

Så uppträder en direktsäljare!

ETISKA REGLER FÖR DIREKTSÄLJARE



Konsument
verket • KO

LOTTERIINSPEKTIONEN

De etiska reglerna, i sin helhet, är framtagna i samarbete
med Konsumentverket/KO och Lotteriinspektionen.





Det mesta som står i den här broschyren vet du redan.

Det är egentligen ganska enkelt. Det mesta du behöver veta för att bli en bra direktsäljare fick du lära dig redan som barn. Grunden i det vi kallar "Etiska regler" är egentligen bara en fråga om att behandla dina kunder som du själv skulle vilja bli behandlad. Om att vara en bra medmänniska.

Men naturligtvis omfattar våra etiska regler mer än så. Det handlar också om att leva upp till lagar och förordningar. Om det vi kallar "god affärsed". Och de reglerar mer än bara förhållandet mellan dig och din kund.

Det finns flera bra anledningar till att dessa etiska regler finns. En av dem är att förbättra branschens status och anseende. Alla företag som ansluter sig till Direkthandelns Förening måste följa våra etiska regler.

I denna broschyr kan du ta del av de viktigaste reglerna som gäller uppträdande mot konsumenterna.

DF:s etiska regler, i sin helhet, finner du på Direkthandelns Förenings hemsida, www.direkthandeln.org. DF har även en särskild broschyr med etiska regler för företag.

2. UPPTÄDANDE MOT KONSUMENTER

2.1 Förbjudna ageranden

- Direktsäljaren får inte använda vilseledande, otillbörliga, bedrägliga eller illojala säljmetoder.
- Säljkontakter med nyblivna föräldrar som särskild målgrupp får inte tas tidigare än sex veckor efter barnets födelse.
- Säljinitiativ som särskilt riktar sig till anhörig efter avliden får inte förekomma.

2.2 Identifikation, beskrivning, demonstration och information

Omedelbart vid kontakttagandet skall direktsäljaren, utan anmaning, identifiera sig för den presumtive kunden, och skall också namnge sitt företag, dess produkter och syftet med besöket. Vid Home-Party-försäljning skall direktsäljaren redan i inbjudan skriftligen klargöra syftet med sammankomsten för värdinnan och deltagarna, att inget köptvång föreligger samt att distansavtalslagens regler om ångerrätt är tillämpliga.

I samband med att ett köpeavtal ingås skall direktsäljaren lämna en riktig och fullständig beskrivning och/eller ge en demonstration av produkten, särskilt vad gäller användningssättet, tillsammans med följande information:

- a) Företagets namn och adress;
- b) Alla väsentliga egenskaper och funktion hos produkten;

- c) Produktens kontantpris, inklusive alla skatter och avgifter;
- d) Eventuella leveranskostnader;
- e) Betalningsvillkor, kreditvillkor, kreditkostnad samt leveransvillkor och leveranstidpunkt;
- f) Information på av Konsumentverket fastställt (hemförsäljning) eller med Konsumentverket överenskommet (telefonförsäljning) formulär om konsumentens ångerrätt ävensom om eventuell annan returrätt;
- g) Garantivillkor och reklamationsrätt/sätt;
- h) Eftermarknadsservice;
- i) Den tid under vilket ett eventuellt erbjudande gäller;
- j) Sådan skriftlig information som omnämns i konsumentkreditlagen.

Informationen skall ges på ett tydligt och begripligt sätt med iakttagande av god marknadssed.

2.3 Svar på frågor

Direktsäljaren skall ge klara och begripliga svar på alla frågor från konsumenter rörande produkten och erbjudandet.

2.4 Kontraktsformulär

Konsumenten skall erhålla ett skriftligt köpekontrakt vid tidpunkten för försäljningen, som skall ange fullständigt namn på företaget och på direktsäljaren samt innehålla permanent adress och telefonnummer till företaget och till direktsäljaren, samtliga köpevillkor, inklusive information som anges i punkt 2.2. Alla villkor skall vara tydliga och uppställda på sådant sätt att konsumenten utan svårighet kan förstå villkoren.

Direktsäljaren skall ge konsumenten erforderlig tid för att denne eftertänksamt skall kunna läsa avtalsvillkoren och vid behov gå igenom dessa med konsumenten.

2.5 Muntliga löften

Direktsäljaren skall endast lämna muntliga löften beträffande produkten och avtalet, som godkänts av företaget. Muntliga löften binder dock alltid företaget. Om muntliga löften lämnas gäller dessa mot konsumenten endast om löfterna är till fördel för konsumenten jämfört med de skriftliga villkoren.

2.6 Ånger- och returrätt

Företag och direktsäljare skall se till att varje köpekontrakt innehåller, även när detta ej är påkallat av distansavtalslagen, en ångerrättsparagraf, som ger konsumenten rätt att frånträda avtalet inom en specificerad tidsram (för närvarande 14 dagar) och få tillbaka vad som betalats eller lämnats i inbyte. Företag och direktsäljare som erbjuder en ovillkorad returrätt skall göra detta skriftligt. Direktsäljare är skyldig att överlämna skriftlig information om konsumentens ångerrätt samt ångerhandlingar i enlighet med fastställda (hemförsäljning) eller överenskomna (telefonförsäljning) formulär. Om information enligt det föregående ej ges i samband med teledirekthandel förlängs ångerfristen till ett år.

2.7 Garanti och eftermarknadsservice

Villkoren för lämnad garanti, detaljer och begränsningar i eftermarknadsservice, namn och adress på garantigivare, garantitidens längd och de åtgärder som köparen kan eller skall vidta, skall klart framgå av köpekontraktet eller i skriftlig information som bilagts produkten.

2.8 Skriftlig information och dokumentation

Skriftlig information, reklam eller direktreklam får inte innehålla produktbeskrivningar, påståenden eller illustrationer som är bedrägliga, vilseledande eller på annat sätt otillbörliga och skall innehålla namn, adress och telefonnummer till företaget eller direktsäljaren.

Företags reklam skall vara förenlig med Marknadsföringslagen och till den hörande regler. Den skall dessutom vara förenlig med anvisningarna i Internationella Handelskammarens Grundregler för Reklam och med de avsnitt i andra Internationella Handelskammarens Regler rörande barn, ungdomar och marknadsföring, hänvisar. Detta gäller också för reklam spridd av återförsäljare.

Företag skall i samband med leverans till konsument överlämna erforderliga instruktioner om produktens skötsel och vård eller anvisningar om tjänstens utnyttjande.

2.9 Intyg och referenser

Företag och direktsäljare får inte referera till intyg eller undersökningsresultat som är föråldrade, inte är auktoriserade, sanna, eller som av annat skäl inte längre är tillämpliga. Samma gäller intyg eller undersökningsresultat som inte hör ihop med erbjudandet eller som på annat sätt används på ett för konsumenten vilseledande sätt. Företag och direktsäljare får inte heller referera till tidigare kunder utan att dessa har lämnat sitt tillstånd.

2.10 Jämförelser och nedvärdering

Företag och direktsäljare får inte använda jämförelser som

är vilseledande och som inte överensstämmer med principerna om lojal konkurrens. Jämförelsepunkter får inte väljaselektivt på ett otillbörligt sätt och skall baseras på fakta som går att styrka.

Företag och direktsäljare får inte illojalt nedvärdera andra företag eller produkter direkt eller genom anspelningar. Företag och direktsäljare får inte dra fördel av annans varumärke, symbol eller produkt genom att felaktigt påstå att företaget eller direktsäljaren har avtal med, samarbetar med eller av andra skäl har rätt att referera till företag som äger sådant varumärke, symbol eller produkt.

2.11 Respekt för privatlivet

Personlig kontakt, kontakt per telefon eller elektronisk kontakt skall göras på ett ansvarsfullt sätt vid rimliga tidpunkter för att undvika att vara påträngande. Direktsäljaren skall respektera en på eller invid dörren uppsatt skylt som undanber sig säljbesök och vid telefonkontakt tillämpa NIX-registret (NIX telefon). En direktsäljare skall avsluta en demonstration eller säljpresentation då konsumenten begär det och omedelbart avlägsna sig eller avsluta telefonsamtalet.

2.12 Ärlighet

Direktsäljaren skall söka bilda sig en uppfattning om konsumentens behov och allmänkunskaper beträffande den saluförda varan och tjänsten samt såvitt möjligt anpassa sin information och demonstration till konsumentens förutsättningar.

Direktsäljare får inte missbruka den enskilda konsumentens förtroende utan skall ta hänsyn till konsumentens

brist på kommersiell erfarenhet och får inte heller utnyttja konsumentens ålder, sjukdom, oförmåga att förstå eller språkliga brister och får aldrig bygga sin argumentation på rädsla eller fruktan hos konsumenten.

2.13 Värkning av kunder

Företag och direktsäljare får inte försöka förmå en konsument att köpa en produkt eller service genom löfte att konsumenten kan reducera eller återvinna köpeskillingen genom att konsumenten värvar presumtiva kunder till direktsäljaren för liknande köp. Detta förbud gäller om köpeskillingsreduktionen/återvinningen gjorts beroende av att sådana presumtiva kunder faktiskt köper produkter från företaget/direktsäljaren.

2.14 Leverans

Företag och direktsäljare skall fullfölja kundens beställning i rätt tid.

Konsumenter skall informeras om företag eller direktsäljare inte kan fullfölja beställningarna i tid på grund av att produkten inte är tillgänglig. I sådant fall kan konsumenten välja att antingen

- kräva återbetalning av belopp han erlagt, vilket skall återbetalas snarast och under alla förhållanden inom 30 dagar; eller
- acceptera en ersättningsprodukt av samma kvalitet och till samma pris, förutsatt att detta erbjudits innan kontraktet ingicks eller utgjort kontraktsvillkor.

2.15 Inbytesprodukter

Om s.k. inbytesprodukter mottages av direktsäljare såsom dellikvid vid direkthandel ansvarar företaget för att sådana inbytesprodukter icke försäljes om man därigenom äventyrar konsumentens rätt att återfå inbytesprodukten i samband med utövande av ångerrätten. Detta ansvar skall gälla oavsett om företaget förbjudit mottagande av inbytesprodukter eller ej. Det rekommenderas att inbytesprodukter behålls under i vart fall dubbla ångerristen. Om inbytesprodukten ändå försäljes och konsumenten ej kan återfå denna i samband med utövande av ångerrätten, förbinder sig företaget att tillse att konsumenten erhåller en produkt som är lika bra som eller bättre än inbytesprodukten.

2.16 Ångerhandlingar på vissa främmande språk

Företag förbinder sig att utöver muntlig information om ångerrätten vid köpetillfället skriftligen informera person som ej tillräckligt behärskar svenska språket om att informations- och ångerhandlingarna kan överlämnas på sådana främmande språk där översättningar av de av Konsumentverket fastställda formulären, finns tillgängliga.

2.17 Allmänna Reklamationsnämnden

Uppkommer tvist i direkthandelsärendet mellan konsument och företag och hänskjuter konsumenten tvisten till Allmänna Reklamationsnämnden, är företaget underkastat nämndens avgörande om konsumenten respekterar detta och inte drar tvisten inför domstol. Under nämnda förutsättningar svarar Direkthandels Förening för att konsumenten erhåller den ersättning nämnden eventuellt rekommenderat.

Vad är Direkthandels Förening?

Direkthandels Förening (DF) är branschorganisationen för företag inom direkthandeln.



Föreningens mål och syfte är:

- att bevaka medlemmarnas intressen och skydda konsumenten
- att stärka direkthandels anseende och utveckla branschen
- att verka för bättre utbildning av direktsäljare
- att se till att medlemmarna följer de etiska reglerna



**DIREKTHANDELNS
FÖRENING**

www.direkthandel.n.org