

ح. يشير مصطلح "الراعي" إلى شريك العلامة التجارية الذي يقوم بتجنيد شركاء العلامة التجارية الآخرين، وتعريفهم بخدمات استشارات أوريفليم ويديرهم ويدعمهم في عملهم.

الكلمات التي تبدأ بحرف **كبير**، ولكنها لم يتم تعريفها هنا، يجب أن يكون لها نفس المعنى كما في الأقسام السابقة من خطة النجاح.

2. العضوية

2.1 لكي تصبح شريكاً لعلامة تجارية لـ **Oriflame**، يجب أن يكون المرشح مدعوماً بشكل عام من قبل شريك مسجل لعلامة تجارية لـ **Oriflame**. في ظل ظروف معينة، يمكن لـ **Oriflame** تعيين شريك محتمل لعلامة تجارية لـ **Oriflame** في أي شبكة.

2.2 لا يجوز لأي فرد أن يحصل على أكثر من عضوية واحدة في أوريفليم، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر. العضوية غير المباشرة هي العضوية من خلال ملكية أسهم في شركة مسجلة كشريك علامة أوريفليم التجارية.

2.3 تحتفظ أوريفليم بالحق في رفض أي طلب أو إعادة التقديم.

2.4 يجب أن يكون المتقدم في سن الأهلية القانونية لشريك العلامة التجارية لـ **Oriflame**. يجوز لشركة **Oriflame** وفقاً لتقديرها الخاص الموافقة على المتقدمين الآخرين بشرط الحصول على موافقة كتابية من الوصي (الأوصياء).

2.5 لا يجوز منح العضوية إلا للأفراد أو لشركة ذات مسؤولية محدودة أو شراكة حيث يكون الأطراف إما أزواجاً أو أحد الوالدين وطفل/أطفال في شركة أوريفليم نقل معتمد لعملية الأعمال. يجب على الكيان القانوني تقديم اسم الشخص المخول له التصرف نيابة عنه، بالإضافة إلى أي قيود في تفويضه. يتحمل الشركاء المسؤولية المتبادلة ويمكن لشركة أوريفليم استرداد جميع المستحقات من أي منهما أو كليهما في حالة عدم السداد.

2.6 أوريفليم يجوز لشريك العلامة التجارية الانسحاب من عضويته في غضون 30 يوماً من الانضمام (أو فترة أطول إذا كان ذلك ممكناً بموجب التشريعات المحلية) واسترداد أي أموال مدفوعة كشرط للعضوية من أوريفليم بالإضافة إلى أي مواد ومنتجات أولية مطلوبة.

2.7 أوريفليم يجوز لشريك العلامة التجارية الانسحاب من عضويته في أي وقت بعد مرور 30 يوماً من الانضمام عن طريق إرسال إشعار كتابي إلى أوريفليم. في مثل هذه الحالات، لا تتحمل أوريفليم أي التزام بسداد أي من المدفوعات المذكورة في 2.6 أعلاه بخلاف أي رسوم مطلوبة يدفعها شريك العلامة التجارية ليصبح شريك العلامة التجارية أو يظل شريكاً للعلامة التجارية خلال 30 يوماً قبل إنهاء العضوية.

2.8 أوريفليم ستنتهي عضوية شريك العلامة التجارية في الذكرى السنوية للتسجيل.

2.9 يمكن تجديد العضوية وفقاً للشروط والأحكام ذات الصلة.

2.10 هل يجب أن يكون أوريفليم إذاً زوج شريك العلامة التجارية في أن يصبح شريكاً لعلامة تجارية لأوريفليم، فيجب أن يكون كلا الزوجين إما برعاية مشتركة بموجب نفس العضوية (في شكل شركة ذات مسؤولية محدودة أو شراكة) أو إذا كانا منفصلين عن الزوجة أو الزوج الذي أصبح أولاً شريكاً لعلامة تجارية لأوريفليم. إذا انضم الزوج بموجب عضوية منفصلة، فسيتم خصم أي جائزة نقدية حصل عليها الزوج من أي جائزة نقدية أعلى حصل عليها الزوج الذي انضم أولاً - إذا كانت هذه الجائزة النقدية نتيجة لإنهاء عضوية الزوج الذي انضم ثانياً لأي سبب.

2.11 أوريفليم السابقة شركاء العلامة التجارية (أو أزواج أوريفليم السابقين شركاء العلامة التجارية) يجوز التقدم بطلب عضوية جديدة وفق الشروط التالية:

(أ) مرور ستة أشهر على الأقل منذ إنهاء العضوية السابقة بالاستقالة (ما لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك مع أوريفليم).

(ب) يجب أن يوضح الطلب الجديد أنه يتم تقديمه بموجب هذه القاعدة.

(ج) موظف سابق في شركة أوريفليم شريك العلامة التجارية يجوز التقدم بطلب على الفور ليصبح شريك العلامة التجارية مرة أخرى، دون تحديد ما إذا كان/كانت موظفاً سابقاً في أوريفليم شريك العلامة التجارية، إذا كان لديه ما لا يقل عن 12 شهراً من عدم النشاط بعد إنهاء العضوية عندما يكون الإنهاء بسبب عدم تجديد العضوية.

2.12 يحق لشركة أوريفليم إنهاء اتفاقية أوريفليم شريك العلامة التجارية لأي خرق لقواعد الأخلاقيات و/أو قواعد السلوك.

2.13 تحتفظ شركة أوريفليم بالحق في تعليق حساب أوريفليم شريك العلامة التجارية تم تعليق عضوية "النادي" لمدة تصل إلى 12 شهراً اعتباراً من الآن، في انتظار التحقيق في انتهاك القواعد.

3. الحفاظ على خطوط الرعاية

3.1 أوريفليم لا يجوز لشركاء العلامة التجارية إعادة التسجيل تحت خطر رعاية مختلف إلا إذا استقالوا من عضويتهم وتقدموا بطلب عضوية جديدة بموجب 2.11. إذا استقالوا، فسيتم فقدان مجموعتهم بالكامل ونقلها إلى الراعي الأصلي.

3.2 لا يجوز نقل العضوية من شخص إلى آخر إلا في حالات خاصة وبناءً على تقدير أوريفليم وحدها.

3.3 أوريفليم يجوز لشركاء العلامة التجارية الراغبين في نقل عضويتهم القيام بذلك، ولكن فقط لأقرب أقاربهم (وفقاً لتقدير أوريفليم). يجب إرسال خطاب يطلب مثل هذا النقل إلى أوريفليم. يجوز لشركاء العلامة التجارية أوريفليم الذين نقلوا عضويتهم بموجب هذه القاعدة التقدم بطلب للحصول على العضوية مرة أخرى إذا انقضت ستة أشهر على الأقل منذ نقل عضويتهم الأخيرة.

3.4 في حالة وفاة أحد شركاء العلامة التجارية أوريفليم، سيتم إنهاء العضوية في غضون ثلاثة أشهر من يوم الوفاة بشرط عدم تقديم أقرب أقرباء المتوفى طلباً لنقل العضوية وفقاً للبلد 6.4. عند إنهاء العضوية، سيتم تحويل جميع المدفوعات المعلقة إلى شريك العلامة التجارية أوريفليم المتوفى إلى الورثة/الورثة المفوضين لشريك العلامة التجارية أوريفليم. تحتفظ أوريفليم بالحق في طلب مستندات تثبت تفويض الورثة كشرط للدفع.

3.5 لا يجوز نقل المجموعة أو جزء من المجموعة.

4. مسؤوليات شريك العلامة التجارية

المسؤوليات العامة

4.1 يجب على شركاء العلامة التجارية أوريفليم الالتزام بجميع القوانين واللوائح وقواعد الممارسة المعمول بها فيما يتعلق بتشغيل عضويتهم، بما في ذلك أي قوانين ولوائح ضريبية تتعلق بالتسجيل الضريبي وتقديم الإقرارات الضريبية. لا يجوز لشركاء العلامة التجارية أوريفليم الانخراط في أي نشاط قد يؤدي إلى تشويه سمعتهم أو سمعة أوريفليم.

4.2 أوريفليم شركاء العلامة التجارية يجب اتخاذ الخطوات المناسبة لضمان حماية جميع المعلومات الخاصة التي يقدمها العميل أو العميل المحتمل أو عميل أوريفليم آخر شريك العلامة التجارية، وفقاً للقوانين المحلية التي تنطبق على الخصوصية وحماية البيانات.

المسؤوليات تجاه العملاء

4.3 أوريفليم شركاء العلامة التجارية لا يجوز استخدام ممارسات مضللة أو خادعة أو غير عادلة.

4.4 منذ بداية الاتصال مع المستهلك، يجب على شريك العلامة التجارية أوريفليم أن يحدد هويته ويشرح غاية من تعاملها مع العميل أو الغرض منه يجب على شريك العلامة التجارية أوريفليم ضمان الشفافية الكاملة لهويته كشريك العلامة التجارية أوريفليم في أي اتصال ذي صلة، سواء عن طريق البريد الإلكتروني أو موقع الويب أو صفحة وسائل التواصل الاجتماعي وما إلى ذلك. يجب توفير الاسم ومعلومات الاتصال بوضوح بالإضافة إلى المعلومات التي تفيد بأن المرسل ليس ممثلاً رسمياً لأوريفليم. يجب دائماً إضافة كلمة "مستقل" قبل "شريك العلامة التجارية أوريفليم" على أي تمثيل للهوية مثل توقيعات البريد الإلكتروني وبطاقات العمل وعلى موقع الويب و صفحة وسائل التواصل الاجتماعي وما شابه ذلك. لا يجوز لشركاء العلامة التجارية أوريفليم تقديم أنفسهم كموزعين معتمدين لأوريفليم.

4.5 يتعين على شركاء العلامة التجارية لـ Oriflame تقديم تفسيرات وتوضيحات دقيقة وكاملة للمنتجات للعملاء فيما يتعلق بالسعر وشروط الائتمان، إن وجدت؛ وشروط الدفع؛ وفترة السماح، بما في ذلك سياسات الإرجاع والاسترداد؛ وضمان رضا Oriflame؛ وشروط الضمان؛ وخدمة ما بعد البيع؛ وتواريخ التسليم. يتعين على شركاء العلامة التجارية لـ Oriflame تقديم إجابات دقيقة ومفهومة لجميع أسئلة العملاء.

4.6 إلى الحد الذي يتم فيه تقديم ادعاءات فيما يتعلق بفعالية المنتج، يجب على شركاء العلامة التجارية Oriflame تقديم فقط تلك الادعاءات الشفهية أو المكتوبة بشأن المنتج والتي تم اعتمادها من قبل Oriflame.

4.7 لا يجوز لشركاء العلامة التجارية Oriflame استخدام أي شهادة أو تأييد غير مصرح به أو غير صحيح أو قديم أو غير قابل للتطبيق بأي شكل آخر أو غير مرتبط بالعرض أو يتم استخدامه بأي طريقة من المحتمل أن تضلل العميل.

4.8 لا يجوز لشركاء العلامة التجارية أوريفليم استخدام مقارنات مضللة. يجب أن تستند نقاط المقارنة إلى حقائق يمكن إثباتها. لا يجوز لشركاء العلامة التجارية أوريفليم التشهير بشكل غير عادل بأي شركة أو عمل أو منتج آخر، سواء بشكل مباشر أو ضمني. لا يجوز لشركاء العلامة التجارية أوريفليم الاستفادة بشكل غير عادل من حسن النية المرتبط بالاسم التجاري ورمز شركة أو عمل أو منتج آخر.

4.9 أوريفليم سيقيم شريك العلامة التجارية بإجراء اتصال شخصي أو هاتفياً أو إلكترونياً بطريقة معقولة وخلال ساعات معقولة لتجنب التدخل. يجب على شريك العلامة التجارية لـ Oriflame وقف الاتصال بناءً على طلب المستهلك

4.10 المعلومات التي تقدمها أوريفليم يجب أن يتم تقديم الشروط والأحكام التي يقدمها شريك العلامة التجارية للمستهلك بطريقة واضحة ومفهومة مع مراعاة مبادئ حسن النية في المعاملات التجارية والمبادئ التي تحكم حماية أولئك الذين لا يستطيعون، بموجب التشريعات الوطنية، إعطاء موافقتهم، مثل القاصرين.

4.11 أوريفليم لا يجوز لشركاء العلامة التجارية إساءة استخدام ثقة المستهلكين الأفراد ويجب عليهم احترام افتقار المستهلكين إلى الخبرة التجارية ولا يجوز لهم استغلال عمر المستهلك، أو مرضه، أو ضعفه العقلي، أو الجسدي أو سداخته أو افتقاره إلى الفهم أو افتقاره إلى المعرفة اللغوية.

4.12 أوريفليم لا يجوز لشركاء العلامة التجارية حت أي شخص على شراء المنتجات بناءً على التمثيل بأن العميل يمكنه تخفيض أو استرداد سعر الشراء عن طريق إحالة العملاء المحتملين إلى شريك العلامة التجارية Oriflame لعمليات شراء مماثلة، إذا كانت مثل هذه التخفيضات أو الاسترداد مشروطة ببعض الأحداث المستقبلية.

المسؤوليات تجاه شركاء العلامة التجارية الآخرين لأوريفليم

4.13 أوريفليم لا يجوز لشركاء العلامة التجارية سرقة مقدم الطلب من شركاء العلامة التجارية الآخرين لأوريفليم، ولا التدخل عن طريق استدراج شركاء العلامة التجارية لأوريفليم في خط الرعاية لشريك علامة تجارية آخر لأوريفليم.

4.14 أوريفليم شريك العلامة التجارية لا يجوز تقديم تمثيل خاطئ للأرباح الفعلية أو المحتملة لشركة أوريفليم شركاء العلامة التجارية. يجب أن تكون أرقام تمثيل الأرباح: (أ) صادقة ودقيقة ومقدمة بطريقة غير زائفة أو خادعة أو مضللة، و(ب) تستند إلى حقائق موثقة ومثبتة في السوق ذات الصلة. شركاء العلامة التجارية يجب: (ج) أن يكون على علم بأن المكاسب الفعلية سوف تختلف من شخص لآخر وستعتمد على المهارات والوقت والجهد المبذول وعوامل أخرى؛ و(د) أن يتم تزويده بمعلومات كافية لتمكينه من إجراء تقييم معقول لفرصة كسب الدخل.

4.15 أوريفليم لا يجوز للشريك التجاري فرض رسوم على الشركاء التجاريين الآخرين أو الشركاء التجاريين المحتملين مقابل أي مواد أو خدمات غير مطورة/معمدة من قبل أوريفليم باستثناء الرسوم اللازمة لتغطية النفقات المرتبطة بشكل مباشر بالتدريب غير الإلزامي أو الاجتماعات التي أجراها الشريك التجاري لأوريفليم.

أية مواد تسويقية تم تطويرها بواسطة يجب أن يكون شركاء العلامة التجارية متوافقين مع سياسات وإجراءات أوريفليم. شركاء العلامة التجارية أوريفليم الذين يبيعون مواد ترويجية أو تدريبية معتمدة ومسموح بها قانوناً إلى شركاء العلامة التجارية أوريفليم الآخرين: (أ) يجب عليهم فقط تقديم المواد التي تتوافق مع نفس المعايير التي تلتزم بها أوريفليم، (ب) يُحظر عليهم جعل شراء مثل هذه المواد شرطاً لشركاء العلامة التجارية أوريفليم الآخرين؛ (ج) تقديم مساعدات بتكلفة معقولة وعادلة، دون أي ربح كبير لشريك العلامة التجارية أوريفليم، تعادل المواد المماثلة المتوفرة عمومًا في السوق؛ و(د) تقديم سياسة إرجاع مكتوبة مماثلة لسياسة الإرجاع الخاصة بأوريفليم.

4.16 أوريفليم يجب على شركاء العلامة التجارية الاتصال بشركاء العلامة التجارية الآخرين لـ Oriflame فقط بطريقة معقولة وخلال ساعات معقولة لتجنب التضلل.

4.17 لا تفرض شركة أوريفليم أي شروط فيما يتعلق بالمشتريات الدنيا، سواء من حيث الكميات أو القيمة، على شركاء العلامة التجارية. وبالمثل، لا يجوز لشريك العلامة التجارية لـ Oriflame إجبار أو إجبار من يراه على طلب أي كميات دنيا أو الاحتفاظ بمخزون من المنتجات. يجوز لجميع شركاء العلامة التجارية لـ Oriflame طلب أي كميات مباشرة من Oriflame، ولكن قد يتم تطبيق رسوم المناولة والتوصيل حسب حجم الطلب. يعود الأمر إلى تقدير شريك العلامة التجارية لـ Oriflame الفردي لتحديد ما إذا كان يجب عليه الاحتفاظ بأي مخزون يعكس الاستهلاك المتوقع. لا يجوز لشركاء العلامة التجارية لـ Oriflame مطالبة أو

تشجيع شركاء العلامة التجارية الآخرين لـ **Oriflame** على شراء كميات غير معقولة من المخزون أو المساعدات. لا يجوز لشريك العلامة التجارية لـ **Oriflame** الاحتفاظ بمخزون أكبر مما يمكنه أن يتوقع استهلاكه بشكل معقول. لا يجوز لشركاء العلامة التجارية لـ **Oriflame** تقديم أنفسهم كموزعين معتمدين لـ **Oriflame**.

4.18 أوريفليم لا يجوز لشركاء العلامة التجارية استخدام شبكة أوريفليم للمواد التسويقية أو المنتجات أو المخططات التي لم يتم اعتمادها رسميًا من قبل أوريفليم والتي تتعارض مع سياسات وإجراءات أوريفليم.

4.19 أوريفليم لا يجوز لشركاء العلامة التجارية إغراء أو حث البائعين المباشرين لشركة أخرى بشكل منهجي.

4.20 أوريفليم لا يجوز لشركاء العلامة التجارية التقليل بشكل غير عادل من شأن منتجات شركة أخرى أو خطة المبيعات والتسويق الخاصة بها أو أي ميزة أخرى لشركة أخرى.

4.21 لا تربط شركاء العلامة التجارية أوريفليم أي علاقة عمل مع أوريفليم. عند عرض فرصة عمل أوريفليم على الآخرين، يجب على شركاء العلامة التجارية أوريفليم أن يوضحوا بوضوح الطابع المستقل لهذه الشركة وحقيقة عدم وجود أي علاقة عمل مع أوريفليم.

4.22 أوريفليم لا يملك شركاء العلامة التجارية أي سلطة لإلزام أو تحمل التزامات نيابة عن أوريفليم. ويتعين عليهم تعويض أوريفليم عن أي تكاليف أو أضرار ناجمة عن أي عدم امتثال لهذه القواعد.

4.23 أوريفليم لا يجوز لشريك العلامة التجارية تقديم طلبات باسم شريك علامة تجارية آخر لأوريفليم، دون الحصول على موافقة كتابية مسبقة من شريك العلامة التجارية لأوريفليم.

4.24 عند بناء مجموعتهم الشخصية، يجب على شركاء العلامة التجارية **Oriflame** التأكد من أن جميع شركاء العلامة التجارية الجدد لـ **Oriflame** سوف يتبعون شروط الائتمان، إذا تم تقديم الائتمان.

4.25 عند أن يصبح شريك العلامة التجارية أوريفليم راعيًا، فإنه يتعين عليه التأكد من أنه يقوم بتدريب وتحفيز شركاء العلامة التجارية أوريفليم الذين يرعاهم شخصيًا.

4.26 أوريفليم لا يجوز لشريك العلامة التجارية المشاركة في المقابلات المتعلقة بـ **Oriflame** أو الإشارة إليها مع أي وسيلة إعلامية، سواء عن طريق التلفزيون، أو الإنترنت، أو الراديو، أو المجلات وما إلى ذلك، ولا يجوز له استخدام أي وسيلة إعلانية (بما في ذلك الإعلانات الفيروسية مثل الرسائل القصيرة والإنترنت وما إلى ذلك) لأغراض تسويق أعمال **Oriflame** الخاصة به دون الحصول على موافقة كتابية مسبقة من **Oriflame**.

4.27 لا يجوز لشركاء العلامة التجارية أوريفليم المشاركة في حوارات وسائل التواصل الاجتماعي التي تقدم تمثيلًا غير صحيح أو معلومات مضللة حول أوريفليم أو منتجاتها أو خدماتها، أو قد تؤدي بشكل عام إلى فقدان سمعة أوريفليم.

5. قواعد وسياسات أخرى

5.1 لا توجد مناطق أو امتيازات حصرية متاحة بموجب سياسة أوريفليم. ولا يحق لأي شريك علامة أوريفليم التجارية منح أو بيع أو التنازل عن أو نقل مثل هذه المنطقة أو الامتياز. ويحق لكل شريك علامة أوريفليم التجارية ممارسة أعماله في أي منطقة من بلد التسجيل.

5.2 أوريفليم يجب على شريك العلامة التجارية أن يحترم حقيقة أن أوريفليم تعمل في أسواق معينة، وليس في جميع البلدان في جميع أنحاء العالم، مع مراعاة التزاماتها الصارمة فيما يتعلق بسلامة المنتج وتسجيل المنتج والاستيراد والقواعد الأخرى التي قد تنطبق على التجارة في البلدان المعنية. لا تتحمل أوريفليم أي مسؤولية عن أي ضرر أو نزاعات أو مطالبات تنشأ عن أو تتعلق بالأنشطة عبر الحدود التي يقوم بها شركاء العلامة التجارية لأوريفليم إلى بلدان خارج الأسواق التي تعمل فيها أوريفليم. وبالتالي، ستحمل أوريفليم شريك العلامة التجارية لأوريفليم المسؤولية الكاملة عن أي من هذه المطالبات.

5.3 يعتبر شريك العلامة التجارية لـ **Oriflame** مستقلاً عن **Oriflame**. واللقب الوحيد الذي يمكن استخدامه على بطاقات العمل أو المواد المطبوعة الأخرى أو في الاتصالات عبر البريد الإلكتروني هو "شريك العلامة التجارية المستقل" أو "شريك العلامة التجارية المستقل لـ **Oriflame**" وعند التأهل "مدير مستقل" و"مدير مستقل".

5.4 يمكن استخدام المواد الترويجية ومتجر مستحضرات التجميل الشخصية وأي تطبيقات ووسائل اجتماعية تقدمها أوريفليم على النحو المحدد دون الحصول على موافقة إضافية. ومن المفهوم أن شركاء العلامة التجارية أوريفليم لا يمكنهم تسجيل أو استضافة موقع ويب أو صفحة رئيسية باسم المجال الذي يتضمن كلمة "أوريفليم".

يمكن لشركاء العلامة التجارية أوريفليم توجيه الزيارات إلى المواقع الإلكترونية الرسمية لأوريفليم والمدونات والجدران وما شابه ذلك. تحتفظ أوريفليم بالحق في الموافقة المسبقة على المواد التي سيتم نشرها. يتم وصف سياسة التواجد عبر الإنترنت لشركاء العلامة التجارية أوريفليم بمزيد من التفصيل في سياسة شركاء العلامة التجارية عبر الإنترنت.

5.5 العلامات التجارية والشعارات والاسم الخاص بشركة **Oriflame** هي ملكية لشركة **Oriflame Cosmetics AG** ولا يجوز استخدامها من قبل لا يجوز استخدام العلامات التجارية والشعارات التجارية لـ **Oriflame** في المواد المطبوعة أو المنشورة على الإنترنت دون الحصول على موافقة كتابية مسبقة من **Oriflame**. وفي حالة الحصول على هذه الموافقة، يجب استخدام العلامات التجارية والشعارات تمامًا كما هو مذكور في إرشادات **Oriflame**.

5.6 لا يجوز لأوريفليم جواز لشريك العلامة التجارية إنتاج أو الحصول من أي مصدر آخر غير أوريفليم على أي عنصر يتم طباعة أو عرض العلامات التجارية أو الشعارات عليه، ما لم تتم الموافقة من قبل أوريفليم كتابيًا.

5.7 جميع المواد المطبوعة ومقاطع الفيديو والصور والتصميمات الخاصة بشركة أوريفليم محمية بموجب حقوق الطبع والنشر ولا يجوز لأي شخص إعادة إنتاجها كليًا أو جزئيًا، سواء في المواد المطبوعة أو المنشورة على الإنترنت، دون الحصول على موافقة كتابية مسبقة من أوريفليم. عند استخدام المواد المحمية بحقوق الطبع والنشر بشكل قانوني، فمن الضروري الإشارة إلى حقوق الطبع والنشر الخاصة بشركة أوريفليم بطريقة واضحة لا لبس فيها.

5.8 يقر شريك العلامة التجارية أوريفليم ويوافق على أن منتجات أوريفليم ليست مخصصة للعرض أو البيع في أي منفذ بيع بالتجزئة أو متجر على شبكة الإنترنت أو مزاد أو منصة أخرى عبر الإنترنت مثل إيباي أو ما شابه. لا يجوز بيع أو عرض أي مطبوعات أوريفليم في منافذ البيع بالتجزئة هذه. يجوز استخدام المؤسسات التي لا تعتبر منافذ بيع بالتجزئة من الناحية الفنية، مثل صالونات التجميل، كمواقع للعرض فقط.

5.9 إن محتويات مواقع أوريفليم الإلكترونية مثل النصوص والرسومات والصور والتصميمات والبرمجة محمية أيضًا بحقوق الطبع والنشر ولا يجوز استخدامها لأي استخدام تجاري دون الحصول على موافقة كتابية مسبقة من أوريفليم.

5.10 يُحظر تمامًا إرسال رسائل غير مرغوب فيها (إساءة استخدام أنظمة الرسائل الإلكترونية لإرسال رسائل جماعية غير مرغوب فيها بشكل عشوائي). يجب على شريك العلامة التجارية لـ Oriflame الحد من عدد رسائل البريد الإلكتروني الترويجية المرسلة إلى العملاء النهائيين بحيث لا يتلقى أي مستلم فردي أكثر من رسالة واحدة في الأسبوع. لا يمكن إرسال هذه الرسائل نيابة عن Oriflame وبالتالي تقع المسؤولية الكاملة عن محتوياتها على عاتق المرسل.

5.11 لا يجوز لأي شخص تحت أي ظرف من الظروف إعادة تعبئة أو تغيير عبوات أو ملصقات المنتجات بأي شكل من الأشكال. تُباع منتجات أوريفلیم في عبواتها الأصلية فقط.

5.12 لا تسبب منتجات أوريفلیم أي ضرر أو إصابة إذا تم استخدامها للغرض المقصود منها ووفقاً لـي التعليمات المقدمة. تقدم شركة أوريفلیم تأمين المسؤولية عن المنتجات على منتجاتها. يغطي التأمين الإصابة أو التلف في حالة استخدام منتج معيب، لكنه لا يغطي الاستخدام غير الدقيق أو غير الدقيق للمنتج.

5.13 تحتفظ أوريفلیم بالحق في خصم أي مبلغ في أي وقت والفواتير المتأخرة من أي خصم أداء أو مكافأة مستحقة الدفع إلى شريك العلامة التجارية أوريفلیم.

5.14 يحق لشركة أوريفلیم تغيير أسعارها ونطاقها بدون إشعار مسبق. لن تقدم أوريفلیم أداءً خصم أو مكافأة أو أي تعويض آخر عن أي خسائر تكبدتها بسبب تغييرات الأسعار أو تغييرات النطاق أو نفاذ المنتجات من المخزون.

5.15 في حالة الطلب عند إنهاء علاقة شريك العلامة التجارية مع أوريفلیم، توافق أوريفلیم على:

(أ) إعادة شراء المنتجات من الشريك التجاري. يجب استيفاء جميع الشروط التالية حتى تتمكن أوريفلیم من منحك استرداداً:

- يجب أن تتم الإرجاعات خلال 12 شهراً من تاريخ شراء، و
- سيتم استرداد 90% من السعر الصافي الأصلي المدفوع بعد خصم أي خصم أداء أو مكافأة أو جوائز نقدية يتم الدفع للشبكة، و
- يجب أن تكون العناصر التي تم إرجاعها قابلة للتسويق حالياً في مخزون Oriflame بما في ذلك أي منتجات Oriflame المواد الترويجية أو مساعدات المبيعات أو مجموعاتها.

لأغراض هذا البند (أ)، فإن مخزون Oriflame القابل للتسويق حالياً يعني أي منتجات:

- لم يتم استخدامها أو فتحها أو العبث بها بأي شكل من الأشكال؛ و
- لم يتجاوز تاريخ انتهاء الصلاحية؛ و
- لا تزال شركة أوريفلیم تسوقها في كتالوجاتها.

5.16 إذا كان شريك العلامة التجارية لأوريفلیم متورطاً بأي شكل من الأشكال، قانونياً أو غير ذلك، في أي نزاع أو نشاط قد يتضمن أو يؤثر سلباً على أوريفلیم أو سمعتها، فيجب على شريك العلامة التجارية لأوريفلیم إبلاغ أوريفلیم على الفور.

5.17 تحتفظ أوريفلیم بالحق في توسيع أو مراجعة خطة نجاح أوريفلیم، ومعايير التأهيل، أو القانون والقواعد مع سريان المفعول فوراً.

6. حقوق ومسؤوليات أعضاء مجلس الإدارة وأي مستويات أعلى

بالإضافة إلى القواعد العامة المذكورة أعلاه والتي تنطبق على الجميع بالنسبة لشركاء العلامة التجارية أوريفلیم، تنطبق القواعد التالية بشكل خاص على أعضاء مجلس الإدارة وما فوق. سيؤدي انتهاك أي من هذه القواعد الخاصة إلى فقدان فوري لوضع أعضاء مجلس الإدارة (وما فوق) وأي امتيازات أساسية - بما في ذلك أي مكافأة ذات صلة - وقد يؤدي حتى إلى إنهاء العضوية.

6.1 باعتبارك مديراً (وما فوق)، يجب عليك خدمة شركاء العلامة التجارية لمجموعتك الشخصية خلال كل فترة كتالوج من خلال:

- (أ) توظيف وتطوير موظفيك الشخصيين بشكل مستمر مجموعة.
- (ب) مساعدة وتوجيه وتحفيز أعضاء المجموعة الشخصية.
- (ج) عقد اجتماعات دورية للتدريب والتحفيز والإعداد للأهداف ومتابعتها.
- (د) تدريب فريقك التابع لأوريفلیم لشركاء العلامة التجارية لإدارة أعمالهم مع أوريفلیم على أفضل وجه.
- (هـ) الحفاظ على التواصل المتكرر، وإبلاغه عن مواعيد الاجتماعات والأماكن وأخبار المنتجات وجلسات التدريب وما إلى ذلك.
- (و) المشاركة في جميع الندوات واللقاءات التي تنظمها شركة أوريفلیم.
- (ج) تطبيق القانون والقواعد والقيادة من خلال مثال.
- (ح) حضور اجتماعات العمل مع أوريفلیم التي يتم استدعاؤك للحضور من قبل مدير المبيعات في منطقتك.

6.2 لا يجوز للمدير (وما فوق) القيام بما يلي:

(أ) تمثيل أو أن تكون عضواً في أو تروج لأي شركة أو منتج أو فرصة أخرى للبيع الاجتماعي أو البيع المباشر.

(ب) المشاركة في أي برنامج تسويق تابع أو الترويج له.

(ج) الترويج لمنتجات التجميل أو التغذية والعلامات التجارية لشركات أخرى.

6.3 إذا كان زوج المدير (وأي مستوى أعلى) هو إذا كان الزوج ممثلاً و/أو عضواً في أي شركة أخرى تعمل في مجال البيع الاجتماعي أو البيع المباشر، فلا يجوز له المشاركة في أي اجتماعات أو فعاليات تابعة لشركة أوريفلیم، ويجب أن تظل أنشطة الزوج منفصلة عن أوريفلیم. يجب على المديرين (وما فوقهم) إبلاغ أوريفلیم إذا كان الزوج ممثلاً و/أو عضواً في أي شركة أخرى تعمل في مجال البيع الاجتماعي أو البيع المباشر.

6.4 في حالة وفاة المدير (أو من هم أعلى منه)، يجوز أن يرث أقرب أقارب المدير (أو من هم أعلى منه) العضوية وفقاً لقانون البلد المعني. يجب تقديم مطالبة كتابية للحصول على العضوية في غضون 3 أشهر من تاريخ الوفاة. وفي حالة عدم وجود أي مطالبات من هذا القبيل، سيتم إنهاء العضوية. من أجل التوضيح، يجب أن يوافق المستفيد القانوني من العضوية على الشروط والأحكام الخاصة بكونه شريكاً للعلامة التجارية ويلتزم بها.

6.5 يجب على المدير (وما فوق) اتباع أي قواعد أو تعليمات إضافية يتم إبلاغها كتابياً من قبل أوريفلیم من وقت لآخر.

7. إجراءات التعامل مع الشكاوى

يجب توجيه أي شكوى تستند إلى انتهاكات لقواعد الأخلاقيات أو قواعد السلوك إلى منظمة مبيعات أوريفلیم المحلية و/أو المدير الإداري للشركة. شركة

اوريفليم العاملة في البلد المعني. هيئة معالجة الشكاوى في كل سوق من أسواق أوريفليم يرأسها المدير الإداري (مسؤول قانون أوريفليم) للشركة المحلية التابعة لأوريفليم.

سياسة الشراكة عبر الإنترنت لعلامة أوريفليم التجارية

(ب) شركاء العلامة التجارية المستقلة لمنتجات التجميل من أوريفليم.

تهدف هذه السياسة إلى توضيح كيفية قيام شركة Oriflame المستقلة بمكن لشركاء العلامة التجارية تحديد حضورهم على الإنترنت دون التدخل في أنشطة بناء العلامة التجارية لشركة Oriflame أو انتهاك القوانين والقواعد والاتفاقيات المتعلقة بحقوق النشر.

1. عام

تقدم أوريفليم منتجاتها توفر أوريفليم لشركاء العلامة التجارية إمكانية إنشاء متجر الجمال الشخصي الخاص بهم (PBS) بالإضافة إلى تزويدهم بأدوات أخرى للترويج لمنتجات أوريفليم وفرص العمل على الإنترنت.

تعد هذه التطبيقات اليوم الأدوات الرقمية الوحيدة المعتمدة التي يمكن لشركاء العلامة التجارية من خلالها الترويج لمنتجات أوريفليم بالإضافة إلى عرض الصور والشعارات التي تمتلك أوريفليم حقوقها. يُسمح أيضاً لشركاء العلامة التجارية باستضافة مواقع ويب يتواصلون من خلالها حول Oriflame ومنتجاتها وفرصها طالما أنه من الواضح أن هذه ليست مواقع Oriflame الرسمية. يجب أن يكون من الواضح دائماً من يقف وراء هذا الموقع ويجب أن تكون تفاصيل الاتصال ذات الصلة مرئية.

لا يجوز لشركاء العلامة التجارية الاقتباس من نصوص Oriflame إلا مع الإشارة بوضوح إلى المصدر.

لا يجوز لشركاء العلامة التجارية إنشاء مواقع للتجارة الإلكترونية التي يتم من خلالها بيع منتجات Oriflame، أو إجراء التجارة الإلكترونية خارج تطبيقات Oriflame المعتمدة.

لا يجوز لشركاء العلامة التجارية نشر أي معلومات أو مواد أخرى محمية بحقوق الطبع والنشر دون الحصول على إذن من مالك حقوق الطبع والنشر.

لا يجوز لشركاء العلامة التجارية استخدام العلامة التجارية أوريفليم لدعم أو الترويج للمواقف السياسية أو الأيديولوجيات الدينية. لا يجوز لشركاء العلامة التجارية نشر أي معلومات أو مواد فظة أو مهينة أو مبتذلة أو بذيئة أو مسيئة أو تهديدية أو عنصرية أو كراهية عرقية أو مسيئة أو غير قانونية بأي شكل من الأشكال. لا يجوز لشركاء العلامة التجارية الكشف عن المنتجات غير المعلنة، أو بيانات العملاء، أو أي معلومات سرية على الإطلاق.

2. اسم النطاق

لا يجوز لشركاء العلامة التجارية تسجيل أسماء النطاقات التي تحتوي على كلمة "oriflame". ولا يجوز لشريك العلامة التجارية تسجيل صفحة/مجموعة على وسائل التواصل الاجتماعي تحمل اسماً وصورة يمكن أن تضلل المستهلك للاعتقاد بأن الصفحة هي صفحة/مجموعة رسمية تابعة لـ Oriflame:

- وسائل التواصل الاجتماعي (على سبيل المثال الفيسبوك)، يجب أن يشير اسم الصفحة/المجموعة والصورة على Instagram بوضوح إلى أنها يتم تشغيلها بواسطة فرد، على سبيل المثال "فريق أنا أوريفليم" مع صورة أنا الخاصة.
- صفحة التواصل الاجتماعي أو اسم المجموعة لا يجوز تسميتها على سبيل المثال "أوريفليم كازابلانكا" مع صورة أوريفليم الرسمية مثل شعار أوريفليم وصور أوريفليم.

3. إخلاء المسؤولية

يجب على شركاء العلامة التجارية الذين يستضيفون مواقع الويب وحسابات الوسائط الاجتماعية الخاصة بهم ويذكرون أنهم جزء من Oriflame التأكد من نشر المعلومات بوضوح بأنهم: (أ) أوريفليم المستقلة لشركاء العلامة التجارية، أو

يجب نشر هذه المعلومات بوضوح على الصفحة الرئيسية و صفحة الملف الشخصي وكذلك بموجب إخلاء مسؤولية مرئي على جميع صفحات الموقع. يجب أن يكون الاسم ومعلومات الاتصال متاحة على الموقع أو في معلومات الحساب لصفحة الوسائط الاجتماعية.

لا يجوز لك تقديم نفسك كموزع معتمد لشركة أوريفليم.

إذا كان لدى شريك العلامة التجارية موقع ويب خاص دون الانتماء إلى Oriflame، وهذه السياسة بالطبع باطلة.

4. المحتوى والمراجع الخاصة بشركة أوريفليم

لا يجوز نسخ أي محتوى من موقع أوريفليم الرسمي ويتم نشرها تحت اسم الشريك التجاري. إذا قام الشريك التجاري بربط محتوى Oriflame الرسمي بموقعه الخاص من نطاق مملوك لشركة Oriflame، فيجب توضيح ذلك بوضوح.

5. الصور

لا يجوز لشركاء العلامة التجارية أخذ مواد صور ثابتة أو متحركة من موقع رسمي لشركة أوريفليم ونشرها على موقعهم الخاص. جميع مواد الصور محمية بحقوق الطبع والنشر، وقد حصلت أوريفليم على حقوق استخدامها. لا تمتد هذه الحقوق إلى شركاء العلامة التجارية.

- الصور المتحركة؛ ومقاطع الفيديو وما إلى ذلك: يمكن استخدامها من خلال وظيفة المشاركة إذا كانت متاحة. توفر وظيفة المشاركة مرجعاً تلقائياً إلى موقع المصدر.

- صور النماذج أو الأشخاص: يجوز استخدامها من خلال وظيفة المشاركة إذا كانت متاحة. توفر وظيفة المشاركة مرجعاً تلقائياً إلى موقع المصدر.

- صور منتجات أوريفليم: يمكن استخدامها مع بدون وظيفة المشاركة، طالما تم ذكر موقع المصدر بطريقة واضحة لا لبس فيها (على سبيل المثال: "المصدر: 2019www.oriflame.com").

سيتم نقل أي مطالبات موجهة إلى أوريفليم من طرف ثالث فيما يتعلق بإساءة استخدام الملكية الفكرية من قبل شريك العلامة التجارية إلى شريك العلامة التجارية.

6. شعار أوريفليم

لا يجوز لشركاء العلامة التجارية استخدام شعار أوريفليم.

7. مشاركة الوسائط الاجتماعية والتدوين

تشجع أوريفليم التواجد على المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي وما شابه ذلك. يتم تشجيع شركاء العلامة التجارية على التدوين وترك التعليقات حول منتجات أوريفليم حيث يرون ذلك مناسباً، ولكن يجب عليهم الالتزام بالقسم 3 من مدونة أخلاقيات أوريفليم فيما يتعلق بمطالبات المنتج. إلى أقصى حد ممكن، نوصي شريك العلامة التجارية باستخدام وظائف المشاركة التي توفرها أوريفليم لضمان عرض المعلومات ومصدرها بشكل صحيح.

8. تسويق محركات البحث

يجوز لشركاء العلامة التجارية إجراء تسويق عبر محركات البحث، مثل Google Adwords، إذا تم اتباع سياسة شركاء العلامة التجارية عبر الإنترنت الخاصة بشركة Oriflame. بالإضافة إلى ذلك:

- يجب أن يشير الإعلان بوضوح إلى أنه تم إنشاؤه بواسطة شريك مستقل للعلامة التجارية؛
- لا ينبغي أن يعطي العنوان انطباعاً بأنه إعلان رسمي أو معتمد بأي شكل من الأشكال من قبل شركة أوريفليم، و؛
- يُحظر استخدام كلمة "أوريفليم" أو أي مصطلحات مرتبطة بالعلامة التجارية، مثل "نوفادج" أو "إيكولاجين"، ككلمات رئيسية.
- يُحظر ربط منتجات أوريفليم مع علامات تجارية أخرى، على سبيل المثال – تسويق منتجاتنا مع أفون أو لوريال.

يرجى الأخذ بعين الاعتبار أن كل مشتري من خلال AdWords على سبيل المثال مسؤول عن أي انتهاك ضد أي مالك علامة تجارية أخرى.

9. رسوم التدريب

لا يجوز لشركاء العلامة التجارية تحصيل رسوم مقابل التدريبات والندوات عبر الإنترنت، باستثناء ما هو موصوف في المادة 4.15 من قواعد السلوك الخاصة بشركة أوريفليم.

10. إرسال رسائل غير مرغوب فيها

يُحظر تمامًا إرسال رسائل عشوائية بكميات كبيرة من الرسائل غير المرغوب فيها.

لمزيد من المعلومات العملية والأمثلة حول كيفية اتباع سياسة شريك العلامة التجارية أوريفليم عبر الإنترنت، يرجى الاطلاع على دليل شريك العلامة التجارية الرقمي، والذي يمكنك العثور عليه بعد تسجيل الدخول إلى موقع أوريفليم الإلكتروني.

يعتمد على الوقت والجهد الذي يرغب الشخص في بذله ومهاراته الشخصية.

- نجاحك وتجربتك الشخصية مع أوريفليم أو استخدام بيان نجاح شخص آخر غير صحيح أو مضلل.

- الكذب أو التضليل أو الخداع أو العدوانية أو التطفل أو عدم الاحترام.

- لا تتردد في إخبار جهة اتصالك إذا لم يكن لديك إجابة على سؤالهم أو لم تكن متأكدًا من الإجابة، قم بزيارة موقع Oriflame لتوضيح السؤال؛ ثم عد إليهم بالإجابة الصحيحة.

- استخدام البيانات الشخصية للعملاء أو غيرهم من عملاء أوريفليم بشكل غير صحيح أو بدون الحصول على الترخيص اللازم من شركاء العلامة التجارية/أو الأعضاء المحتملين في أوريفليم.

- استخدم المقارنات مع الشركات الأخرى التي لا تعتمد على حقائق لا يمكن التحقق منها.

- الإضرار بسمعة شركة أخرى بشكل غير عادل أو إغراء أو تحريض قوة المبيعات لشركة أخرى بشكل منهجي.

- حث شخص ما على شراء سلع بناءً على بيان مفاده أن الشخص يمكنه تخفيض سعر الشراء أو استرداده من خلال إحالة عملاء آخرين إليك لعمليات شراء مماثلة.

عند التعامل مع عميل/عضو محتمل في أوريفليم...

...يفعل

- تعريف عن نفسك وأوريفليم.
- اشرح غرض طلبك وأنواع المنتجات التي تمتلكها شركة أوريفليم.
- حاول الإجابة على جميع الأسئلة بطريقة عادلة وصادقة ومفهومة.
- لا تقدم سوى ادعاءات بشأن المنتجات المعتمدة من قبل شركة أوريفليم. أشر إلى جهة الاتصال الخاصة بك على موقع أوريفليم الإلكتروني حيث يمكنهم قراءة المزيد حول المنتجات والادعاءات.
- احترم الخصوصية والقيود الشخصية الأخرى التي قد يخضع لها الشخص (على سبيل المثال الوقت والمكان والعمر والحالة البدنية).
- توقف عن تقديم أي تفسير (و غادر) إذا طلب منك ذلك.
- لا تجمع و/أو تخزن البيانات الشخصية للعملاء أو العملاء المحتملين إلا عندما يكون ذلك مطلوبًا، وتأكد من التعامل مع هذه البيانات الشخصية وحمايتها وفقًا للقوانين المحلية المتعلقة بالخصوصية وحماية البيانات الشخصية.
- انضم إلى دورة التعلم الإلكتروني حول اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) للشركاء المستقلين لعلامة Oriflame التجارية للتعرف على كيفية جمع وتخزين البيانات الشخصية للعملاء المقيمين في الاتحاد الأوروبي.

عندما تقوم بتقديم منتجات أوريفليم:

- أبلغ و(أو) أحيّل جهة الاتصال الخاصة بك إلى موقع Oriflame الإلكتروني حيث يمكنه قراءة المزيد عن المنتجات والمطالبات وسعر المنتجات وشروط الدفع وتاريخ التسليم.
- إبلاغ العميل عن فترة الانسحاب لإلغاء الطلب خلال فترة زمنية محددة وكذلك الحق في الإرجاع والحصول على استرداد الأموال للمنتجات التي تم تسليمها والتي يمكن إعادة بيعها على أنها جديدة.
- إعلام العميل بضمانات منتجات أوريفليم وخدمة ما بعد البيع وإجراءات التعامل مع الشكاوى.

عند تقديم فرصة عمل للعملاء المحتملين لشركاء العلامة التجارية:

- أبلغهم أن المكاسب الفعلية تختلف من شخص لآخر وستعتمد على المهارات والوقت والجهد المبذول وعوامل أخرى.
- تزويدهم بالمعلومات الكافية لتمكينهم من إجراء تقييم معقول لفرصة كسب الدخل.

لا تتردد دائمًا في تذكير جهة الاتصال الخاصة بك بحقيقة أن أوريفليم هي شركة بيع اجتماعي مرموقة تركز على تطوير المنتجات المبتكرة بطريقة مستدامة. تقدم أوريفليم منتجات عالية الجودة والقدرة على بناء الأعمال التجارية. توفر فرصة العمل طريقة مستقلة وممتعة ومرنة لتحسين الوضع المالي للشخص مع تعزيز قدراته واحترامه لذاته.

لا...

- قم بتقديم نفسك كموزع معتمد لشركة أوريفليم.
- ادفع العميل إلى الشراء أو الانضمام - لا بأس إذا لم يفعلوا ذلك؛ فقد يعودون إليك إذا تركت انطباعًا بالاحترافية وعاملتهم بشكل عادل.
- المبالغة في مميزات المنتج - قم بعرض تجربتك في استخدام المنتج بشكل عادل وصادق؛ قم دائمًا بالإشارة إلى نشرة المنتج أو أي معلومات أخرى تقدمها الشركة.
- المبالغة في أي حقائق حول:
 - استخدامات ومميزات وخصائص منتجات أوريفليم.
 - فرص الدخل التي تقدمها أوريفليم من حيث الوقت وسهولة الوصول إلى المستويات، والمبالغ المتوقعة التي يتم ربحها في كل مستوى، والسهولة العامة واحتمالية النجاح. تذكر أن الأمر كله