



Amway



**NORMES EN MATIÈRE
DE COMMUNICATIONS NUMÉRIQUES**

NORMES EN MATIÈRE DE COMMUNICATIONS NUMÉRIQUES

Les communications numériques sont des transmissions électroniques (généralement par ordinateur ou appareil mobile) de textes, d'images, de vidéos, de voix et y compris d'autres informations, sans limitation, tous les posts ou les publications mises à disposition dans l'espace numérique, y compris les courriels, les vidéos et la diffusion en direct, podcasts, posts de blog, applications mobiles (apps), publicité, forums, pages web, et via n'importe quel média social ou plate-forme de messagerie, par exemple, Facebook®, YouTube®, Instagram®, Twitter®, WeChat®, VK®, Line®, LinkedIn®, WhatsApp® or Snapchat® (“Communications numériques”).

■ OBLIGATIONS EN MATIÈRE DE CONFORMITÉ

Les EIA sont tenus de se conformer aux Règles de Conduite, Normes et Politiques d'Amway et plus particulièrement aux Normes et Politiques européennes en matière de BSM (Matériel de soutien commercial) et leur Politique sur les sites Web, ainsi que les présentes Normes en matière de Communications numériques (« DCS ») en ce qui concerne toutes les communications numériques qui portent sur l'Opportunité commerciale Amway, les produits ou services Amway (directement ou non) ou bien lorsque les communications numériques constituent du Matériel de soutien commercial (BSM) tel que défini dans les Règles. Les EIA sont tenus de toujours suivre toutes les lois en vigueur ainsi que les conditions générales régissant la plateforme numérique qu'ils utilisent.

Ils doivent être sincères, précis et éviter d'utiliser des propos trompeurs.

Amway peut être amené à exiger d'un EIA qu'il retire, rappelle, se rétracte, supprime, corrige ou prenne certaines mesures en rapport avec ses communications numériques. Veuillez noter que les exemples mentionnés dans le présent document ne sont que des exemples. Ils ne couvrent pas toutes les situations permises ou non.

■ COMMUNICATIONS INTERDITES – SPAMS (courriers indésirables ou pourriels)

Les EIA ne doivent jamais s'engager dans des communications avec des spams.

Un spam est une communication numérique envoyée à un individu avec lequel l'EIA n'a pas de rapport commercial Amway, qu'il soit préexistant ou personnel (c.-à-d. une interaction professionnelle et directe entre l'EIA et un individu qui a eu lieu avant la présentation de l'Opportunité commerciale Amway ou de produits Amway).

Un spam est aussi une communication envoyée à des personnes qui n'ont pas accepté de la recevoir ou qui ont refusé, c.-à-d. qui ont spécifiquement demandé à ne plus recevoir de communications de ce genre à l'avenir.

« Accepter » est utilisé par des individus qui recherchent et font le choix de « follower » (s'abonner), « liker » (j'aime, aimer), s'engager, s'abonner ou qui manifestent leur volonté de recevoir des communications numériques.

■ CRÉATION DE COMMUNAUTÉS EN LIGNE

Les communautés en ligne sont des groupes d'individus qui passent par les communications numériques pour aborder des sujets d'intérêt ou des thèmes.

Les EIA ont la possibilité de les créer pour débattre de l'Opportunité commerciale Amway en utilisant une communication Push ou Pull.

L'utilisation des approches décrites ci-dessous qui font appel à une telle communication peut aider les EIA à éviter les spams.

Sous aucun prétexte un EIA ne doit, directement ou non, solliciter, aider, tenter de pousser ou encourager un confrère de sa communauté, ou hors de celle-ci, à demander un changement de position dans la Ligne de parrainage (LDP).

Création de votre communauté en ligne par une Communication Pull

Les EIA sont autorisés à poster du contenu dans un environnement public ou privé qui permette de créer des possibilités pour des individus de trouver le contenu et de l'accepter. C'est ce que l'on appelle une communication Pull.

Une approche de communication Pull pour un EIA consiste à créer ou utiliser un contenu sur des propriétés numériques qu'il est seul à détenir ou contrôler de telle sorte que des individus sont obligés de faire des recherches pour trouver et choisir délibérément de s'abonner, aimer, s'engager ou s'abonner ou bien manifester explicitement le souhait de recevoir des communications numériques. C'est alors qu'ils acceptent. Lorsqu'on crée une communauté, cette approche garantit que les individus qui affichent le contenu ne reçoivent pas de spams et qu'ils ont fait le libre choix de se connecter à un EIA.

Exemples de Pull :

- Un individu découvre un blog d'EIA qui décrit l'activité Amway et fait un commentaire. L'EIA **est autorisé** à communiquer avec lui, car l'EIA détient ou contrôle la propriété numérique, l'individu l'a trouvée et ce dernier a accepté sa communauté en prenant la décision de faire un commentaire sur le blog.
- Un EIA crée une page publique Facebook pour son activité Amway. Ceci **est autorisé**, car l'EIA détient ou contrôle la propriété numérique. Un individu doit accepter sa communauté afin de pouvoir lire d'autres posts.

- Un EIA crée le hashtag (mot-clic) #LifewithAmway et un individu découvre l'EIA après une recherche sur Instagram. Ceci **est autorisé**, car l'EIA détient ou contrôle la propriété numérique où il a posté le hashtag. Un individu l'a trouvée et a manifesté un intérêt pour la communauté de l'EIA sur Instagram. Autrement dit, il l'a acceptée.
- Une EIA tweete à propos du Light Up Lip Gloss Artistry sur son profil public Twitter. Un individu entreprend des recherches sur Twitter et découvre et aime le tweet. L'EIA relance l'individu en lui adressant un tweet. Ceci **est autorisé**, car en aimant le tweet, la personne a manifesté un intérêt pour la communauté de l'EIA. Autrement dit, elle l'a acceptée.
- Un EIA poste un lien pour promouvoir son site Internet Amway au sein des commentaires dans une vidéo YouTube publique. Ceci **n'est pas autorisé**, car l'EIA ne détient pas ou ne contrôle pas la propriété numérique (le canal YouTube) sur laquelle il fait ses commentaires.
- Un individu faisant partie d'un groupe en ligne cherche une référence en postant « Je recherche un distributeur Amway ». Un membre du groupe lui donne le nom d'un EIA qui envoie alors au chercheur un message privé. Ceci **est autorisé**, car en demandant une référence, l'individu a accepté. L'EIA est donc en droit de le contacter.

Communications Push non autorisées : Un EIA n'est pas autorisé à envoyer des communications numériques aux individus avec lesquels il n'a pas un rapport préexistant qui soit personnel, commercial et concret. Il n'a pas le droit non plus d'en envoyer à des personnes qui n'ont pas accepté d'en recevoir. Il s'agit alors d'un spam, ce qui n'est pas autorisé, car ils ne font pas partie de la communauté de l'EIA.

Push – Exemples non autorisés :

- Un EIA envoie un message à un individu qu'il a repéré dans un forum de discussion. Ceci **n'est pas autorisé**, car l'EIA n'a pas un rapport personnel préexistant avec cet individu. Celui-ci n'a pas non plus accepté la communauté de l'EIA ni pour recevoir des communications.
- Un EIA qui fait partie d'une organisation professionnelle importante d'ingénieurs obtient une liste de diffusion de tous les membres. Il l'utilise pour les inviter par e-mail à une réunion de prospection. Ceci **n'est pas autorisé**, car faire partie d'une organisation professionnelle et se procurer une liste de diffusion ne constituent pas un rapport personnel préexistant. Cela ne suppose pas non plus que les destinataires ont accepté la communauté de l'EIA.
- Un EIA envoie via LinkedIn un message directement à un individu qu'il ne connaît pas et qui est membre d'un groupe d'anciens élèves. Ce message concerne l'Opportunité commerciale Amway. Ceci **n'est pas autorisé**, car l'EIA n'est pas le propriétaire du groupe LinkedIn et il ne le contrôle pas non plus. En outre, il n'a pas un rapport personnel préexistant avec cet individu. Celui-ci ne fait donc pas partie de la communauté de l'EIA.

Création de votre communauté en ligne par une communication Push

Une approche de communication Push pour un EIA consiste à contacter directement les individus ou « pousser » du contenu sur les propriétés numériques.

Lorsqu'on crée une communauté, il existe deux types de communication Push ; l'une est autorisée et l'autre pas.

Communications Push autorisées : Un EIA n'est pas autorisé à envoyer du contenu numérique aux individus avec lesquels il a un rapport personnel et commercial préexistant, car ils font déjà partie de la communauté de l'EIA. En outre, un EIA peut pousser des communications numériques à destination d'individus qui ont accepté et manifesté leur intérêt à rejoindre sa communauté.

Push – Exemples autorisés :

- Un EIA envoie des messages sur les produits Nutrilite directement à un de ses abonnés sur Instagram. Ceci **est autorisé**, car celui-ci a accepté en s'abonnant à l'EIA au sein de sa communauté Instagram.
- Une EIA poste des conseils en matière de beauté sur sa page professionnelle Facebook ; une personne la repère et aime le post. L'EIA lui envoie alors des messages directement pour discuter des produits. Ceci **est autorisé**, car cette personne a accepté la communauté en aimant le post Facebook.
- Un EIA fait la connaissance d'un individu dans le cadre d'un événement de bienfaisance. Comme convenu entre eux, il donne suite par un message privé via WhatsApp pour décrire l'Opportunité commerciale Amway. Ceci **est autorisé**, car, au cours de cette rencontre, l'individu a demandé des renseignements concernant l'Opportunité commerciale.
- Un EIA est seul propriétaire d'un groupe Facebook intéressé par la navigation de plaisance. Il poste du contenu sur les produits Amway qui permettent de nettoyer les embarcations. Dès le moment où les règles en matière de propriété numérique du propriétaire sont suivies, ceci **est autorisé**.

Contenu destiné à un environnement privé et réservé à un EIA, à l'exception du streaming en direct :

Les EIA sont autorisés à poster ou envoyer, à titre privé, les types suivants de contenus à des communautés d'EIA :

- Listes des BSM disponibles et inscrits/autorisés.
- Des informations sur la promotion de l'organisation de la formation des EIA et notamment les dates des événements et leur coût.

Contenu interdit, quel que soit l'environnement

Les EIA ne sont pas autorisés à poster les types suivants de contenus dans le cadre de communautés privées ou publiques :

- Informations sur la LDP.
- De la documentation et du matériel confidentiels et/ou commercialement sensibles et notamment des informations de pré-lancement de produits, des changements dans la direction, des fermetures d'usines, des acquisitions, etc.

Communication au sein d'une communauté

Dès qu'un individu a accepté une communauté d'EIA, toutes les communications avec cet individu sont autorisées, qu'elles soient du type Push ou Pull, du moment qu'elles sont conformes aux Règles, Politiques et Normes.

Toutefois, les approches de communications Push ou Pull doivent être utilisées lorsque des communautés d'EIA sont créées. Elles doivent en outre se conformer aux termes des sections ci-dessous.

■ PRÉSENTATION DE L'OPPORTUNITÉ COMMERCIALE AMWAY

Un EIA a le droit de prospecter et de présenter l'Opportunité commerciale Amway à des clients et à des EIA potentiels, en utilisant notamment un appel à l'action, sur des propriétés numériques qu'il détient ou qu'il contrôle, à condition que les individus aient accepté (Communication Pull). Il peut aussi prospecter un individu avec lequel il a un rapport professionnel préexistant (Communication Push).

Contenu généré par un utilisateur

Un EIA est autorisé à promouvoir l'opportunité commerciale Amway ainsi que ses produits en postant du contenu généré par un utilisateur, notamment des vidéos, des séquences audio, des images (produit, personnes ou autres), des images de lui-même (selfies ou autoportraits) avec ou sans un produit Amway, du moment que le texte d'accompagnement est sincère, précis et sans propos trompeurs.

Toutefois, un contenu généré par un utilisateur qui ne contient que des marques de commerce (produits ou noms de marque/logos) détenues par Amway ne peut pas être utilisé dans des images de profil, des photos de couverture ou équivalents sur la propriété numérique.

Exemples d'activités de prospection :

- Un EIA poste un selfie sur son compte Instagram dans lequel il tient un produit Amway. Il ajoute un appel à l'action : « Envoyez-moi un message directement pour en savoir plus sur l'opportunité commerciale Amway ». Ceci **est autorisé**, car l'EIA détient ou contrôle la propriété numérique. Les individus qui décident de lui envoyer un message acceptent de recevoir plus de détails.
- Une EIA retweete un post du compte officiel d'Amway sur Twitter qui explique comment devenir Entrepreneur Indépendant Amway. Dans ce tweet, elle relève les avantages que procure le fait d'être Entrepreneur Indépendant et demande à ses « followers » (abonnés) de la contacter pour s'inscrire. Ceci **est autorisé**, car les individus qui donnent suite acceptent de recevoir plus de détails sur l'activité.
- Un EIA poste une vidéo sur le recrutement pour son activité Amway sur le blog d'un ami. Ceci **n'est pas autorisé**, car l'EIA ne détient pas ou ne contrôle pas la propriété numérique et par conséquent les individus sur le blog n'ont pas accepté de recevoir sa communication.

■ VENTE/COMMERCE

Un EIA a le droit de promouvoir des produits sur les propriétés numériques qu'il détient ou qu'il contrôle pour les vendre à des clients et à des prospects, en utilisant notamment un appel à l'action. Encore faut-il que ces individus aient accepté sa communauté.

Un EIA peut finaliser la transaction de vente effective via

- les Personal Retail Pages (PRP ou pages de vente personnelles) proposées via le site Internet Amway.

- son site Internet autorisé par Amway.

Un EIA peut toujours finaliser la transaction de vente effective hors ligne.

Prix

Un EIA n'a pas le droit d'inclure des informations sur les prix, qu'ils portent sur des produits ou des réductions, dans une propriété ou dans des communications numériques, à l'exception des situations suivantes :

- Des communications privées d'une personne à une autre comme les textos, les messages directs, les e-mails, etc.
- Un lien ou un post direct partagé depuis une propriété numérique Amway officielle.

L'EIA a le droit d'inclure des informations sur les prix dans une propriété numérique consacrée à la vente au détail de produits Amway, à savoir

- Son propre site Internet de vente (PRW).
- Sa boutique en ligne Amway autorisée.

Contenu généré par un utilisateur/Placement des produits

Un EIA est autorisé à effectuer des ventes en conformité avec les présentes DCS en postant du contenu généré par un utilisateur, notamment des vidéos, des séquences audio, des images (produit, personnes ou autres), des images de lui-même (selfies ou autoportraits) avec ou sans des produits Amway, du moment que le texte d'accompagnement est sincère, précis et sans propos trompeurs.

Toutefois, un contenu généré par un utilisateur qui ne contient que des marques de commerce (produits ou noms de marque/logos) détenues par Amway ne peut pas être utilisé dans des images de profil, des photos de couverture ou équivalents sur la propriété numérique.

Un EIA n'est pas autorisé à utiliser ou à habilitier des non-EIA (influenceurs-clés, clients, revendeurs tiers, etc.), en son nom, pour vendre ou commercialiser des produits et services Amway, et notamment pour recourir à des manœuvres trompeuses afin d'améliorer les ventes ou la popularité de ses propriétés numériques.

Exemples de ventes :

- Une EIA poste un appel à l'action sur la page Facebook du siège social mondial d'Amway pour inciter les gens à lui acheter des produits. Ceci **n'est pas autorisé**, car l'EIA ne détient pas ou ne contrôle pas la page Facebook du siège social mondial d'Amway.
- Une EIA utilise un vlog sur YouTube pour vendre des produits Amway et promouvoir son activité. La vloggeuse peut promouvoir les produits Amway et faire référence

à l'EIA à condition qu'elle ne soit pas rétribuée pour la promotion et la référence. Toutefois, elle **n'est pas autorisée** à vendre des produits Amway, car elle est une tierce partie qui agit pour le compte de l'EIA.

■ FUSION ET EXPLOITATION D'AUTRES COMMUNAUTÉS/ACTIVITÉS

Une propriété numérique fusionnée amalgame plusieurs intérêts personnels et activités dans la propriété numérique personnelle d'un EIA.

Un EIA est autorisé à fusionner et exploiter son activité Amway avec ses autres communautés sociales et activités. Cela signifie que, sur les propriétés numériques qu'il détient ou contrôle, il a le droit d'exploiter ses communautés et activités non Amway, vendre des produits Amway et prospector les contacts établis dans ces contextes.

Cela signifie aussi que, sur cette même propriété numérique fusionnée, il peut exploiter sa communauté Amway, promouvoir, recommander et vendre des produits non-Amway et prospector les contacts établis via cette communauté du moment qu'il n'a jamais atteint niveau Diamant ou supérieur.

La propriété numérique fusionnée d'un EIA ne peut pas être réservée à une seule activité commerciale ou servir au commerce de détail en ligne, c.-à-d. une propriété numérique servant à des transactions d'e-commerce.

Toutefois, l'EIA ne peut pas utiliser des propriétés numériques Amway officielles ni les siennes propres réservées à Amway pour inciter des confrères ou des clients à s'intéresser à une activité non-Amway ou à ses services ou produits.

Par ailleurs, il ne peut pas non plus utiliser ses propriétés non réservées à ses activités Amway pour promouvoir ou vendre des produits ou services Amway ni promouvoir l'opportunité commerciale Amway.

Une propriété numérique fusionnée doit se conformer aux conditions générales de cette propriété, communauté ou activité.

Un EIA n'est pas autorisé à fusionner ou à exploiter les activités et communautés suivantes :

- Des produits ou opportunités commerciales concurrentes provenant de la vente directe ou des activités de vente multiniveau (MLM)
- Des produits ou services interdits à la vente en ligne ou qui nécessitent une licence ou un permis pour pouvoir les vendre, des prêts, des investissements financiers, des services juridiques, des services médicaux, etc.
- Des activités ou modes de vie discutables tels que pornographie, tabagisme, politique, médecine douce, religion, jeu, programmes d'investissement, etc.

Des communautés destinées à attirer des prospects à Amway, tels que les services du type mentorat, coaching sur le mode de vie, consultation matrimoniale, conseil spirituel, art oratoire ou développement entrepreneurial ou tout autre service utilisé comme prétexte essentiellement pour attirer des individus à Amway, mais qui visent en fait à proposer des produits, services ou intérêts autres que les produits ou l'opportunité Amway. En outre, un EIA a la possibilité de fusionner et d'exploiter des produits qui sont

en concurrence directe, mais qui sont fonctionnellement interchangeables avec d'autres produits du portefeuille de produits Amway. Toutefois, il n'a pas le droit de vendre des produits sur la propriété numérique fusionnée ou par son intermédiaire ni d'être rémunéré en échange de la fusion et de l'exploitation de ces produits. Au sein de communautés fusionnées, les transactions de vente de produits Amway doivent être indépendantes de celles de produits non Amway. Un EIA n'est pas autorisé à grouper la vente de produits Amway avec des produits non Amway dans le cadre d'une promotion ou d'une offre de vente.

Exemples de fusion et d'exploitation d'autres communautés/activités :

- Une EIA est grand amateur de cyclisme sur route. Elle utilise sa propriété numérique personnelle et non consacrée à la vente au détail pour débattre d'idées avec d'autres amateurs. Elle l'utilise aussi pour promouvoir un mode de vie sain grâce à des produits Nutrilite et pour vendre des accessoires de vélo. Ceci **est autorisé**, car l'EIA détient ou contrôle la propriété numérique. Celle-ci n'existe pas uniquement pour faire de la vente au détail. Quiconque en examine le contenu accepté implicitement.
- Une EIA de niveau Argent exploite une propriété numérique personnelle qui contient des informations sur sa famille, son activité Amway et son activité artisanale de fabrication de bougies. Elle poste une photo de plusieurs bougies et demande aux gens de la contacter s'ils sont intéressés à les acheter. Ceci **est autorisé**, car elle utilise sa propriété numérique fusionnée pour vendre un produit non-Amway depuis une activité non-Amway autorisée et qu'elle n'a pas encore atteint le niveau Diamant dans son activité Amway.
- Une EIA poste sur son blog une liste de ses cinq rouges à lèvres préférés, dont un d'Amway. Ceci **est autorisé**, car l'EIA détient ou contrôle la propriété numérique et il lui est permis de fusionner et d'exploiter d'autres produits en concurrence directe avec ceux d'Amway à condition qu'elle ne les vende pas sur sa propriété numérique ou par son intermédiaire et qu'elle ne soit pas rémunérée pour le postage sur les produits concurrentiels.
- Sur le compte Instagram commercial de son restaurant, un EIA poste des informations concernant son activité. Ceci **n'est pas autorisé**, car la propriété numérique est uniquement utilisée pour le restaurant, une activité commerciale unique.
- Une EIA est une musicienne qui exploite un site Internet pour promouvoir et vendre sa musique. Elle utilise sa page commerciale, consacrée exclusivement à Amway sur Facebook, pour diffuser des informations sur les dates de ses tournées imminentes par du streaming en direct. Elle y incite aussi des confrères à acheter des billets. Ceci **n'est pas autorisé**, car elle utilise sa propriété numérique consacrée exclusivement à Amway pour inciter ses prospects à acheter des billets pour son activité non Amway et non liée à la vente au détail.
- Une EIA crée un site Internet qui fait la promotion de son entreprise de coaching sur le mode de vie.

Un individu découvre le site et rencontre l'EIA pour s'apercevoir qu'elle utilise le site Web pour recruter de futurs Entrepreneurs Indépendants Amway. Ceci **n'est pas autorisé**, car la propriété numérique est une "fausse" activité et que les informations fournies sont trompeuses.

■ PUBLICITÉ ET PROMOTION

Un EIA est autorisé à faire de la publicité en passant par des listes commerciales de moteurs de recherche non rémunérées et en utilisant l'un des modèles suivants approuvés par Amway. Tout autre format nécessite une autorisation préalable d'Amway pour veiller notamment à un usage approprié de la propriété intellectuelle d'Amway et pour éviter une confusion dans les marques.

Exemples de publicités :

- Un EIA crée une liste Mon Activité Google pour faire de la publicité sur son activité Amway. Ceci **est autorisé**, car il s'agit d'un site de listes commerciales non rémunérées appartenant à un moteur de recherche. En outre, un modèle approuvé par Amway doit être utilisé.
- Un EIA crée une annonce sponsorisée sur Facebook pour la Crème LX™ Artistry. Ceci **n'est pas autorisé**, car il pourrait y avoir confusion avec Amway.

■ VIDÉO, SÉQUENCE AUDIO ET STREAMING EN DIRECT

Une vidéo, une séquence audio et le streaming en direct (qui englobe vidéo et/ou audio ["Live Streaming"]) dans le cadre des communications numériques ne nécessitent le plus souvent pas une autorisation préalable écrite de la part d'Amway s'ils se trouvent sur des propriétés détenues ou contrôlées par l'EIA. Ce dernier a toujours la latitude de soumettre les fichiers vidéo et audio à Amway pour que l'entreprise les examine avant qu'ils ne soient postés [voir la section demandes d'autorisation à la fin du document]. Leur contenu doit être conforme aux Règles, Normes et Politiques d'Amway.

Les vidéos, séquences audio et streaming en direct ne doivent pas inclure ce qui suit :

- Contenu créé par des fournisseurs de BSM et des organisations de soutien aux EIA.
- Informations sur la LDP.
- Allégations non autorisées.
- Liste des BSM disponibles et tarifs (y compris les prix des tickets).
- Documentation et matériel confidentiels et/ou commercialement sensibles sur Amway et notamment des informations de pré-lancement de produits, des changements dans la direction de l'entreprise, des fermetures d'usines, des acquisitions, etc.
- Tout autre matériel ou documentation qui enfreint les Règles, Normes et Politiques d'Amway.

Le streaming en direct, lorsqu'il n'est pas enregistré/mémorisé, peut comporter ce qui suit :

- Informations sur le Plan de Vente et de Marketing Amway, avec les indications obligatoires : il s'agit entre

autres de la façon de gagner de l'argent et recevoir un revenu et des qualifications ainsi que des primes de la part d'Amway.

- BSM autorisé pour les prospects.
- Informations sur la promotion de l'organisation de la formation des EIA et notamment les dates des événements et leur coût.

Par contre, une autorisation écrite préalable est obligatoire pour tout matériel vidéo et audio, y compris du streaming en direct enregistré/mémorisé destiné à être distribué, vendu ou utilisé à des réunions hors ligne.

D'autre part, une autorisation écrite préalable de la part d'Amway est également obligatoire pour le matériel vidéo, audio et le streaming en direct enregistré/mémorisé qui contient les éléments suivants :

- Plan : Contenu utilisé pour décrire le Plan de Vente et de Marketing Amway et, entre autres, la façon de gagner de l'argent et recevoir un revenu et des qualifications ainsi que des primes de la part d'Amway. Ceci s'applique à un usage destiné aux prospects ou à la formation des EIA sur la manière de présenter le Plan.
- Allégations sur les produits : Contenu qui diverge des allégations sur les produits approuvées par Amway.
- Prospection : Contenu concernant la formation sur les techniques en matière de prospection, de recrutement et de sponsoring.
- Observations sur les revenus.
- Propriété intellectuelle détenue par des tiers tels que morceaux de musique, enseignes, logos, graphiques, illustrations et images (qui nécessitent aussi une autorisation de la part des tiers).

■ SITES WEB, APPLICATIONS POUR PORTABLES, PODCASTS ET BLOGS

Un EIA est tenu de soumettre à Amway ses concepts de site Internet, d'applications pour portables, de podcasts et de blogs pour examen et approbation avant de pouvoir les concrétiser. Les URL ne doivent pas être trompeuses ou mensongères ni enfreindre les Principes commerciaux Amway (par exemple Argentfacile.com, RetraitInstantanee@EU.com, AucuneVenteNecessaire.com).

Sites Web d'EIA

Si un EIA décide de créer un site Internet pour accompagner son activité Amway, il est tenu de respecter non seulement les Principes commerciaux Amway, mais plus particulièrement les Normes en matière de Communications numériques. Tous ses sites Web ne sont générés que pour l'accompagnement et le développement de son activité Amway, quelle que soit l'entité qui monte ou qui héberge ses sites.

Tous les sites Internet doivent être présentés à Amway pour examen et autorisation avant leur lancement. Ce principe s'applique aussi pour tout changement apporté sur un site Internet autorisé. Amway se réserve le droit de contrôler tous les sites Internet d'EIA pour veiller à l'exactitude de leur contenu et s'assurer que celui-ci est bien approuvé. Il se réserve également le droit de prendre les mesures nécessaires à l'encontre de tout EIA qui ne respecte pas

les présentes dispositions ou les règlements en vigueur. L'examen et l'autorisation d'Amway dépendent de la conformité avec les Principes commerciaux, Politiques et Normes d'Amway. Le consentement d'Amway pour un site Internet ou pour une modification quelconque ne sera pas refusé indûment. Un EIA a la responsabilité de veiller au respect de tous les règlements et lois en vigueur qui s'appliquent à ses sites Internet. L'examen et l'autorisation des sites Internet d'EIA par Amway se limitent à certains aspects de leur contenu, en particulier ce qui concerne les Principes commerciaux, Politiques et Normes d'Amway ainsi que les documents qui y sont incorporés. Il n'est pas prévu, et il n'est pas possible non plus, pour Amway de contrôler le respect de tous les règlements et lois qui s'appliquent à ces sites. Par conséquent, la responsabilité de l'EIA n'est pas déléguée pour autant.

Produits, services et opportunités commerciales non propres à l'entreprise : Aucun produit ou service autre que ceux proposés par Amway ne peut être offert, présenté ou vendu sur les sites Internet d'EIA, directement ou non, via un bandeau publicitaire, un lien ou un cadre.

Informations destinées aux clients, EIA en aval et utilisateurs des sites : Un EIA doit poster une déclaration de confidentialité sur ses sites Internet conformément à la Politique de confidentialité Amway et les lois et règlements en vigueur. L'EIA peut être amené à solliciter un avis juridique pour s'assurer que ses politiques de confidentialité respectent la législation en vigueur. Un site Internet ne devrait exiger d'un utilisateur que les coordonnées nécessaires qui lui permettent d'envoyer un e-mail aux opérateurs du site. Dans ce dernier cas, le site Internet doit clairement indiquer que cette possibilité d'envoi d'e-mail permettra automatiquement à l'EIA de connaître l'adresse e-mail de retour. Cette adresse ne sera utilisée que pour répondre aux questions de l'utilisateur et pour aucun autre usage sans le consentement de celui-ci.

Législation applicable et juridiction compétente : Un EIA doit clairement stipuler quelles sont les législations applicables et juridictions compétentes pour ses sites Internet ainsi que pour les transactions effectuées dans leur cadre. Les informations légales obligatoires portant sur le propriétaire du site doivent paraître sur le côté et être facilement repérables par un client.

Actualisation du site : Tous les sites de l'EIA doivent être actualisés périodiquement ou dès que des événements le justifient. Toutes les modifications doivent être transmises à Amway pour examen et autorisation avant leur publication.

Dispositions particulières en matière de qualité pour les boutiques en ligne

Les normes de qualité sont destinées à assurer une offre professionnelle et appropriée des produits Amway et à développer la crédibilité de la marque Amway ainsi que celles de ses produits. Pour garantir la cohérence avec les normes de qualité établies par Amway sur les sites Internet Amway officiels, dans le cadre de la présentation et la vente des produits Amway, un EIA est tenu de respecter

les dispositions sur la qualité telles qu'indiquées ci-dessous lorsqu'il décide de créer un site Internet qui fait référence à Amway, l'Opportunité commerciale Amway ainsi que les produits et services Amway. Ces dispositions tiennent compte des normes de qualité établies par Amway lorsqu'il s'agit de créer un site Internet Amway officiel.

1. Les coordonnées d'un EIA doivent être liées à son activité Amway et ses réalisations personnelles dans le cadre de cette activité.
2. Toutes les images et toutes les vidéos/séquences audio de bienvenue doivent être professionnelles et avoir un rapport avec l'activité Amway.
3. Créez une présence Internet claire et bien agencée, professionnelle et adaptée en ce qui concerne la disposition, le style et l'apparence, dans le même genre de style professionnel que l'on peut trouver sur les sites Internet Amway officiels.
4. « Normes de qualité pour la présentation de l'Opportunité commerciale Amway ». Les critères sont les suivants :
 - ◆ Les informations sur Amway et l'Opportunité commerciale Amway doivent être véridiques et précises, basées sur des faits actuels.
 - ◆ Les informations générales et statistiques sur les tendances économiques et l'environnement professionnel d'une manière générale ainsi que les projections pour l'avenir doivent être identifiables et les sources indiquées avec précision.
 - ◆ Les sites consacrés à l'Opportunité commerciale doivent être protégés par un mot de passe.
5. « Normes de qualité pour les offres de produits Amway au grand public ». Les critères sont les suivants :
 - ◆ Pour éviter les déclarations fausses, trompeuses ou inappropriées sur les produits Amway ou autres infractions aux lois en vigueur, un EIA ne peut utiliser que
 - (a) les images officielles des produits Amway agréées par Amway pour cet usage particulier ou des images de style ou de qualité comparable,
 - (b) les allégations et déclarations sur les produits telles qu'elles sont publiées dans la documentation Amway actuelle ou sur les sites Internet Amway destinés aux clients dans leurs marchés respectifs. **Toutes les images des produits distribués par Amway qui paraissent sur le site doivent être explicitement approuvées et agréées par Amway.**
 - ◆ Toutes les désignations de marque de commerce et de droit d'auteur obligatoires et appropriées doivent être nettement visibles sur le site.
 - ◆ Toutes les prescriptions légales doivent être respectées comme celles mentionnées ci-dessous à titre d'exemples : Présenter des informations spécifiques et exactes aux clients avant une vente effective via Internet d'une façon claire et facilement compréhensible. Quelques exemples suivent :
 - (a) La présentation de toutes les informations dans la langue du ou des marchés visés par le site Internet ;

- (b) L'identité de l'EIA en tant que fournisseur des produits ainsi que son adresse professionnelle qui pourrait servir de destination pour les plaintes de clients ;
- (c) Une description des biens et services offerts à la vente sur le site Internet de l'EIA ;
- (d) Le prix des biens ou services, TVA comprise ;
- (e) Les frais de livraison, le cas échéant, et le mode de livraison ;
- (f) Une description du mode de règlement ;
- (g) Une notification précisant que le client peut changer d'avis sans pénalité pour son achat dans les deux semaines qui suivent. Dans certains cas, il peut être amené à payer uniquement les frais de retour des articles au vendeur (droit de rétractation) ;
- (h) Informations sur la façon d'exercer son droit de rétractation ;
- (i) Informations sur tous les services après-vente et garanties, le cas échéant.

Les règlements nationaux qui appliquent la Directive de l'UE sur les contrats à distance ou une législation similaire pourraient affecter dans une certaine mesure les informations obligatoires à transmettre aux clients.

Un EIA doit toujours solliciter un conseiller juridique local pour être sûr que ses sites Internet fournissent toutes les informations exigées par la législation nationale.

- ◆ La qualité telle que définie dans les normes générales sur la qualité. Par exemple :
 - (a) Convivialité de base en ce qui concerne la clarté dans la hiérarchie du contenu, les niveaux de titres faciles à distinguer, la navigation cohérente et facile à comprendre ;
 - (b) Utilisation d'un langage approprié ;
 - (c) Performances du site, ainsi que sa structure et son aménagement ;
 - (d) Accessibilité des utilisateurs ;
 - (e) Accessibilité des appareils : le site fonctionne-t-il convenablement avec différents navigateurs, avec des appareils portables ou lorsqu'on imprime le contenu d'une page ?
 - (f) Utiliser un système de paiement sécurisé pour garantir la sécurité du transfert de données et des transactions.

6. Autre contenu approprié :

- ◆ Aussi bien les formulaires et le traitement des commandes en ligne respectent la législation et les règlements nationaux en vigueur. Ils permettent aux acheteurs d'identifier et de corriger n'importe quelle erreur ou de modifier une commande. Ils leur permettent également de consentir librement et en parfaite connaissance de cause à un achat et de conserver un relevé complet et exact de cet achat.
- ◆ Des systèmes de paiement sûrs et faciles à utiliser ainsi que des informations sur le niveau de sécurité en parfaite conformité avec les lois et règlements en vigueur portant sur la protection des données.

■ ÉVÉNEMENTS NUMÉRIQUES

Un EIA est autorisé à héberger des événements numériques ou virtuels dans le cadre de son activité du moment qu'il se conforme aux Règles, Normes et Politiques et que l'événement numérique se trouve sur des propriétés qu'il détient ou contrôle. Les événements numériques sont des événements qui se déroulent dans un environnement virtuel pour une durée déterminée. Ils partagent un thème et un groupe ou une communauté spécifique (« événements numériques »). Les événements numériques qui se déroulent sur des propriétés que l'EIA ne détient ou ne contrôle pas sont autorisés si Amway a accordé une approbation préalable par écrit et que l'hôte de l'événement le permet.

Tous les événements numériques doivent répondre aux critères suivants :

- S'il est question de vendre des produits, ils doivent correspondre au thème de l'événement.
- Toute vente conclue dans le cadre de l'événement doit se faire via le PRW (site Internet personnel de vente au détail) de l'EIA ou un site Internet Amway autorisé. Une vente peut également se dérouler hors ligne.
- Amway doit approuver au préalable tout matériel qui sera utilisé ou mis à disposition pour l'événement.
- La liste des BSM disponibles et inscrits/approuvés ainsi que la distribution des billets pour une formation d'EIA et la promotion d'événements ne sont autorisées que dans la mesure où il s'agit d'une communauté exclusivement EIA. S'il est question de communiquer des informations sur le Plan de Vente et de Marketing Amway dans le cadre d'une communauté de non-EIA, Amway doit être consultée pour approbation.
- Un contenu provenant de tiers ne peut pas être utilisé sans une approbation écrite préalable de la part de ces tiers et d'Amway.

Exemples d'événements numériques :

- Un EIA organise une fête virtuelle Artistry sur Facebook. Ceci **est autorisé**, car elle est prévue sur une propriété que l'EIA détient ou contrôle.
- Un EIA lance une invitation publique sur Facebook en vue de promouvoir son événement culinaire Amway à venir. Ceci **est autorisé**, car l'EIA détient ou contrôle la propriété numérique.
- Une EIA est invitée à un entretien sur un podcast pour parler de son expérience avec une activité Amway et les produits Amway. Ceci **est autorisé** à condition d'obtenir une approbation préalable par écrit de la part d'Amway, car l'entretien ne se déroule pas sur une propriété que l'EIA détient ou contrôle.
- Un EIA participe à une fête virtuelle sur Facebook consacrée à la beauté au sein du groupe public d'un ami. Il se lance dans la promotion de son activité Amway. Ceci **n'est pas autorisé**, car l'EIA n'a pas demandé une approbation préalable par écrit de la part d'Amway ou de l'hôte. En effet, l'événement se déroule sur une propriété qu'il ne détient ou ne contrôle pas.

■ ALLÉGATIONS À PROPOS D'AMWAY

Les allégations sur le Plan Amway, l'opportunité commerciale, les produits ou services offerts via ou par Amway doivent être véridiques, précises et sans propos trompeurs et en outre en conformité avec la législation nationale sur la publicité. Les allégations pour les produits et services Amway doivent utiliser un langage spécifiquement approuvé par Amway et ne doivent pas être modifiées (note destinée aux filiales : référencer le lieu des plaintes).

Revenu et mode de vie

Toute observation directe ou indirecte des revenus doit broser un tableau réaliste sans exagération des revenus potentiels et des attentes quant au mode de vie. Le matériel et la documentation concernant les revenus, le mode de vie et le Plan qui expliquent comment on gagne de l'argent dans le cadre d'une activité Amway peuvent nécessiter certaines divulgations.

Exemple de revenu et de mode de vie :

Un EIA poste sur Instagram une photo du chèque qu'il a reçu d'Amway et déclare qu'il a réalisé l'un de ses objectifs pour cette année. Il est heureux que son travail acharné a été reconnu. Ceci **est autorisé**, car un EIA a le droit de faire état de son expérience personnelle si ses déclarations sont véridiques, précises et sans propos trompeurs.

Cautionnements et témoignages

Les cautionnements et témoignages doivent refléter l'avis, la conviction ou l'expérience sincères de la personne citée. Un cautionnement ou un témoignage ne peut pas servir dans le cadre d'une allégation qu'Amway n'est pas en mesure de formuler légalement. Il est interdit à un EIA de rétribuer sous quelque forme que ce soit un cautionnement, un témoignage ou des critiques positives. Il peut par contre distribuer des échantillons de produits. Il est interdit à un EIA de rétribuer sous quelque forme que ce soit l'achat de « followers » (abonnés) et de « likes » (j'aime).

Si un lien matériel existe entre la personne qui cautionne ou qui témoigne et Amway, et si le public n'est pas au courant ou ne s'y attend pas, il doit être divulgué. Par exemple, un lien matériel peut être le fait qu'une personne ait reçu un produit gratuit en échange de son cautionnement ou de son témoignage ou bien encore que cette personne soit un EIA. Les divulgations doivent être claires, bien en évidence, significatives, lisibles et proches de l'allégation.

Exemples de cautionnements et de témoignages :

- Un EIA retweete le témoignage élogieux d'un client sur l'aspect de sa chevelure après avoir utilisé un échantillon gratuit du shampoing Satinique™. Ceci **est autorisé**, car la divulgation du produit gratuit a été mentionnée dans le tweet et le client n'a bénéficié d'aucun autre avantage.
- Une EIA procure à un vlogger deux cartons de SA8™ en échange de critiques positives sur son vlog. Ceci **n'est pas autorisé**, car le nombre de produits ne correspond pas à des échantillons.

Images et vidéos « avant » et « après »

Les images et vidéos avant-après constituent une forme de témoignage, qu'elles dépeignent ou non l'EIA ou quelqu'un d'autre. Un témoignage ne peut pas transmettre une allégation qu'Amway n'est pas en mesure de formuler légalement.

Un EIA doit obtenir une approbation préalable par écrit de la part d'Amway pour toutes les images avant-après qui comportent des produits Amway ou leur utilisation. Toutefois, les images avant-après ci-dessous ne nécessitent pas une telle autorisation :

- Images ou vidéos avant-après fournies par Amway, y compris les divulgations obligatoires.
- L'application de maquillages Amway par soi-même (maquillage ; ceci n'inclut pas les produits de soins pour la peau)..
- L'image ou la vidéo ne doit pas comporter de légende, de texte ou de séquence audio qui dépasse le cadre d'une quelconque allégation qu'Amway fait valoir pour le produit.
- L'image ou la vidéo ne peut pas représenter ou mentionner les produits de tiers.

Si un lien matériel existe entre la personne qui cautionne ou qui témoigne et Amway, et si le public n'est pas au courant ou ne s'y attend pas, il doit être divulgué. Les divulgations doivent être claires, bien en évidence, significatives, lisibles et proches de l'allégation.

Démonstrations de produits

Les démonstrations sont des présentations des produits Amway qui sous-entendent leur utilisation effective pour montrer comment ils fonctionnent ou quel résultat on peut obtenir en les utilisant.

Un EIA doit obtenir une approbation préalable par écrit de la part d'Amway pour toute démonstration qui implique des produits Amway. Toutefois, les démonstrations de produits ci-dessous ne nécessitent pas une telle autorisation :

- Celles faisant appel à des modes d'emploi publiés par Amway et qui sont suivis à la lettre.
- Celles fournies par Amway.
- L'application de maquillages Amway par soi-même (maquillage ; ceci n'inclut pas les produits de soins pour la peau).
- Celles qui dépeignent un EIA utilisant des ustensiles ou des batteries de cuisine Amway conformément à l'usage auquel ils sont destinés, autrement dit pour préparer et cuisiner des aliments.

Aucune démonstration de produits ne doit comporter de légende, de texte ou de séquence audio qui dépasse le cadre d'une quelconque allégation qu'Amway fait valoir pour le produit. Les démonstrations de produits ne peuvent pas représenter ou mentionner les produits de tiers.

■ PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

La propriété intellectuelle est une œuvre de création sur laquelle on a des droits et pour laquelle on peut faire une demande de brevet, de copyright, de marque de commerce, etc. Un EIA ne peut utiliser une propriété intellectuelle détenue par Amway ou un tiers que s'il a obtenu le droit

de le faire. Une propriété intellectuelle peut avoir pour objet un morceau de musique, des images, une séquence audio, une vidéo, du texte, des marques de commerce, de logos ou autres.

Matériel protégé par un droit d'auteur

Parmi les matériels protégés par un droit d'auteur on trouve notamment ce qui suit : morceaux de musique, livres, magazines, articles et autres écrits comme des extraits et des traductions, discours, photos, œuvres d'art, comme des images en ligne, sites Internet, blogs et autres posts sur réseaux sociaux, vidéos, films, pièces de théâtre, sculptures, immeubles et formes en 3D et logiciels.

Utilisation du matériel créé par Amway

Un EIA n'a pas le droit d'utiliser du matériel protégé par un droit d'auteur et produit par Amway sans en avoir reçu l'autorisation au préalable, à moins qu'il n'ait été obtenu via des sources approuvées telles que spécifiées par Amway (veuillez vous reporter au site www.amway.fr). Par contre, il n'a pas besoin d'autorisation pour partager ou créer un lien avec des propriétés numériques Amway officielles.

Exemples d'utilisation de matériel créé par Amway :

- Un EIA partage une image tirée de la page Facebook officielle d'Amway pour promouvoir la marque L.O.C. sur sa propre page. Il **est autorisé** à le faire, car il n'a pas besoin d'obtenir l'autorisation de partager depuis des propriétés numériques Amway officielles.
- Une EIA fait un clic droit et enregistre ou capture une image de la section produits d'Amway.fr et la poste sur son profil Twitter. Ceci **n'est pas autorisé**, car les droits à l'image sont réservés au site Internet de l'entreprise, par exemple des modèles qu'on trouve dans les photos du site, et qui ne peuvent pas être repris par des EIA. En outre, la qualité de l'image peut être dégradée. L'EIA doit obtenir une image d'une source approuvée par Amway pour être sûr qu'elle soit autorisée et d'une grande qualité.

Utilisation de matériel créé par des tiers

Un EIA n'a pas le droit d'utiliser du matériel appartenant à des tiers et protégé par un droit d'auteur sans avoir obtenu par écrit une cession, une licence ou équivalent de la part de ses détenteurs, à moins que son utilisation soit autorisée par les lois en vigueur. Il doit conserver toutes les autorisations écrites qu'il aura obtenues pour l'usage de matériel protégé par un droit d'auteur et les présenter à Amway sur demande. Il doit se conformer à toutes les lois sur le droit d'auteur dans ses communications numériques. Partager un lien ou utiliser le bouton Partager pour un article, post de blog ou de réseau social rédigé par un tiers n'est autorisé qu'à la condition qu'aucune référence à des produits ou à l'opportunité commerciale Amway n'accompagne le lien posté. Cette restriction sur les références est valable aussi pour des commentaires rédigés sur le lien posté.

Exemples d'utilisation de matériel créé par des tiers :

- Un EIA lit un article dans USA Today en ligne qui traite d'un lien possible entre l'huile de poisson et

une diminution des risques de maladies cardiaques. L'EIA transmet l'article sur son compte Facebook accompagné du texte suivant : « Article vraiment intéressant sur une relation potentielle entre huile de poisson et maladies cardiaques ». Ceci **est autorisé**, car le commentaire de l'EIA ne fait aucune référence à des produits Amway.

- Le magazine Forbes® poste sur sa page Facebook officielle un lien vers un article de son site Internet. L'EIA partage l'article avec ses « followers » (abonnés) Facebook. Si le post initial de Forbes contient un dispositif Share, Amway n'interdira pas l'EIA à le partager. Ceci **est autorisé** tant que le commentaire que l'EIA lui ajoute respecte les autres sections du présent DCS. Par exemple, le contenu ne doit pas suggérer que Forbes fait la promotion d'Amway, qu'il est lié à l'entreprise ou qu'il a des rapports avec l'EIA.
- Un EIA transmet sur son compte Twitter l'article d'un tiers qui évoque des produits Amway et il fait le commentaire suivant : « Consultez cet article ». Ceci **est autorisé**, dans la mesure où le commentaire de l'EIA ne fait aucune référence à des produits ou à des activités Amway.
- Un EIA s'abonne au magazine Forbes, repère un article qui porte sur l'opportunité commerciale Amway et partage les photos de la couverture et des pages de l'article sur Instagram. Ceci **n'est pas autorisé** à moins que l'EIA n'ait obtenu une autorisation écrite de la part de Forbes.
- Un EIA trouve sur YouTube une vidéo créée par un confrère. Il la télécharge, puis la téléexporte sur Facebook pour qu'elle soit partagée par tous ses « followers ». Ceci **n'est pas autorisé**, à moins que l'EIA n'ait obtenu une autorisation écrite de la part de son propriétaire.
- Une EIA partage un article en ligne du New York Times® sur son compte Facebook accompagné du texte suivant : « Article vraiment intéressant sur une relation potentielle entre la vitamine D et la dépression. Contactez-moi si vous voulez plus de détails sur le complément alimentaire Vitamine D Nutrilite ! » Ceci **n'est pas autorisé**, car le post comporte une référence à un produit Amway. Il laisse sous-entendre que le complément alimentaire atténue le risque d'une dépression ou pourrait le faire. Amway n'est pas en mesure de corroborer cette allégation.
- Un EIA copie l'image de la couverture d'un livre à succès sur les images Google et la poste sur un site de réseaux sociaux. Ceci **n'est pas autorisé**, car l'EIA ne détient pas les droits sur cette image.

Musique

Les morceaux de musique reproduits, modifiés, joués, exécutés, enregistrés, diffusés en streaming ou non via Internet ne peuvent pas être utilisés sans une cession, une licence ou équivalent obtenu par écrit de la part de leurs propriétaires, à moins que leur utilisation soit autorisée par les lois en vigueur. IL ARRIVE SOUVENT QUE PLUSIEURS LICENCES SOIENT NÉCESSAIRES POUR UTILISER DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE. Un EIA doit conserver toutes les autorisations écrites qu'il aura obtenues pour les présenter à Amway sur demande.

Exemples de morceaux de musique :

- Un EIA enregistre une démonstration de 20 minutes consacrée à une application de maquillage avec des produits Artistry. Avant de la poster sur Facebook, elle ajoute 20 secondes d'une chanson populaire en musique de fond. À moins que l'EIA n'ait obtenu les licences nécessaires pour cette piste, le post **n'est pas autorisé**.
- Un EIA enregistre une vidéo de 30 secondes d'un spectacle musical en direct dans le cadre d'un événement Amway et la poste sur Facebook. À moins que les coordinateurs de l'événement n'aient explicitement approuvé cette activité ou que l'EIA n'ait obtenu de son côté les droits d'utiliser le spectacle de cette façon, ceci **n'est pas autorisé**.

Droits de publicité

Toute personne détient des droits de publicité, c'est-à-dire la possibilité de contrôler et de profiter de l'usage commercial de sa propre image. Cela englobe son nom, son portrait, sa voix ou tout autre aspect de son identité. On s'attend de la part d'un EIA qu'il respecte les droits de publicité des autres et qu'il se conforme aux lois en vigueur dans les communications numériques de l'EIA et aux demandes provenant d'individus qui refusent que l'on utilise leur image. Un EIA ne peut pas utiliser les droits de publicité d'un autre individu pour promouvoir son activité sans avoir obtenu au préalable une autorisation écrite de sa part.

Amway interdit à un EIA de poster un contenu qui comporte l'image d'un autre individu ou qui met bien en vue des tiers à moins que l'EIA n'ait obtenu de ces derniers une autorisation écrite ou qu'Amway n'ait approuvé le contenu.

Exemples de droits de publicité :

- Un EIA est à la plage. Il prend un selfie en tendant une canette de Boisson XS™ Power Drink. On peut apercevoir un groupe de personnes à l'arrière-plan, mais l'appareil se concentre sur l'EIA et on ne peut pas clairement distinguer l'identité de ces personnes. L'EIA poste cette photo accompagnée de la légende : « Superbe journée à la plage dynamisée par la marque XS ! Reportez-vous au lien dans la bio pour plus de détails sur la façon de vous procurer des produits XS ! » Ceci **est autorisé**. Toutefois, Amway compte sur l'EIA pour qu'il retire le post à la demande des personnes sur la photo si celles-ci estiment qu'elles sont reconnaissables.
- Un EIA prend un selfie dans le cadre d'un événement Amway où un auteur bien connu a été payé pour donner une conférence et dédicacer ses livres. Celui-ci est bien visible en arrière-plan. Ceci **est autorisé** du moment que les directives de l'événement autorisent les photos de l'auteur. Si c'est le cas, l'EIA n'a pas le droit de laisser entendre que l'auteur est lié à Amway ou qu'il la cautionne de quelque façon que ce soit.
- Un EIA retweete la photo d'un surfeur bien connu qui boit une boisson XS™ Power Drink accompagnée de la légende « Faites-en l'expérience vous-même ! Les grands athlètes ne jurent que par la marque XS™ ! » Ceci **n'est pas autorisé**, à moins que l'EIA n'ait obtenu une autorisation de la part du surfeur.

- Un EIA est à la plage. Il prend un selfie en tendant une canette de Boisson XS™ Power Drink. Deux inconnus entrent brusquement dans le cadre de la photo en levant le pouce. L'EIA poste cette photo accompagnée de la légende : « Superbe journée à la plage ! Tout le monde aime les boissons XS™ Power Drinks ! Reportez-vous au lien dans la bio pour plus de détails sur la façon de vous procurer des produits XS™ ! » À moins que ces individus n'aient donné leur consentement à l'EIA, ceci **n'est pas autorisé** et donne l'impression qu'ils font de la promotion pour les produits XS.

Utilisation de la marque de commerce

Un EIA n'est pas autorisé à copier, à distribuer ou utiliser de quelque façon que ce soit les marques de commerce d'Amway ou d'Altacor inc. (Altacor) sans une approbation écrite préalable d'Amway. La marque de commerce et le graphisme du logo, les photos de produits et les images liées à l'entreprise qui appartiennent à Amway ou Altacor ne peuvent être obtenus que par des sources approuvées et recommandées par Amway.

Un EIA n'est pas autorisé à copier, à distribuer ou utiliser de quelque façon que ce soit les marques de commerce de tiers sans une cession, une licence ou équivalent obtenus par écrit de la part de leurs propriétaires.

Marques de commerce d'Amway

Les marques de commerce d'Amway, qu'il s'agisse d'Amway™, Nutrilite™, Artistry™, XS™ et autres marques, logos ou noms que l'entreprise utilise ou pourrait adopter plus tard, sont d'une grande importance pour elle.

Amway compte sur l'EIA pour qu'il respecte ses droits en n'utilisant que les marques de commerce et graphisme du logo, photos de produits et images liées à l'entreprise qui lui appartiennent et qu'il se soit procuré auprès des sources approuvées et recommandées par Amway. Un EIA peut utiliser ces ressources en l'état sans demander une approbation à Amway.

Lorsqu'il crée une propriété numérique, comme un compte ou site Internet Facebook ou Instagram, un EIA a le droit d'utiliser, sans approbation préalable, un nom de marque (au format texte) détenu par Amway pour décrire son rapport avec l'entreprise, le cas échéant, dans les zones « à propos de », « bio » ou équivalent. À moins d'avoir une autorisation écrite d'Amway, un EIA n'a pas le droit d'utiliser sur la propriété numérique des marques de commerce (produits ou noms de marque), les logos de marques ou des images de produits détenues par Amway dans les contextes suivants : nom de domaine, identifiant de compte, « handle » (pseudonyme), alias, nom de compte, « display name », nom de page, adresse e-mail, images de profil ou arrière-plans ou équivalents.

À l'exception des ressources obtenues auprès des sources approuvées et des cas décrits par ailleurs dans la présente section, un EIA n'est pas autorisé à copier, à distribuer ou utiliser de quelque façon que ce soit les marques de commerce d'Amway sans son approbation écrite préalable.

Exemples des marques de commerce d'Amway :

- Un EIA crée une page Facebook et on peut lire dans la section de la bio : « Entrepreneur Indépendant Amway. Passionné par BodyKey et la gestion du poids.

Message direct pour en savoir plus ». Ceci **est autorisé**, car la marque Amway peut être utilisée dans la section de la bio.

- Un EIA crée un compte Instagram comportant l'identifiant@amwayking. Ceci **n'est pas autorisé**, car l'EIA utilise « Amway » dans l'identifiant.
- Un EIA crée un compte Twitter qui a « Mon compte Nutrilite » comme « display name ». Ceci **n'est pas autorisé**, car l'EIA utilise Nutrilite, une marque détenue par Amway, dans son « display name ».

Marques de commerce de tiers

L'EIA est responsable de la non-violation des droits sur les marques de commerce de tiers dans ses communications numériques. Un EIA n'a pas le droit de faire figurer ou utiliser la marque de commerce d'un tiers dans une communication numérique qui puisse laisser faussement entendre qu'il existe un rapport ou un parrainage entre lui ou Amway et ce tiers.

Exemples de marques de commerce de tiers :

- Une EIA poste une image avec le logo de son organisation d'EIA sur son compte Instagram. Ceci **est autorisé**, car l'organisation des EIA approuve l'usage du logo associé à une marque de commerce.
- Un EIA poste une vidéo sur Facebook qui montre comment les produits Amway sont utilisés en cuisine. Toutes les règles sur les allégations concernant les produits sont respectées. Il a le livre de recettes d'un chef célèbre posé sur le comptoir à côté des produits Amway et il porte une chemise floquée du logo du cuisinier. Ceci **n'est pas autorisé**, car le postage de la vidéo pourrait laisser entendre un lien entre l'EIA et le chef et/ou le chef et Amway.

■ DEMANDES D'AUTORISATION

On considère souvent que le BSM (Matériel de soutien commercial) est constitué de livres, brochures, CD, etc. utilisés pour accompagner et former les EIA, prospects et clients (voir la Règle 7 des Principes commerciaux d'Amway et les Normes et Politique Européennes sur le BSM). Les BSM peuvent également comporter des ressources numériques comme les applications, sites Internet, podcasts et vidéos. Tous les BSM numériques doivent se conformer aux Règles et aux Normes et à la Politique sur le BSM.

En vertu des Règles, tout BSM doit être présenté à Amway pour examen et autorisation avant son utilisation. Les

communications numériques qui sont des BSM, mais qui sont spontanées de nature, ne seront pas soumises à approbation préalable à moins que la présente DCS ne le précise. Les Communications numériques énumérées ci-dessous nécessitent une approbation écrite de la part d'Amway avant de pouvoir être utilisées :

- Propriété intellectuelle d'Amway, d'Alticor et de tiers.
- Images et vidéos avant-après (créées par un utilisateur ; sauf dans le cas de maquillages).
- Concepts de blogs.
- Événements numériques faisant appel à la propriété intellectuelle de tiers.
- Événements numériques sur des propriétés non détenues ou non contrôlées par un EIA.
- Événements numériques qui utilisent des informations sur le Plan de Vente et de Marketing Amway dans une communauté non EIA Applications pour portables.
- Podcasts.
- Démonstrations de produits (créées par un utilisateur ; sauf dans le cas de maquillages, ustensiles de cuisine et de cuisine).
- Vidéo, séquence audio et streaming en direct enregistré/mémorisé comportant : Le Plan, des allégations sur les produits, de la prospection, des observations sur les revenus et des propriétés intellectuelles de tiers.
- Sites Internet.

Toute demande d'EIA pour examen et approbation doit être adressée à Règles de conduite et Règlements. Une demande doit comporter le nom et le numéro de l'EIA, le contenu et une description de l'usage prévu.

Facebook® est une marque déposée de Facebook, Inc. ; YouTube est une marque déposée de Google Inc. ; Instagram® est une marque déposée de Instagram, LLC ; Twitter® est une marque déposée de Twitter, Inc. ; Wechat® est une marque déposée de Tencent Holdings Ltd. ; VK® est une marque déposée de Limited Liability Company « V Kontakte » ; Line® est une marque de commerce de Line Corporation ; WhatsApp® est une marque déposée de WHATSAPP INC. ; Snapchat® est une marque déposée de SNAP INC.

LinkedIn® est une marque déposée de LinkedIn Corporation

Forbes® est une marque déposée de Forbes LLC ; The New York Times® est une marque déposée de The New York Times Company