysten ja suoramyyjien, jotka tarjoavat rajoituksetonta palautusoikeutta, on ilmoitettava se selvästi ja kirjallisesti.

## **Valitukset**

### **Artikla B16**

Suoramyyntiyhtyritysten tulee luoda valitusten käsittelymenettely, joka on tehokas ja kuluttajaa kohtaan oikeudenmukainen. Valituksen vastaanottaminen tulee vahvistaa viipymättä ja päätökset tulee tehdä ja niistä tulee tiedottaa valituksen tekijälle kohtuullisen ajan kuluessa.

## **Hinta ja luottoehdot**

### **Artikla B17**

Sekä käteis- että osamaksuehdoin tehtävissä tarjouksissa on selvästi ilmoitettava hinta ja maksuehdot ja kerrottava, mitä lisämaksuja veloitetaan (postimaksut, käsittely, verot jne.), sekä aina kun se on mahdollista myös näiden lisämaksujen suuruus.

Osamaksukaupoissa on tarjoukseen selvästi merkittävät luottoehdot, käsirahan tai ennakkomaksun suuruus, osamaksujen määrä, suuruus ja maksuajat sekä kokonaishinta mahdolliseen käteishintaan verrattuna.

Kaikki tiedot, joita kuluttaja tarvitsee ymmärtääkseen johonkin muunlaiseen luottoon liittyvät kustannukset, korot ja ehdot, on annettava joko tarjouksessa tai tällaista luottomuotoa tarjottaessa. Ellei tarjouksessa ole selvästi mainittu tarjouksen ja hinnan voimassaoloaikaa, hintojen on oltava voimassa kohtuullinen aika.



## Kansainvälinen kauppakamari

### Maksaminen ja perintä

#### **Artikla B18**

Käytettävät maksu- ja perintämenetelmät tulee määritellä kirjallisesti ennen kuin sopimus allekirjoitetaan eivätkä ne saa aiheuttaa kuluttajalle tarpeetonta hankaluutta. Niissä on myös otettava huomioon kuluttajasta riippumattomista syistä johtuvat viivästykset.

Yhteydenotoissa velallisiin ei saa käyttää kohtuuttomia menettelytapoja eikä perintäasiakirjoja, jotka voidaan sekoittaa viranomaisten käyttämiin asiakirjoihin.

### LUKU C: SUORAMYYYJIEN KOHTELU

#### Vilpittömyys

#### **Artikla C1**

Suoramyyntiyhtyritysten on kohdeltava suoramyymjiä ja suoramyymjiksi rekrytoitavia oikeudenmukaisesti ja kunniallisesti, eikä heidän luottamustaan tai liike-elämän kokemuksen puutettaan saa käyttää väärin. Maksut ja pidätykset on toimitettava kohtuullisen kauppataivan mukaisesti.

Suoramyyjille on annettava alan eettisten normien noudattamiseen tarvittava riittävät koulutus. Suoramyyntiyhtyritysten on annettava suoramyymjille perusteelliset tiedot tarjottavista tuotteista tai palveluista, jotta suoramyymjät voivat antaa kuluttajille tarvittavat tiedot.

#### Rekrytoiminen

#### **Artikla C2**

Harhaanjohtavia, petollisia tai epäasianmukaisia rekrytoimismenetelmiä ei saa käyttää. Rekrytoitaville ei saa esittää tietoja, jotka eivät ole todistettavissa, eikä heille saa antaa väärää lupauksia. Myyntitoimen eduista on annettava totuudenmukainen kuva eikä etuja saa liioitella.

Kaikki oikeudelliset, taloudelliset tai muut liiketoimintaa koskevat tekijät, joiden voidaan olettaa olennaisesti vaikuttavan suoramyymjäksi ryhtymistä koskevaan päätökseen, on ilmoitettava siten ja sellaisena ajankohtana, että rekrytoitava voi ottaa ne huomioon ennen kuin hyväksyy tarjotun työsuhteen, jakelutehtävän tai toimeksiannon.

#### Liiketoimintaa koskevat tiedot

#### **Artikla C3**

Suoramyyntiyhtyrityksen on annettava suoramyymjilleen ja mahdollisille tuleville suoramyymjille oikeat ja täydelliset tiedot myyntitoimesta ja siihen liittyvistä oikeuksista ja velvollisuuksista.

Suhteen alkaessa suoramyymntiyhtyrityksen on annettava suoramyymjilleen joko kirjallinen sopimus, jonka molemmat osapuolet allekirjoittavat, tai kirjallinen lausunto, joka sisältää kaikki suoramyymntiyhtyrityksen ja suoramyymjän välistä suhdetta koskevat olennaiset tiedot. Suoramyyjille tulee myös ilmoittaa, että heidän tulee pyytää asiantuntija-apua asioissa, jotka koskevat heidän oikeudellisia velvollisuuksiaan, mukaan lukien tarvittavia lupia, rekisteri-ilmoituksia ja veroja.



## **Palkkiot ja selvitykset**

### **Artikla C4**

Suoramyyntiyrityksen tulee toimittaa suoramyyjilleen määräajoin selvitys näiden mahdollisista myynneistä, ostoista, ansioiden yksityiskohdista, provisioista, bonuksista, alennuksista, toimituksista, peruutuksista ja muista olennaisista tiedoista sen mukaan, mitä yritys on suoramyyjien kanssa sopinut. Kaikki maksettavat rahat tulee maksaa ja pidätykset tehdä rehellisesti ja kohtuullisen kauppataivan mukaisesti.

## **Maksut**

### **Artikla C5**

Toiminnan aloittamisesta veloittavat maksut, koulutusmaksut, franchise-maksut, myynninedistämisaineistosta veloittavat maksut tai muut maksut, jotka liittyvät yksinomaan oikeuteen osallistua liiketoimintaan, eivät saa olla kohtuuttoman korkeita.

## **Ansoita koskevat väitteet**

### **Artikla C6**

Suoramyyjien todellisista tai mahdollisista myyntimääristä tai ansioista ei saa antaa virheellisiä tietoja. Kaikkien myyntiä tai ansioita koskevien väitteiden on perustuttava kirjallisesti todennettuihin seikkoihin.

## **Varastot**

### **Artikla C7**

Suoramyyntiyritykset eivät saa vaatia eivätkä kehottaa suoramyyjiä ostamaan kohtuuttoman suuria tuotevarastoja. Seuraavat asiat tulee ottaa huomioon, kun määritellään, millainen on sopivan tuotevaraston koko:

- varaston suhde realistisiin myyntimahdollisuuksiin
- tuotteiden kilpailukyky ja markkinointiympäristö, sekä
- yrityksen tuotepalautus- ja takaisinmaksupolitiikka

## **Suoramyyntiyrityksen ja suoramyyjän välisen suhteen päättymisen**

### **Artikla C8**

Suoramyyjän ja suoramyyntiyrityksen välisen suhteen päättyessä suoramyyntiyrityksen on ostettava takaisin kaikki myymättömät mutta myyntikelpoiset tuotevarastot, myös myynninedistämisaineisto, myynnin apuvälineet ja myyntivarusteet ja maksettava suoramyyjälle niistä aiheutuneet todelliset nettokustannukset, joista on vähennetty kohtuullinen käsittelymaksu, joka on korkeintaan 10% nettohankintahinnasta sekä suoramyyjän saamat edut, jotka perustuvat palautettujen tuotteiden alkuperäiseen hankintaan.



## **LUKU D: Vastuu, sääntöjen todistettava noudattaminen ja täytäntöönpano**

### **Vastuu**

#### **Artikla D1**

Suoramyyntiyrityksillä on kokonaisvastuu omasta suoramyyntitoiminnastaan.

Kaikki suoramyyntitoiminnan suunnitteluun, luomiseen tai toteuttamiseen osallistuvat ovat omalta osaltaan asemansa mukaisessa vastuussa ja heidän tulee toimia sen mukaisesti, että näitä perussääntöjä noudatetaan. Heidän tulee olla huolellisia ja toimia siten, että suoramyyntiyrityksen on mahdollista täyttää vastuunsa.

Suoramyyntiyritysten lisäksi seuraavien henkilöiden on siten omalta osaltaan noudatettava näitä perussääntöjä:

- suoramyyjät, joko toisen palveluksessa olevat tai itsenäisesti toimivat;
- kaikki muut suoramyyntiyrityksen jakelujärjestelmässä toimivat tahot, konsultit ja edustajat tai näiden alihankkijat, jotka myötävaikuttavat suoramyyntitoimintaan.

#### **Artikla D2**

Nämä perussäännöt koskevat suoramyyntiä ja sen muotoa ja sisältöä kokonaisuudessaan, mukaan luettuna muiden laatimat suositukset, lausunnot ja kuvalliset esitykset tai ääniesitykset. Sääntöjen noudattamatta jättämisestä ei voi perustella sillä, että suoramyyntitoiminnan sisältö tai muoto on kokonaisuudessaan tai osittain muiden laatima.

### **Rikkomusten jälkeisen oikaisun vaikutus**

#### **Artikla D3**

Vaikka on toivottavaa, että vastuussa oleva osapuoli korjaa toimintaansa perussääntöjen rikkomisen jälkeen ja/tai rikkomus oikaistaan asianmukaisesti, toimenpiteet eivät oikeuta alkuperäistä rikkomusta.

### **Toimeenpano**

#### **Artikla D4**

Näitä perussääntöjä ja niissä olevia periaatteita käyttävät ja toimeenpaneavat, kansallisesti ja kansainvälisesti, asianomaiset itsenäiset itsesääntelyelimet. Myös kaikkien organisaatioiden, yritysten ja yksityisten henkilöiden, jotka ovat mukana suoramyyntin eri vaiheissa, tulee soveltaa näitä perussääntöjä, milloin se vain on mahdollista.

Kaikkien, jotka ovat osallisena suoramyyntissä, tulee tutustua näihin perussääntöihin sekä päätöksiin, joita asianomainen itsesääntelyelin tekee.

Suoramyyntiyrityksellä on ensisijainen vastuu näiden perussääntöjen toimeenpanosta suoramyyjää vastaan.

Pyynnöt näiden perussääntöjen sisältämien periaatteiden tulkinnoista voi toimittaa Kansainvälisen kauppakamarin tulkintasuorituksia antava elimeen (ICC Code Interpretation Panel).



**Todistettava sääntöjen noudattaminen**

**Artikla D5**

Seikoista, joiden avulla voidaan osoittaa, että suoramyymntitoiminnassa noudatetaan näitä perussääntöjä, on oltava näyttöä ja se on pyydettäessä esitettävä asianomaiselle itsesääntelyelimelle.

**Itsesääntelyelinten päätösten kunnioittaminen**

**Artikla D6**

Suoramyyntiyritys tai suoramyymjä ei saa osallistua mihinkään sellaiseen suoramyymntitoimintaan eikä sellaisen tiedon julkaisemiseen tai levitykseen, josta tietää, että se on todettu sopimattomaksi asianomaisessa itsesääntelyelimessä tai riitojenratkaisumenettelyssä.

Suoramyyntiyritysten tulee sisällyttää sitoumuksiinsa tai muihin työsopimuksiin kohta, jossa suoramyymjiä vaaditaan noudattamaan asianmukaisia itsesääntelysääntöjä sekä kunnioittamaan asianomaisen itsesääntelyelimen tekemiä päätöksiä ja säädöksiä.

\*\*\*