

Patvirtinta 2011m. spalio 25d.

## ELGESIO SU VARTOTOJ AIS KODEKSAS

### 1. BENDROSIOS NUOSTATOS

#### 1.1. Taikymo sritis

---

Lietuvos tiesioginės prekybos asociacijos narių elgesio su vartotojais kodeksą (toliau vadinamą Kodeksu) priėmė Lietuvos tiesioginės prekybos asociacija, esanti Europos tiesioginės prekybos asociacijos–Seldia (toliau Seldia) nare, vadovaudamasi Seldia Europos tiesioginės prekybos elgesio su vartotojais kodekso nuostatomis. Kodekse aprašomi tiesioginės prekybos bendrovių ir tiesioginių pardavėjų santykiai su vartotojais. Kodeksas skirtas patenkinti ir apsaugoti vartotojus, skatinti sąžiningą konkurenciją privačios įmonės struktūroje ir gerinti tiesioginės prekybos įvaizdį, sąžiningomis sąlygomis parduodant kokybiškas prekes galutiniams vartotojams.

#### 1.2. Terminų žodynelis

---

Kodekse naudojamų terminų reikšmės yra tokios:

(1) *Tiesioginė prekyba* – plataus vartojimo prekių pardavimas tiesiogiai vartotojams jų namuose, darbo vietose ar kitur, išskyrus nuolatinės mažmeninės prekybos vietas, kai paprastai *tiesioginis pardavėjas* paaiškina ir pademonstruoja šias prekes.

(2) *Vartotojas* – bet kuris fizinis asmuo, kuris perka produktus tikslais, kurie negali būti laikomi susiję su jo verslu, prekyba ar profesija.

(3) *LTPA* – Lietuvos tiesioginės prekybos asociacija – tai nacionalinė tiesioginės prekybos bendrovių asociacija, atstovaujanti Lietuvos tiesioginės prekybos sektoriaus interesus ir esanti Seldia narė.

(4) *Bendrovė* – tiesioginės prekybos bendrovė – verslo subjektas, tiesioginės prekybos būdu pardavinėjantis prekes su savo prekės ar paslaugų ženklu arba kitu atpažinimo ženklu, ir esantis LTPA nariu.

Confirmed on October 25<sup>th</sup>, 2011

## CODE OF CONDUCT TOWARDS CONSUMERS

### 1. GENERAL

#### 1.1 Scope

---

The Lithuanian Direct Selling Association's Code of Conduct towards Consumers (hereinafter referred to as the "Code") is adopted by the Lithuanian Direct Selling Association, which is a member of Seldia – the European Direct Selling Association, following the European Direct Selling Code of Conduct towards Consumers. The Code concerns the relations between direct selling companies and direct sellers on the one hand and consumers on the other hand. The Code is aimed at achieving the satisfaction and protection of consumers, the promotion of fair competition in the framework of free enterprise, and the enhancement of the public image of direct selling, which is to sell quality products on fair terms and conditions to consumers.

#### 1.2 Glossary of terms

---

For the purpose s of this Code:

(1) *Direct selling* means any selling method which is based on the explanation or demonstration of products to a consumer by a salesperson, hereinafter called *direct seller*, away from business premises, typically in the consumer's home, in that of another consumer or at the consumer's place of work.

(2) *Consumer* means any natural person who buys products for purposes which can be regarded as outside his trade, business or profession.

(3) *LDSA* - Lithuanian Direct Selling Association is national association of direct selling companies which represents the direct selling industry in Lithuania and which is a member of Seldia.

(4) *Company* means any business entity which markets products associated with its trademark or service mark or identifying symbol through a distribution system based on direct selling and which is a member of the LDSA.

(5) *Platinimo sistema* – bet kuris gaminių pardavimo organizavimas ir metodas.

(6) *Tiesioginis pardavėjas* – bet kuris fizinis ar juridinis asmuo, kuris yra tiesioginės prekybos bendrovės platinimo sistemos narys ir kuris parduoda ar padeda parduoti bendrovės produktus ne prekybai skirtose patalpose, paprastai vartotojų namuose ar vartotojų darbo vietoje.

(7) *Gaminiai* - tai materialios ir nematerialios prekės ir paslaugos.

(8) *Pardavimas* apima bendravimą su potencialiais klientais, prekių pristatymą ir demonstravimą, užsakymų priėmimą, prekių pristatymą ir apmokėjimo gavimą.

(9) *Grupinis pardavimas* – kai tiesioginis pardavėjas parduoda aiškindamas ir demonstruodamas prekes potencialių pirkėjų grupei šeimnininko, kuris šiam tikslui pasikviečia daugiau žmonių, namuose.

(10) *Užsakymo forma* – atspausdinti ar surašyti užsakymai, kvitai ir sutartys.

(11) *Verbavimas* – veikla, skirta įtikinti asmenį tapti tiesioginiu pardavėju.

(12) *Kodekso administratorius* – LTPA paskirtas nepriklausomas asmuo ar subjektas, stebintis, kaip LTPA narės laikosi Kodekso, ir nagrinėjantis nusiskundimus pagal Kodeksą.

### 1.3. Bendrovės

---

Kiekviena LTPA nare esanti bendrovė įsipareigoja laikytis Kodekso nuostatų. Tai yra būtina priėmimo į LTPA ir narystės joje sąlyga. Kiekviena LTPA narė įsipareigoja viešai informuoti apie jos dalyvavimą LTPA bei šį Kodeksą.

### 1.4. Tiesioginiai pardavėjai

---

Tiesioginiams pardavėjams Kodeksas tiesiogiai nėra privalomas, tačiau jų bendrovės privalo reikalauti laikytis Kodekso arba elgesio taisyklių, parengtų pagal Kodekso standartus. Tai yra būtina narystės bendrovės platinimo sistemoje sąlyga.

(5) *Distribution system* means any organization and method designed for the marketing of products.

(6) *Direct seller* means any natural or legal person who is member of the distribution system of a direct selling company and who sells, facilitates or assists in the sale of products of that company away from business premises, typically in the consumer's home, in that of another consumer or at the consumer's place of work.

(7) *Product* means any goods, tangible or intangible, or service.

(8) *Selling* means communication with potential customers, delivery of products or demonstration, taking orders, delivery of products and receipt of the payment.

(9) *Party selling* means direct selling to a group of consumers invited by a host to that end.

(10) *Order form* means any document used to order products.

(11) *Recruiting* means activity conducted for the purpose of offering a person the opportunity to become a direct seller.

(12) *Code administrator* means an independent person or body appointed by the LDSA to monitor member companies' observance of the LDSA's Code and to resolve complaints under the Code.

### 1.3. Companies

---

Every LDSA member company pledges to abide by the Code as a condition of admission and continuing membership in the LDSA. Every LDSA member company shall be required to promote to the public its LDSA affiliation and this Code.

### 1.4 Direct Sellers

---

Direct sellers are not bound directly by the Code, but shall be required by their companies to adhere to it or to rules of conduct meeting its standard as a condition of membership in the companies' distribution systems.

### 1.5. Savireguliacija

---

Kodeksas yra tiesioginės prekybos sektoriaus savireguliacijos priemonė. Tai nėra teisės aktas, tačiau jo nuostatos gali pareikalauti tokios elgesio etikos, kuri viršija galiojančius teisinius reikalavimus. Kodekso nesilaikymas civilinės atsakomybės neužtraukia. Bendrovei, atsisakiusiai narystės LTPA, Kodeksas nebėra privalomas, tačiau jis lieka galioti visiems įvykiams ir sandoriams, vykusiems ir sudarytiems tada, kai bendrovė dar buvo LTPA narė.

### 1.6. Įstatymai

---

Laikoma, jog bendrovės ir tiesioginiai pardavėjai laikosi įstatymų reikalavimų, todėl įstatymų ir kitų teisės aktų reglamentuojami reikalavimai Kodekse neminimi.

### 1.7. Standartai

---

Kodekse pateikti elgesio etikos standartai tiesioginės prekybos bendrovėms ir tiesioginiams pardavėjams. Kodeksą rekomenduojama naudoti kaip šiame veiklos sektoriuje galiojančių standartų rinkinį.

### 1.8. Teritorinis taikymas

---

LTPA išpareigoja reikalauti, kad jos nariai, užsiimdami tiesioginės prekybos veikla kitose šalyse, kaip būtinos priėmimo į LTPA ir narystės joje sąlygos laikytųsi: nacionalinio kodekso, jei bendrovė yra nacionalinės tiesioginės prekybos asociacijos (TPA) narė; arba Europinių kodeksų bet kurioje iš Europos ekonominės erdvės (EEE) šalių; arba Pasaulinio kodekso, jei bendrovė nėra nacionalinės TPA narė ne EEE šalyje.

## 2. ELGESYS SU VARTOTOJAIŠ

### 2.1. Draudžiama praktika

---

Tiesioginiai pardavėjai negali užsiimti klaidinančia, apgaulinga bei nesąžininga pardavimų veikla.

### 2.2. Prisistatymas ir demonstravimas

---

Nuo pat kontakto su vartotoju pradžios tiesioginiai

### 1.5 Self-regulation

---

The Code is a measure of self-regulation by the direct selling industry. It is not a law, and its obligations may require a level of ethical behaviour which exceeds existing legal requirements. Non-observance does not create any civil law responsibility. With termination of its membership in the LDSA, a company is no longer bound by the Code, the provisions of which remain applicable to events or transactions occurring during the time a company was a member of the LDSA.

### 1.6 Law

---

Companies and direct sellers are presumed to comply with the requirements of law and therefore the Code does not restate all legal obligations.

### 1.7 Standards

---

The Code contains standards of ethical behaviour for direct selling companies and direct sellers. It is recommended that the Code be used as evidence of industry standards.

### 1.8 Territorial Application

---

LDSA pledges that it will require each member as a condition of admission and continuing membership in the LDSA to comply either with; the National Codes wherever the DSO is member of a national DSA; the European Codes wherever within the European Economic Area (EEA) the company is not a member of a national DSA; the World Code wherever outside the EEA the company is not a member of a national DSA.

## 2. CONDUCT TOWARDS CONSUMERS

### 2.1. Prohibited Practices

---

Direct sellers shall not use misleading, deceptive or unfair sales practices.

### 2.2. Identification and Demonstration

---

From the beginning of the contact with a consumer,

pardavėjai privalo prisistatyti, nurodyti savo įmonę ir paaiškinti jų kreipimosi tikslą. Grupinio pardavimo atveju, tiesioginiai pardavėjai šeimininkui ir dalyviams privalo aiškiai nurodyti susirinkimo tikslus. Prieš pardavimo sutarties sudarymą tiesioginiai pardavėjai privalo paaiškinti ir / ar pademonstruoti produktą bei suteikti šią informaciją:

- a) atstovaujama įmonė ir jos adresas;
- b) siūlomo produkto pavadinimas ir pagrindinės charakteristikos;
- c) produkto kaina, įskaitant visus mokesčius;
- d) pristatymo išlaidos, jei taikomos;
- e) mokėjimo, kredito sutarties, prekių pristatymo ar paslaugų atlikimo terminai;
- f) egzistuojanti sandorio nutraukimo ir prekių atsisakymo teisė;
- g) taikomų garantijų sąlygos;
- h) aptarnavimo po pardavimo sąlygos.

Vartotojui pateikta informacija turi būti teikiama jiems aiškiai ir suprantamu būdu, atsižvelgiant į sąžiningumo komerciniuose sandoriuose principus bei siekiant apsaugoti tuos, kurie pagal nacionalinius teisės aktus, negali duoti savo sutikimo, pavyzdžiui, nepilnamečiai.

### **2.3. Atsakymai į klausimus**

Tiesioginiai pardavėjai privalo tiksliai ir suprantamai atsakyti į visus vartotojų klausimus, susijusius su preke ir pasiūlymu.

### **2.4. Užsakymo forma**

Pardavimo metu klientui turi būti įteikta užsakymo forma, kurioje turi būti nurodyta bendrovė ir tiesioginis pardavėjas bei išsami bendrovės ir kur taikoma tiesioginio pardavėjo pilna kontaktinė informacija bei visos esminės pardavimo sąlygos (atitinkamai pagal 2.2. punktą).

### **2.5. Žodiniai pažadai**

Tiesioginiai pardavėjai gali duoti pažadus žodžiu dėl gaminių tik tuo atveju, jei bendrovė jiems suteikė tokius įgaliojimus.

### **2.6. Apsigalvojimas ir prekių gražinimas**

Nepriklausomai nuo to, ar reikalaujama pagal

direct sellers shall identify themselves and their company and explain the purpose of their solicitation. In party selling, direct sellers shall make clear the purpose of the occasion to the host and the participants. Prior to the conclusion of the sale, direct sellers shall provide an explanation and/or a demonstration of the product, as well as the following information:

- a) the identity of the company and its address;
- b) the name and main characteristics of the product being offered;
- c) the price of the product including all taxes;
- d) delivery costs, where appropriate;
- e) the terms of payment, credit arrangements, delivery or performance;
- f) the existence of a right of withdrawal or cancellation;
- g) the terms of any guarantee;
- h) details and limitation of after-sales service.

The information given to the consumer shall be provided in a clear and comprehensible manner with due regard to the principles of good faith in commercial transactions and the principles governing the protection of those who are unable, pursuant to national legislation, to give their consent, such as minors.

### **2.3. Answers to Questions**

Direct sellers shall give accurate and understandable answers to all questions from consumers concerning the product and the offer.

### **2.4. Order Form**

An order form shall be delivered to the consumer at the time of sale, which shall identify the company and the direct seller and provide the consumer with the full contact details of the company and where applicable the direct seller, and all material terms of the sale (corresponding to 2.2).

### **2.5. Verbal Promises**

Direct sellers shall only make verbal promises concerning the product which are authorized by the company

### **2.6. Right of withdrawal and Return of Goods**

Companies and direct sellers shall make sure that any order form contains, whether it is a legal

galiojančius įstatymus, bendrovės ir tiesioginiai pardavėjai privalo užtikrinti, kad užsakymo formoje būtų nurodyta apsigalvojimo sąlyga, leidžianti klientui per tam tikrą laikotarpį, kuris yra ne mažesnis nei 7 dienos, atšaukti užsakymą ir atgauti sumokėtus pinigus arba mainais atiduotus daiktus. Bendrovės ir tiesioginiai pardavėjai, siūlantys besąlygišką gražinimo teisę, privalo tai nurodyti raštu.

## **2.7. Garantija ir vėlesnis aptarnavimas**

---

Garantijos arba užtikrinimo sąlygos, vėlesnio aptarnavimo duomenys ir apribojimai, garantiją suteikusio asmens vardas ir adresas, garantijos galiojimo trukmė ir pirkėjui priklausanti pasirinkimo galimybė turi būti aiškiai nurodyti užsakymo formoje arba kitame dokumente, pridėtame prie užsakymo arba prekės.

## **2.8. Literatūra**

---

Reklaminėje literatūroje, reklaminiuose skelbimuose ar laiškuose negali būti jokių klaidinančių nei apgaulingų prekių aprašymų, teiginių nei iliustracijų. Joje turi būti nurodytas bendrovės pavadinimas ir adresas ar telefono numeris ir gali būti nurodytas tiesioginio pardavėjo telefono numeris. Ji turi atitikti šio kodekso ir reklamos dėl vaikų ir nepilnamečių reikalavimus, ypač tuos kurie numatyti Nesąžiningos komercinės praktikos bei Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvose.

## **2.9. Patvirtinimai**

---

Nei bendrovės, nei tiesioginiai pardavėjai negali remtis jokiais nepatvirtintomis, neteisingomis, pasenusiomis ar kitaip nebegaliojančiomis, nesusijusiomis su pasiūlymu ar kitaip klientą klaidinančiomis rekomendacijomis ar atsiliepimais.

## **2.10. Palyginimas ir šmeižimas**

---

Bendrovės ir tiesioginiai pardavėjai negali naudoti palyginimų, kuriais siekiama klaidinti, arba kurie yra nesuderinami su sąžiningos konkurencijos principais. Palyginimai gali būti daromi tik laikantis palyginamos reklamos nuostatų numatytų 2006/114/EB Direktyvoje. Bendrovės ir tiesioginiai pardavėjai negali nei tiesiogiai, nei netiesiogiai nesąžiningai šmeižti kitų firmų ar produktų.

requirement or not, a right of withdrawal during a period that is not less than 7 days, including the right to obtain reimbursement of any payment or goods traded in. Companies and direct sellers offering an unconditional right of return shall provide it in writing.

## **2.7. Guarantee and After-Sales Service**

---

Terms of a guarantee or a warranty, details and limitation of after-sales service, the name and address of the guarantor, the duration of the guarantee and the remedial action open to the purchaser shall be clearly set out in the order form or other accompanying literature or provided with the product.

## **2.8. Literature**

---

Promotional literature or mailings shall not contain any product description, claims or illustrations which are deceptive or misleading. It shall contain the name and address or telephone number of the company and may include the telephone number of the direct seller. It shall also be compliant with the present Code and the rules regarding marketing towards children and youngsters, in particular those of the Unfair Commercial Practices Directive and the Audiovisual Media Services Directive.

## **2.9. Testimonials**

---

Companies and direct sellers shall not refer to any testimonial or endorsement which is not authorized, not true, obsolete or otherwise no longer applicable, not related to their offer or used in any way likely to mislead the consumer.

## **2.10. Comparison and Denigration**

---

Companies and direct sellers shall refrain from using comparisons which are likely to mislead or which are incompatible with principles of fair competition. Comparisons shall only be made in accordance with the provisions on comparative advertising set out in Directive 2006/114/EC concerning misleading and comparative advertising. Companies and direct sellers shall not denigrate any firm or product



Bendrovės ir tiesioginiai pardavėjai negali nesąžiningai naudotis geru vardu, kuris priskiriamas kitų firmų arba prekių prekybiniais vardams, arba simboliams.

### **2.11. Pagarba privačiam gyvenimui**

---

Bendrauti asmeniškai, telefonu arba elektroniniu paštu reikia priimtinu būdu ir laiku, neįkyriai. Kliento paprašytas, tiesioginis pardavėjas privalo nutraukti demonstravimą arba prekių pristatymą. Įmonės ir tiesioginiai pardavėjai privalo imtis tinkamų priemonių siekiant užtikrinti esamų ar būsimų klientų suteiktos privačios informacijos apsaugą.

### **2.12. Sąžiningumas**

---

Tiesioginiams pardavėjams draudžiama piktnaudžiauti klientų pasitikėjimu, pasinaudoti jų patiklumu, amžiumi, liga, nesupratimu ar kalbos nemokėjimu, komercinės patirties trūkumu.

### **2.13. Prekyba per pažįstamus**

---

Nei bendrovės, nei tiesioginiai pardavėjai negali skatinti klientų pirkti prekes arba paslaugas, žadėdami sumažinti ar gražinti pirkinio kainą už potencialių panašių prekių pirkėjų nurodymą, jei tokios nuolaidos priklauso nuo kokio nors negarantuoto būsimo įvykio.

### **2.14. Įvykdymas**

---

Bendrovės ir tiesioginiai pardavėjai privalo laiku įvykdyti kliento užsakymą.

Bet koks užsakymas turi būti įvykdytas kuo greičiau ir ne vėliau nei per 30 dienų nuo tos dienos kurią vartotojas pasirašė užsakymą nebent sandorio šalys sutarė kitaip.

Vartotojai turi būti informuojami, jei bendrovės ar tiesioginiai pardavėjai negali įvykdyti savo įsipareigojimų, nes užsakytos prekės yra neprieinamos. Tokiu atveju, vartotojai gali kaip galima greičiau ir ne vėliau nei per 30 dienų nuo dienos, kurią bendrovė gavo vartotojo pranešimą apie prekes atsisakymą, susigrąžinti pinigus, kuriuos jie jau sumokėjo.

directly or by implication. Companies and direct sellers shall not take unfair advantage of the goodwill attached to the trade name and symbol of another firm or product.

### **2.11. Respect of Privacy**

---

Personal, telephone or electronic contact shall be made in a reasonable manner and during reasonable hours to avoid intrusiveness. A direct seller shall discontinue a demonstration or sales presentation upon the request of the consumer. Companies and Direct Sellers shall take appropriate steps to ensure the protection of all private information provided by actual or prospective customers.

### **2.12. Fairness**

---

Direct sellers shall not abuse the trust of individual consumers, shall respect the lack of commercial experience of consumers and shall not exploit a consumer's age, illness, mental or physical infirmity, credulity, lack of understanding or lack of language knowledge.

### **2.13. Referral Selling**

---

Companies and direct sellers shall not induce a consumer to purchase products based upon the representation that a consumer can reduce or recover the purchase price by referring other consumers to the sellers for similar purchases, if such reductions or recovery are contingent upon some unsure future event.

### **2.14. Performance**

---

Any order shall be executed as quickly as possible and in any case within 30 days from the day following that on which the consumer signs the order, unless the parties have agreed otherwise.

Consumers shall be informed if companies or direct sellers are unable to perform their side of the contract on the grounds that the products ordered are unavailable. In that case, consumers may obtain a refund of any sums they have paid as soon as possible and in any case within 30 days from the day on which the company receives the communication of the withdrawal.

### 3. KODEKSO ĮGYVENDINIMAS

#### 3.1. Bendrovių atsakomybė

---

Pagrindinė atsakomybė už Kodekso laikymąsi tenka pačiai bendrovei. Kodekso pažeidimo atveju bendrovės privalo dėti visas protingas pastangas, kad patenkintų skundą.

Kiekviena bendrovė narė ir bendrovė, kurios narystė sustabdyta, privalo paskirti už LTPA kodeksą atsakingą darbuotoją. Už kodeksą atsakingas darbuotojas yra atsakingas už atsakymus į LTPA kodekso administratoriaus užklausas bei kaip jo bendrovė laikosi kodekso. Jis ar ji taip pat bus pagrindinis kontaktinis asmuo įmonėje bendrovei supažindinant su LTPA Etikos kodekso reikalavimais savo nepriklausomus pardavėjus, darbuotojus, klientus ir plačiąją visuomenę.

#### 3.2. LTPA atsakomybė

---

LTPA privalo turėti žmogų, atsakingą už skundų nagrinėjimą ir dėti visas galimas pastangas, siekiant išspręsti skundą.

#### 3.3. Kodekso administratorius

---

LTPA privalo paskirti nepriklausomą asmenį arba subjektą Kodekso administratoriumi. Kodekso administratorius imasi veiksmų, reikalingų stebėti, kaip bendrovės laikosi Kodekso. Kodekso administratorius sprendžia visus neišspręstus klientų skundus dėl Kodekso pažeidimo ir pateikia metinę ataskaitą dėl Kodekso taikymo.

#### 3.4. Veiksmai

---

Bendrovės, LTPA arba Kodekso administratorius gali nuspręsti panaikinti užsakymą, leisti gražinti nusipirktas prekes arba gražinti sumokėtus pinigus bei imtis kitų tinkamų veiksmų, taip pat įspėti tiesioginius pardavėjus, nutraukti sutartį ar kitokius santykius tarp tiesioginio pardavėjo ir bendrovės, įspėti bendroves, pašalinti bendroves iš LTPA, apie šiuos veiksmus ir sankcijas paskelbti viešai.

### 3. CODE ENFORCEMENT

#### 3.1. Companies' Responsibility

---

The primary responsibility for the observance of the Code shall rest with each company. In case of any breach of the Code, companies shall make every reasonable effort to satisfy the complainant.

Each member company and pending member company is required to designate a LDSA Code Responsibility Officer. The Code Responsibility Officer is responsible for facilitating compliance with the Code by their company and responding to inquiries by the LDSA Code Administrator. He or she will also serve as the primary contact at the company for communicating the principles of the LDSA Code of Ethics to their independent salespeople, company employees, customers and the general public.

#### 3.2. LDSA Responsibility

---

LDSA shall provide a person responsible for complaint handling. LDSA shall make every reasonable effort to ensure that complaints are settled.

#### 3.3. Code Administrator

---

LDSA shall appoint an independent person or body as Code Administrator. The Code Administrator shall monitor companies' observance of the Code by appropriate actions. The Code Administrator shall settle any unresolved complaint of consumers based on breaches of the Code and shall furnish an annual report on the operation of the Code.

#### 3.4. Actions

---

Actions to be decided on by companies, LDSA or Code Administrator may include cancellation of orders, return of goods purchased, refund of payment or other appropriate actions, including warnings to direct sellers, cancellation or termination of direct sellers' contracts or other relationships with the company, warnings to companies, exclusion of companies from LDSA membership, and the publication of such actions and sanctions.

### 3.5. Skundų nagrinėjimas

Bendrovės, LTPA ir Kodekso administratorius privalo įdiegti skundų nagrinėjimo procedūras bei užtikrinti, kad kiekvienu konkrečiu atveju gavus skundą būtų kuo greičiau išsiųstas reikiamas patvirtinimas ir per pagrįstą laikotarpį priimti atitinkami sprendimai. Klientų skundų nagrinėjimas turi būti nemokamas klientui.

### 3.6. Paskelbimas

LTPA privalo paskelbti Kodeksą ir kuo plačiau apie jį informuoti. Nemokami spausdinti Kodekso egzemplioriai turi būti prieinami visuomenei nemokamai.

### 3.7. Europos kodeksų administratorius

Europos kodeksų administratorius susideda iš keturių narių komiteto. Trys nariai yra iš tiesioginės prekybos sektoriaus ir yra paskirti Seldia valdybos. Ketvirtas yra nepriklausomas narys veikia kaip Pirmininkas, jį taip pat skiria Seldia Valdyba. Seldia vykdančiajam direktoriui pagal pareigas priklauso būti Kodeksų administratoriaus sekretoriumi.

Europos kodeksų administratorius gali imtis vieno iš toliau minimų veiksmų jei vartotojas turi gyvenamąją vietą vienoje iš EEE šalių arba įmonė ar tiesioginis pardavėjas veikia vienoje iš EEE valstybių.

Europos kodeksų administratorius gali:

1. gauti ir nuspręsti dėl skundų iš skirtingų subjektų (vartotojų, tiesioginių pardavėjų, tiesioginės prekybos bendrovių, vartotojų organizacijų ir kt.) iš vienos iš EEE šalių, kurios TPA nėra Seldia narė, tačiau liečiančių tiesioginės prekybos bendrovę, esančią Seldia narė, arba tiesioginės prekybos asociaciją, kuri yra Seldia narė.
2. gauti ir nuspręsti dėl skundų iš subjektų susijusių su tarpvalstybiniais sandoriais ir liečiančių tiesioginės prekybos bendrovę – Seldia narę ar tiesioginę prekybos asociaciją – Seldia narę iš vienos iš EEE šalių.
3. gauti ir nuspręsti dėl skundų iš tiesioginės prekybos asociacijų iš EEA šalių ir esančių Seldia narėmis dėl tiesioginės prekybos bendrovių esančių Seldia narėmis.
4. gauti skundus iš EEA šalių tiesioginės prekybos asociacijų, esančių Seldia narėmis, dėl tiesioginės prekybos bendrovių, esančių Pasaulio tiesioginės

### 3.5. Complaint Handling

Companies, LDSA and Code Administrator shall establish complaint-handling procedures and ensure that receipt of any complaint is confirmed within a short time and decisions are made within a reasonable time. Handling of consumer complaints shall be free of charge to the consumer.

### 3.6. Publication

LDSA shall publish the Code and make it known as widely as possible. Printed copies shall be made available free of charge to the public.

### 3.7. European Code Administrator

The European Code administrator consists of a committee of four members. Three of them are from the direct selling sector and are appointed by the board of Seldia. The fourth member, also designated by the board of Seldia and acting as chairman, is independent from the sector. The Executive Director of Seldia is ex officio secretary of the Code Administrator.

The European Code Administrator can take one of the actions mentioned in the next paragraph where the consumer has his residence in a member state of the EEA or a company or a direct seller is active in one of the EEA countries.

The European Code Administrator may:

1. receive and decide on complaints from parties (consumers, direct sellers, direct selling companies, consumer bodies etc) from one of the EEA countries without a DSA in membership of Seldia involving a direct selling company in membership of Seldia or of a DSA in membership of Seldia
2. receive and decide on complaints from parties related to cross-border transactions and involving a direct selling company in membership of Seldia or of a DSA in membership of Seldia from one of the EEA countries
3. receive and decide on complaints from DSAs in membership of Seldia in one of the EEA countries involving a direct selling company in membership of Seldia and
4. receive complaints from DSAs in membership of Seldia from one of the EEA countries involving direct selling companies in membership of WFDSA,



prekybos asociacijų federacijos (WFDSA), WFDSA Direktorių tarybos ar tiesioginės prekybos asociacijų nesančių Seldia narėmis, su tikslu nagrinėti ginčą kartu su tokia tiesioginės prekybos bendrove, WFDSA ir tiesioginės prekybos asociacija.

### 3.8. Procedūros

---

#### 1. Informacijos rinkimas

Kai, reaguojant į skundą, reikia surinkti tolesnę informaciją, siekiant nustatyti faktus ir aplinkybes, susijusias su juo, Kodekso administratorius turi informuoti skundžiamą bendrovę apie skundą ir identifikuoti skundo pateikėją. Kodekso administratorius gali paprašyti tiesioginės prekybos bendrovės ir skundo pateikėjo pateikti daugiau informacijos. Išnagrinėjusi faktus ir atsižvelgiant į šio Kodekso nustatytas taisykles, per tris mėnesius po to kai skundas buvo gautas, Kodekso administratorius nusprendžia, ar turi būti imtasi tolesnių veiksmų.

#### 2. Kitos procedūros

Jei Kodekso administratorius mano, kad gali būti Kodekso pažeidimas, jis kreipiasi į įtariamą Bendrovę su prašymu per vieną mėnesį pateikti savo komentarus.

Per vieną mėnesį Bendrovė turi priimti poziciją dėl faktų ir kodekso punktų kuriais Kodekso Administratorius grindžia savo sprendimą pradėti skundo nagrinėjimo procedūrą.

Vadovaujantis Bendrovės atsakymu ar jam nesant, Kodekso administratorius gali nuspręsti pateikti savo nuomonę, aiškiai ir galutinai įvardinant priežastis, kodėl jis mano, jog buvo neatitikimas LTPA kodeksui ir kviesti Bendrovę per 3 mėnesius atitikti Kodekso reikalavimams.

LTPA Valdyba gali nuspręsti viešai paskelbti nuomonę po Kodekso administratorius pasiūlymo ir rekomendacijos.

WFDSA CEO Council or of DSAs outside membership of Seldia with the aim of mediation together with such direct selling companies, WFDSA and the DSA in question.

### 3.8. Procedures

---

#### 1. Information Gathering

Where, in response to a complaint, it is necessary to gather further information to determine the points of facts and of rules concerning the case, the Code Administrator shall inform the company concerned about the complaint and the identity of the complainant. The Code Administrator may ask the company and the complainant to supply further information. After examining the facts and in the light of the rules set in this Code, the Code Administrator will decide within three months after the complaint has been received, whether further action should be taken.

#### 2. Other Procedures

If the Code Administrator considers that there may be an infringement of the Code, it addresses a request to the Company concerned, requesting it to submit its observations within one month.

The Company has to adopt within one month a position on the points of fact and of Code on which the Code Administrator bases its decision to open a procedure.

In the light of the reply or absence of a reply from the Company the Code Administrator may decide to issue an opinion, clearly and definitively setting out the reasons why it considers there to have been incompliance with the Code and calling on the Company to comply with the Code within 3 months.

The Board of LTPA can decide to make the opinion public, on a proposal and recommendation by the Code Administrator.