Manuale di politica Oriflame

Codice etico e regole di condotta

**È importante leggere il Codice etico di Oriflame (il "Codice") e le Regole di condotta (le "Regole"), in quanto costituiscono parte integrante dei termini del modulo di adesione come Brand Partner.**

**Un Oriflame Brand Partner deve rispettare il Codice e il Regolamento e le relative modifiche pubblicate nella newsletter o comunicate in altro modo all'Oriflame Brand Partner. Oriflame si riserva il diritto di revocare in qualsiasi momento, e con effetto immediato, l'adesione di qualsiasi Oriflame Brand Partner che abbia fornito informazioni false sul modulo di iscrizione come Brand Partner o che stia violando il Codice o il Regolamento. I Brand Partner Oriflame che cessano l'adesione perdono tutti i diritti e i privilegi che accompagnano l'adesione, compresa la loro rete. Il Codice e il Regolamento sono a vostra tutela, per garantire che tutti i Brand Partner Oriflame mantengano gli stessi standard elevati. In linea con gli standard etici di Oriflame, i Brand Partner Oriflame sono tenuti a rispettare tutti i requisiti di legge del paese in cui operano, anche se alcuni obblighi non sono stati ribaditi nel Codice o nel Regolamento.**

Codice etico Oriflame

In qualità di Brand Partner Oriflame, mi impegno a condurre la mia attività Oriflame secondo i seguenti principi:

1. Rispetterò e seguirò le Regole come indicato in questo Manuale ufficiale di Politica Oriflame e in altri documenti Oriflame. Mi impegno a rispettare non solo "la lettera" ma anche "lo spirito" del Regolamento.
2. Il mio principio guida nel fare affari con chiunque incontri in qualità di Brand Partner Oriflame è quello di trattarlo con la stessa correttezza con cui vorrei essere trattato io stesso.
3. Presenterò i prodotti Oriflame, le opportunità di guadagno Oriflame, le relative formazioni e le altre opportunità e vantaggi offerti da Oriflame ai miei clienti e ai Brand Partner in modo onesto e veritiero. Sia a voce che per iscritto, farò solo le affermazioni relative al prodotto, ai guadagni e alle altre opportunità che sono menzionate nella letteratura ufficiale di Oriflame.
4. Sarò cortese e puntuale nell'assistenza e nell'inoltro degli ordini ai clienti (ove consentito), nonché nella gestione dei reclami. Seguirò le procedure descritte nella letteratura ufficiale Oriflame per la sostituzione dei prodotti.
5. Accetterò e svolgerò le diverse responsabilità prescritte per un Partner del marchio Oriflame (e quelle di uno Sponsor e di un Direttore (e oltre) quando passerò a tali livelli di responsabilità) come indicato nella Letteratura ufficiale Oriflame.
6. Mi comporterò in modo tale da riflettere solo i più alti standard di integrità, onestà e responsabilità.
7. Non utilizzerò in nessun caso la rete Oriflame per commercializzare prodotti o servizi diversi da quelli approvati da Oriflame. Rispetterò il metodo di distribuzione diretto al consumatore e quindi indirizzerò i clienti a Oriflame per ordinare i prodotti Oriflame.
8. Rispetterò le leggi e i regolamenti del Paese in cui svolgo la mia attività Oriflame e dei Paesi che mi ospitano se costruisco un gruppo internazionale.
9. Sono consapevole che il rispetto del Codice etico e delle regole di condotta di Oriflame è una condizione per la mia adesione a Oriflame.

Regole di condotta Oriflame

**1. Definizioni**

A. Ai fini del presente documento, per "Oriflame Brand Partner" si intende qualsiasi Oriflame Brand Partner

indipendentemente dalla qualifica e dal livello (compresi i Dirigenti, i Direttori e oltre).

B. Per "Personal Beauty Store" si intende un sito web progettato, pubblicato e ospitato da Oriflame a beneficio di un Oriflame Brand Partner in mercati selezionati.

C. "Oriflame" nel presente documento si riferisce all'entità locale di Oriflame con cui avete stipulato il contratto di Brand Partner.

Modulo di domanda, se non diversamente specificato.

D. La "Linea di sponsorizzazione" comprende il Brand Partner Oriflame, il suo Sponsor e così via, con la Linea di sponsorizzazione che termina con Oriflame.

E. Per "Gruppo Personale" si intendono tutti i Brand Partner Oriflame sponsorizzati direttamente e indirettamente da un Oriflame Brand Partner, ma non include i Brand Partner del 21% direttamente sponsorizzati o le loro downline.

F. Per "Gruppo" si intende l'intera downline, compresi gli Oriflame Brand Partner al 21% e le loro downline.

G. Per "Letteratura Oriflame" si intende il Piano di Successo (contenente il presente Manuale di Politica), i Cataloghi dei Prodotti,

La documentazione dello Starter Kit Oriflame, la Newsletter e qualsiasi altra informazione stampata o pubblicata sul sito ufficiale Oriflame.

H. Per "Sponsor" si intende un Partner del marchio che recluta altri Partner del marchio, li introduce nella consulenza Oriflame e li forma e li sostiene nel loro lavoro.

Le parole che iniziano con la lettera maiuscola, ma che non sono definite nel presente documento, avranno lo stesso significato che hanno nelle sezioni precedenti del Piano di Successo.

**2. L'adesione**

2.1 Per diventare un Oriflame Brand Partner un candidato deve, di norma, essere sponsorizzato da un Oriflame Brand Partner già registrato. In determinate circostanze, Oriflame può assegnare un potenziale Oriflame Brand Partner a qualsiasi rete.

2.2 Una persona può essere titolare di una sola iscrizione a Oriflame, diretta o indiretta. Per adesione indiretta si intende l'adesione attraverso, ad esempio, il possesso di azioni di una società registrata come Brand Partner Oriflame.

2.3 Oriflame si riserva il diritto di rifiutare qualsiasi domanda o ricandidatura.

2.4 Per diventare Brand Partner Oriflame, il candidato deve essere maggiorenne. Oriflame può, a sua esclusiva discrezione, approvare altri candidati previo consenso scritto dei tutori.

2.5 L'adesione può essere concessa solo a persone fisiche o a una società a responsabilità limitata o a una società di persone in cui le parti sono coniugi o genitori e figli in un processo di trasferimento di attività approvato da Oriflame. Una persona giuridica deve indicare il nome della persona autorizzata ad agire per suo conto, nonché le eventuali limitazioni della sua autorizzazione. I soci sono reciprocamente responsabili e Oriflame può rivalersi su uno o entrambi in caso di mancato pagamento.

2.6 Un Oriflame Brand Partner può recedere dall'adesione entro 30 giorni dall'adesione (o più a lungo se applicabile in base alla legislazione locale) e ricevere da Oriflame la restituzione di tutte le somme versate come condizione per l'adesione, nonché di tutti i materiali e prodotti di avviamento richiesti.

2.7 Un Brand Partner Oriflame può dimettersi in qualsiasi momento dopo 30 giorni dall'adesione dandone comunicazione scritta a Oriflame. In tal caso Oriflame non ha alcun obbligo di effettuare i rimborsi di cui al punto 2.6, ad eccezione delle quote versate dal Brand Partner per diventare o rimanere un Brand Partner e pagate da quest'ultimo a Oriflame nei 30 giorni precedenti la cessazione.

2.8 L'adesione di un Oriflame Brand Partner scade all'anniversario della registrazione.

2.9 L'iscrizione può essere rinnovata secondo le modalità previste dai rispettivi termini e condizioni.

2.10 Se il coniuge di un Oriflame Brand Partner desidera diventare un Oriflame Brand Partner, entrambi i coniugi devono essere sponsorizzati congiuntamente con la stessa iscrizione (sotto forma di società a responsabilità limitata o di partnership) o, se separatamente, sotto la moglie o il marito che è diventato per primo un Oriflame Brand Partner. Se il coniuge aderisce con un'iscrizione separata, qualsiasi premio in denaro guadagnato dal coniuge sarà dedotto da qualsiasi premio in denaro superiore guadagnato dal coniuge che ha aderito per primo, se tale premio in denaro è il risultato della cessazione dell'adesione del coniuge che ha aderito per secondo per qualsiasi motivo.

2.11 Gli ex partner del marchio Oriflame (o i coniugi di ex partner del marchio Oriflame) possono richiedere una nuova adesione alle seguenti condizioni:

a) Sono trascorsi almeno sei mesi dalla cessazione della precedente affiliazione per dimissioni (salvo diverso accordo con Oriflame).

b) La nuova domanda deve specificare che viene presentata ai sensi della presente norma.

c) Un ex-Partner del marchio Oriflame può richiedere immediatamente di diventare nuovamente un Partner del marchio, senza specificare che è stato un ex-Partner del marchio Oriflame, se ha almeno 12 mesi di inattività dopo la cessazione dell'adesione quando la cessazione è dovuta al mancato rinnovo dell'adesione.

2.12 Oriflame ha il diritto di porre fine a un Oriflame Brand Partner per qualsiasi violazione del Codice Etico e/o delle Regole di Condotta.

2.13 Oriflame si riserva il diritto di sospendere l'iscrizione di un Oriflame Brand Partner per un massimo di 12 mesi con effetto immediato, in attesa di indagini sulla violazione del Regolamento.

**3. Mantenere le linee di sponsorizzazione**

3.1 I Brand Partner Oriflame possono iscriversi nuovamente a un'altra linea di sponsorizzazione solo se rinunciano alla loro iscrizione e richiedono una nuova iscrizione ai sensi del punto 2.11. In caso di dimissioni, l'intero Gruppo viene perso e trasferito allo Sponsor originario.

3.2 Il trasferimento dell'iscrizione da una persona all'altra è possibile solo in casi particolari e a discrezione di Oriflame.

3.3 I Brand Partner Oriflame che desiderano trasferire la loro iscrizione possono farlo, ma solo ai loro parenti più stretti (a discrezione di Oriflame). La richiesta di trasferimento deve essere inviata per lettera a Oriflame. I Brand Partner Oriflame che hanno trasferito la propria iscrizione in base a questa regola possono richiedere nuovamente l'iscrizione se sono trascorsi almeno sei mesi dall'ultimo trasferimento dell'iscrizione.

3.4 In caso di decesso di un Oriflame Brand Partner, l'iscrizione si estingue entro tre mesi dal giorno del decesso, a condizione che il parente più prossimo non abbia presentato alcuna domanda di trasferimento dell'iscrizione ai sensi del punto 6.4. Al momento della cessazione, tutti i pagamenti in corso a favore dell'Oriflame Brand Partner deceduto saranno effettuati all'erede/agli eredi autorizzati dell'Oriflame Brand Partner. Oriflame si riserva il diritto di richiedere i documenti comprovanti l'autorizzazione dell'erede/dei parenti prossimi come condizione per il pagamento.

3.5 Non è consentito il trasferimento di un Gruppo o di parte di esso.

**4. Responsabilità di un Brand Partner**

***Responsabilità generali***

4.1 Gli Oriflame Brand Partner dovranno rispettare tutte le leggi, i regolamenti e i codici di condotta applicabili al funzionamento della loro associazione, comprese le leggi e i regolamenti fiscali in materia di registrazione e deposito delle imposte. Gli Oriflame Brand Partner non dovranno svolgere alcuna attività che possa gettare discredito su di loro o su Oriflame.

4.2 I Brand Partner Oriflame devono adottare misure adeguate per garantire la protezione di tutte le informazioni private fornite da un cliente, da un potenziale cliente, da un altro Brand Partner Oriflame, in conformità con le leggi locali che si applicano alla privacy e alla protezione dei dati.

***Responsabilità nei confronti dei clienti***

4.3 I Brand Partner Oriflame non devono utilizzare pratiche fuorvianti, ingannevoli o sleali.

4.4 Fin dall'inizio del contatto con un consumatore, l'Oriflame Brand Partner si identificherà e spiegherà lo scopo del suo avvicinamento a un cliente o lo scopo dell'occasione. L'Oriflame Brand Partner deve garantire la piena trasparenza della sua identità di Oriflame Brand Partner in ogni comunicazione relativa, sia essa via e-mail, sito web, pagina di social media, ecc. Devono essere indicati chiaramente il nome e le informazioni di contatto, nonché l'informazione che il mittente non è un rappresentante ufficiale di Oriflame. La parola "Indipendente" deve sempre essere aggiunta prima di "Oriflame Brand Partner" su qualsiasi rappresentazione dell'identità, come firme di e-mail, biglietti da visita, siti web, pagine di social media e simili. Gli Oriflame Brand Partner non potranno presentarsi come distributori autorizzati di Oriflame.

4.5 I Brand Partner Oriflame offriranno ai clienti spiegazioni e dimostrazioni accurate e complete dei prodotti per quanto riguarda il prezzo e, se del caso, le condizioni di credito; le condizioni di pagamento; il periodo di riflessione, comprese le politiche di restituzione e rimborso; la garanzia di soddisfazione Oriflame; le condizioni di garanzia; il servizio post-vendita e le date di consegna. I Brand Partner Oriflame dovranno fornire risposte accurate e comprensibili a tutte le domande dei clienti.

4.6 Nella misura in cui vengono fatte affermazioni sull'efficacia del prodotto, i Brand Partner Oriflame faranno solo le affermazioni verbali o scritte sul prodotto autorizzate da Oriflame.

4.7 I Brand Partner di Oriflame non utilizzeranno testimonianze o approvazioni non autorizzate, non veritiere, obsolete o altrimenti inapplicabili, non correlate all'offerta o utilizzate in modo tale da indurre in errore il cliente.

4.8 Gli Oriflame Brand Partner non devono utilizzare paragoni fuorvianti. I punti di confronto devono essere basati su fatti che possono essere comprovati. I partner del marchio Oriflame non devono denigrare ingiustamente altre aziende, attività o prodotti, direttamente o implicitamente. I Brand Partner Oriflame non devono trarre indebitamente vantaggio dall'avviamento legato al nome commerciale e al simbolo di un'altra società, azienda o prodotto.

4.9 Il partner del marchio Oriflame si metterà in contatto personalmente, per telefono o per via elettronica, in modo ragionevole e in orari ragionevoli per evitare di essere invadente. Il Partner del marchio Oriflame interromperà la comunicazione su richiesta del consumatore.

4.10 Le informazioni che il Brand Partner Oriflame fornisce al consumatore devono essere fornite in modo chiaro e comprensibile, nel rispetto dei principi di buona fede nelle transazioni commerciali e dei principi che regolano la protezione di coloro che non sono in grado, in base alla legislazione nazionale, di dare il proprio consenso, come i minori.

4.11 I Brand Partner Oriflame non abuseranno della fiducia dei singoli consumatori e rispetteranno la mancanza di esperienza commerciale dei consumatori e non sfrutteranno l'età, la malattia, l'infermità mentale o fisica, la credulità, la mancanza di comprensione o di conoscenza delle lingue di un consumatore.

4.12 I Brand Partner Oriflame non indurranno una persona ad acquistare prodotti sulla base della rappresentazione che il cliente può ridurre o recuperare il prezzo di acquisto riferendo a potenziali clienti il Brand Partner Oriflame per acquisti simili, se tali riduzioni o recuperi sono condizionati da qualche evento futuro.

***Responsabilità nei confronti degli altri partner del marchio Oriflame***

4.13 Gli Oriflame Brand Partner non devono rubare un candidato ad altri Oriflame Brand Partner, né interferire sollecitando gli Oriflame Brand Partner nella linea di sponsorizzazione di un altro Oriflame Brand Partner.

4.14 Un partner del marchio Oriflame non deve fornire informazioni errate sui guadagni effettivi o potenziali dei partner del marchio Oriflame. I dati relativi ai guadagni devono essere: (a) veritieri, accurati e presentati in modo non falso, ingannevole o fuorviante, e (b) basati su fatti documentati e comprovati nel mercato di riferimento. I potenziali partner del marchio Oriflame devono: (c) essere informati che i guadagni effettivi variano da persona a persona e dipendono dalle competenze, dal tempo e dall'impegno profuso e da altri fattori; (d) ricevere informazioni sufficienti per consentire una valutazione ragionevole dell'opportunità di guadagno.

4.15 Un Partner del marchio Oriflame non potrà addebitare ad altri Partner del marchio o a potenziali Partner del marchio spese per materiali o servizi non sviluppati/sanzionati da Oriflame, ad eccezione delle spese per coprire le spese direttamente connesse a formazioni o riunioni non obbligatorie condotte dal Partner del marchio Oriflame.

Qualsiasi materiale di marketing sviluppato dai Brand Partner deve essere coerente con le politiche e le procedure di Oriflame. I Brand Partner Oriflame che vendono materiale promozionale o formativo approvato e legalmente consentito ad altri Brand Partner Oriflame: (i) dovranno offrire solo materiali conformi agli stessi standard a cui si attiene Oriflame, (ii) non potranno imporre l'acquisto di tali materiali agli altri partner del marchio Oriflame, (iii) dovranno fornire ausili a un costo ragionevole ed equo, senza alcun profitto significativo per il partner del marchio Oriflame, equivalente a materiale simile disponibile in generale sul mercato, e (iv) dovranno offrire una politica di restituzione scritta che sia uguale alla politica di restituzione di Oriflame.

4.16 Gli Oriflame Brand Partner si metteranno in contatto con altri Oriflame Brand Partner solo in modo ragionevole e durante orari ragionevoli per evitare intrusioni.

4.17 Oriflame non impone ai propri Brand Partner condizioni di acquisto minimo, sia in termini di quantità che di valore. Allo stesso modo, un Oriflame Brand Partner non obbliga o costringe i suoi sponsor a ordinare quantità minime o a mantenere scorte di prodotti. Tutti gli Oriflame Brand Partner possono ordinare qualsiasi quantità direttamente da Oriflame, ma possono essere applicate spese di gestione e di corriere a seconda delle dimensioni dell'ordine. Spetta al giudizio del singolo Oriflame Brand Partner stabilire se tenere delle scorte, in base al consumo previsto. I partner del marchio Oriflame non richiederanno o incoraggeranno altri partner del marchio Oriflame ad acquistare quantità irragionevoli di scorte o ausili. Un partner del marchio Oriflame non deve tenere più scorte di quelle che può ragionevolmente prevedere di consumare. I partner del marchio Oriflame non si presenteranno come distributori autorizzati di Oriflame.

4.18 I Brand Partner Oriflame non possono utilizzare la rete Oriflame per materiali, prodotti o programmi di marketing che non siano ufficialmente approvati da Oriflame e che non siano conformi alle politiche e alle procedure di Oriflame.

4.19 I Brand Partner Oriflame non devono sistematicamente adescare o sollecitare venditori diretti di un'altra azienda.

4.20 Gli Oriflame Brand Partner non devono denigrare ingiustamente i prodotti di un'altra azienda, il suo piano di vendita e marketing o qualsiasi altra caratteristica di un'altra azienda.

4.21 Gli Oriflame Brand Partner non hanno alcun rapporto di lavoro con Oriflame. Nel presentare l'Opportunità Commerciale Oriflame ad altri, i Brand Partner Oriflame devono indicare chiaramente il carattere indipendente di questa attività e il fatto che non esiste alcun rapporto di lavoro con Oriflame.

4.22 I Brand Partner Oriflame non hanno il potere di vincolare o assumere obblighi per conto di Oriflame. Essi dovranno indennizzare Oriflame per qualsiasi costo o danno derivante dall'inosservanza del presente Regolamento.

4.23 Un Partner del marchio Oriflame non può effettuare ordini a nome di un altro Partner del marchio Oriflame, senza la preventiva approvazione scritta di quest'ultimo.

4.24 Nel costruire il proprio Gruppo Personale, i Brand Partner Oriflame dovranno garantire che tutti i nuovi Brand Partner Oriflame si attengano alle condizioni di credito, se il credito viene offerto.

4.25 Nel diventare Sponsor, l'Oriflame Brand Partner si impegna a formare e motivare gli Oriflame Brand Partner da lui personalmente sponsorizzati.

4.26 Una Brand Partner Oriflame non può essere coinvolta in interviste o fare riferimento a Oriflame con qualsiasi mezzo di comunicazione, sia esso televisione, internet, radio, riviste, ecc. né utilizzare alcun mezzo pubblicitario (compresa la pubblicità virale come SMS, internet, ecc.) ai fini del marketing della sua attività Oriflame senza il previo consenso scritto di Oriflame.

4.27 I Brand Partner Oriflame non saranno coinvolti in dialoghi sui social media che travisino o forniscano informazioni errate o fuorvianti su Oriflame, i suoi prodotti o servizi, o che possano in generale comportare una perdita di reputazione per Oriflame.

**5. Altre regole e politiche**

5.1. Non ci sono territori esclusivi o franchising disponibili nell'ambito della politica Oriflame. Nessun Oriflame Brand Partner ha l'autorità di concedere, vendere, assegnare o trasferire tale territorio o franchising. Ogni Oriflame Brand Partner è libero di condurre la propria attività in qualsiasi area del paese di registrazione.

5.2 L'Oriflame Brand Partner deve rispettare il fatto che Oriflame opera in determinati mercati, e non in tutti i paesi del mondo, osservando rigorosamente i propri obblighi in materia di sicurezza dei prodotti, registrazione dei prodotti, importazione e altre norme che possono essere applicate al commercio nei rispettivi paesi. Oriflame non si assume alcuna responsabilità per eventuali danni, controversie o reclami derivanti da o legati alle attività transfrontaliere condotte dai Brand Partner Oriflame in paesi al di fuori dei mercati in cui Oriflame opera. Pertanto Oriflame riterrà l'Oriflame Brand Partner pienamente responsabile di tali reclami.

5.3 Un Oriflame Brand Partner è indipendente da Oriflame. L'unico titolo che può essere utilizzato sui biglietti da visita, su altri materiali stampati o nelle comunicazioni via e-mail è "Independent Brand Partner" o "Independent Oriflame Brand Partner" e, se qualificato, "Independent Manager" e "Independent Director".

5.4 Il materiale promozionale, il Personal Beauty Store e le applicazioni sui social media forniti da Oriflame possono essere utilizzati come specificato senza ulteriori approvazioni. Resta inteso che i Brand Partner Oriflame non possono registrare o ospitare un sito web o una homepage con un nome di dominio che includa la parola "Oriflame".

I Brand Partner Oriflame possono indirizzare il traffico verso i siti web ufficiali Oriflame, i blog, i muri e simili. Oriflame si riserva il diritto di pre-approvare il materiale che verrà pubblicato. La politica per la presenza online dei Brand Partner Oriflame è ulteriormente descritta nella Politica online dei Brand Partner.

5.5 I marchi, i loghi e il nome Oriflame sono di proprietà di Oriflame Cosmetics A.G. e non possono essere utilizzati dal Brand Partner Oriflame, né in materiali stampati né pubblicati su Internet, senza il preventivo consenso scritto di Oriflame. Se si ottiene tale consenso, i marchi e i loghi devono essere utilizzati esattamente come indicato nelle linee guida di Oriflame.

5.6 Nessun Oriflame Brand Partner può produrre o procurare da una fonte diversa da Oriflame articoli sui quali siano stampati o visualizzati i marchi o i loghi, salvo approvazione scritta di Oriflame.

5.7 Tutto il materiale stampato, i video, le fotografie e il design di Oriflame sono protetti dal diritto d'autore e non possono essere riprodotti in tutto o in parte da nessuno, né in materiali stampati né pubblicati su Internet, senza la previa autorizzazione scritta di Oriflame. Quando si utilizza legittimamente materiale protetto da copyright, è obbligatorio fare riferimento al copyright di Oriflame in modo visibile e inequivocabile.

5.8 Il Brand Partner Oriflame riconosce e accetta che i prodotti Oriflame non sono destinati a essere mostrati, esposti o venduti in alcun punto vendita, negozio web, asta o altra piattaforma online come Ebay o simili. Nessuna Letteratura Oriflame può essere venduta o esposta in tali punti vendita. Gli stabilimenti che tecnicamente non sono punti vendita, come i saloni di bellezza, possono essere utilizzati solo come luoghi di esposizione.

5.9 I contenuti dei siti web Oriflame, quali testi, grafici, fotografie, disegni e programmi, sono anch'essi protetti dal diritto d'autore e non possono essere utilizzati a fini commerciali senza la previa autorizzazione scritta di Oriflame.

5.10 Lo spamming (l'abuso dei sistemi di messaggistica elettronica per inviare indiscriminatamente messaggi di massa non richiesti) è severamente vietato. Il Brand Partner Oriflame dovrà limitare il numero di e-mail promozionali inviate ai clienti finali in modo che ogni singolo destinatario non riceva più di un messaggio alla settimana. Questi messaggi non possono essere inviati a nome di Oriflame e pertanto la piena responsabilità dei contenuti ricade sul mittente.

5.11 Nessuno è autorizzato a riconfezionare o alterare in alcun modo l'imballaggio o l'etichettatura dei prodotti. I prodotti Oriflame sono venduti esclusivamente nella loro confezione originale.

5.12 I prodotti Oriflame non causano danni o lesioni se vengono utilizzati per lo scopo previsto e in conformità alle istruzioni fornite. Oriflame ha stipulato un'assicurazione di responsabilità civile sui propri prodotti. L'assicurazione copre le lesioni o i danni in caso di prodotto difettoso, ma non copre l'applicazione incauta o negligente o l'uso improprio di un prodotto.

5.13 Oriflame si riserva il diritto di detrarre, in qualsiasi momento, le fatture scadute da qualsiasi Sconto sulle prestazioni o Bonus dovuto al Brand Partner Oriflame.

5.14 Oriflame ha il diritto di modificare i prezzi e l'assortimento senza preavviso. Oriflame non concederà uno Sconto Performance , un Bonus o qualsiasi altro compenso per eventuali perdite subite a causa di variazioni di prezzo, variazioni di gamma o esaurimento dei prodotti.

5.15 Se richiesto alla cessazione del rapporto di un Brand Partner con Oriflame, Oriflame si impegna a:

(a) riacquistare i prodotti del Brand Partner. Affinché Oriflame conceda un rimborso, devono essere soddisfatte tutte le seguenti condizioni:

- le restituzioni devono essere effettuate entro 12 mesi dalla data di acquisto, e

- sarà rimborsato al 90% del prezzo netto originale pagato dopo la deduzione di qualsiasi sconto sulle prestazioni, bonus o premio in denaro pagato alla rete, e

- gli articoli restituiti devono essere inventari Oriflame attualmente commercializzabili, compresi i materiali promozionali, i supporti di vendita o i kit prodotti da Oriflame.

Ai fini della presente clausola (a), per inventario Oriflame attualmente commercializzabile si intende qualsiasi prodotto che:

- non sono stati utilizzati, aperti o manomessi in alcun modo; e

- non hanno superato la data di scadenza; e

- sono ancora commercializzati da Oriflame nei suoi cataloghi.

5.16 Se un Oriflame Brand Partner è in qualche modo coinvolto, legalmente o meno, in una controversia o in un'attività che possa coinvolgere o influenzare negativamente Oriflame o la sua reputazione, tale Oriflame Brand Partner deve informare immediatamente Oriflame.

5.17 Oriflame si riserva il diritto di ampliare o rivedere il Piano di successo Oriflame, i criteri di qualificazione o il Codice e il Regolamento con effetto immediato.

**6. Diritti e responsabilità degli Amministratori e degli eventuali livelli superiori**

Oltre alle regole generali di cui sopra che si applicano a tutti i Brand Partner Oriflame, le seguenti regole si applicano specificamente ai Direttori e ai membri di livello superiore. La violazione di una qualsiasi di queste regole speciali comporterà l'immediata perdita dello status di Direttore (e oltre) e di tutti i privilegi che ne derivano, compresa qualsiasi remunerazione correlata, e potrebbe persino comportare la cessazione dell'affiliazione.

6.1 In qualità di Direttore (e oltre), durante ogni Periodo di Catalogo, dovete prestare servizio ai vostri Partner personali del marchio di gruppo:

a) Reclutamento e sviluppo continuo del Gruppo personale.

b) assistere, guidare e motivare i membri del Gruppo personale.

c) Condurre riunioni periodiche per la formazione, la motivazione, la definizione degli obiettivi e il follow-up.

d) Formare gli Oriflame Brand Partner della vostra downline affinché possano condurre al meglio la loro attività Oriflame.

e) Mantenere una comunicazione frequente, informando sulle date delle riunioni, sulle sedi, sulle novità dei prodotti, sulle sessioni di formazione, ecc.

f) Partecipare a tutti i seminari e gli incontri organizzati da Oriflame.

g) far rispettare il Codice e le Regole e dare l'esempio.

h) Partecipare alle riunioni di lavoro con Oriflame a cui si è chiamati a partecipare dal proprio Area Sales Manager.

6.2 Un Direttore (e superiori) non può:

a) rappresentare, essere membro o promuovere qualsiasi altra società, prodotto o opportunità di social-selling o direct-selling.

b) partecipare o promuovere qualsiasi programma di marketing affiliato.

c) promuovere prodotti e marchi di bellezza o nutrizionali di altre aziende.

6.3 Se il coniuge di un Amministratore (e di qualsiasi livello superiore) è un rappresentante e/o un membro di un'altra società di vendita sociale o di vendita diretta, il coniuge non può partecipare alle riunioni e agli eventi di Oriflame e le attività del coniuge devono essere tenute separate da Oriflame. I Direttori (e i membri di livello superiore) devono informare Oriflame se il coniuge è un rappresentante e/o un membro di un'altra società di vendita sociale o di vendita diretta.

6.4 In caso di decesso di un Consigliere (o superiore), l'affiliazione può essere ereditata dal parente più prossimo del Consigliere (o superiore) in conformità con le leggi del paese in vigore. La richiesta scritta dell'affiliazione deve essere presentata entro 3 mesi dalla data del decesso. In assenza di tali richieste, l'iscrizione verrà annullata. Per chiarezza, il beneficiario legale dell'iscrizione deve accettare e rispettare i termini e le condizioni di adesione al marchio.

6.5 I Direttori (e i membri di livello superiore) devono attenersi a qualsiasi regola o istruzione supplementare comunicata per iscritto da Oriflame di volta in volta.

**7. Procedura di gestione dei reclami**

Qualsiasi reclamo basato su violazioni del Codice Etico o delle Regole di Condotta deve essere indirizzato all'organizzazione commerciale locale di Oriflame e/o all'Amministratore Delegato della società Oriflame operante nel paese in questione. L'organo di gestione dei reclami in ogni mercato Oriflame è costituito dall'Amministratore Delegato (Amministratore del Codice Oriflame) della società Oriflame locale.

Politica online dei partner del marchio Oriflame

Questa politica serve a chiarire come i Brand Partner indipendenti di Oriflame possano modellare la loro presenza su Internet senza interferire con le attività di brand building di Oriflame o violare leggi, regole e accordi relativi al copyright.

**1. Generale**

Oriflame offre ai suoi Brand Partner la possibilità di creare un proprio Personal Beauty Store (PBS) e fornisce loro altri strumenti per promuovere i prodotti e l'opportunità commerciale di Oriflame su Internet.

Queste applicazioni sono oggi gli unici strumenti digitali approvati in cui i Brand Partner possono promuovere i prodotti Oriflame e visualizzare immagini e logotipi di cui Oriflame è titolare dei diritti.

I Brand Partner possono anche ospitare siti web in cui comunicano su Oriflame, i suoi prodotti e le sue opportunità, purché sia chiaramente indicato che non si tratta di siti ufficiali di Oriflame.

In ogni momento deve essere chiaro chi c'è dietro il sito e devono essere visibili i relativi dati di contatto.

I Brand Partner possono citare i testi di Oriflame solo facendo chiaramente riferimento alla fonte.

I Brand Partner non possono creare siti di e-commerce in cui si vendono prodotti Oriflame, né condurre altre attività di e-commerce al di fuori delle applicazioni Oriflame approvate.

I Brand Partner non possono pubblicare informazioni o altro materiale protetto da copyright senza l'autorizzazione del proprietario del copyright.

I Brand Partner non possono mai utilizzare il marchio Oriflame per sostenere o promuovere posizioni politiche o ideologie religiose.

I Brand Partner non possono mai pubblicare informazioni o materiale scortese, offensivo, volgare, osceno, abusivo, blasfemo, minaccioso, razziale o etnico o comunque offensivo o illegale.

I Brand Partner non possono mai rivelare prodotti non annunciati, dati dei clienti o informazioni riservate di qualsiasi tipo.

**2. Nome del dominio**

I Brand Partner non possono registrare nomi di dominio contenenti la parola "oriflame". Il Brand Partner non potrà registrare una pagina/gruppo di social media con nome e immagine che possano indurre il consumatore a credere che la pagina sia una pagina/gruppo ufficiale di Oriflame:

-Il nome e l'immagine di una pagina/gruppo sui social media (ad esempio Facebook, Instagram) devono indicare chiaramente che è gestita da un individuo, ad esempio "Anna's Oriflame Team" con l'immagine di Anna stessa.

- Una pagina di social media, il nome di un gruppo non deve essere nominato

ad esempio "Oriflame Casablanca" con un'immagine ufficiale Oriflame, ad esempio il logo Oriflame, immagini Oriflame.

**3. Esclusione di responsabilità**

I Brand Partner che ospitano siti web e account di social media propri e che menzionano la loro appartenenza a Oriflame devono assicurarsi di pubblicare chiaramente le informazioni che li riguardano:

a) Partner indipendenti del marchio Oriflame, oppure

b) Partner indipendenti del marchio Oriflame Beauty.

Queste informazioni devono essere pubblicate in modo chiaro sulla pagina iniziale e sulla pagina del profilo, oltre che in un disclaimer visibile su tutte le pagine del sito web. Il nome e le informazioni di contatto devono essere disponibili sul sito web o nelle informazioni sull'account di una pagina di social media.

Non dovrete presentarvi come distributori autorizzati di Oriflame.

Se un Brand Partner ha un sito web privato senza affiliazione a Oriflame, questa politica è ovviamente nulla.

**4. Contenuti e riferimenti a Oriflame**

Non è consentito copiare contenuti dal sito ufficiale di Oriflame e pubblicarli con il nome del Brand Partner. Se un Brand Partner collega contenuti ufficiali di Oriflame al proprio sito da un dominio di proprietà di Oriflame, ciò deve essere chiaramente indicato.

**5. Immagini**

I Brand Partner non possono prendere materiale di immagini fisse o in movimento da un sito ufficiale Oriflame e pubblicarlo sul proprio sito. Tutto il materiale fotografico è protetto da copyright e Oriflame ne ha acquisito i diritti di utilizzo. Tali diritti non sono estesi ai Brand Partner.

 -Immagini in movimento , video, ecc: Può essere utilizzato attraverso

funzione di condivisione, se e quando disponibile. La funzione di condivisione fornisce un riferimento automatico al sito di origine.

-Immagini di modelli o persone: Possono essere utilizzate attraverso funzione di condivisione, se e quando disponibile. La funzione di condivisione fornisce un riferimento automatico al sito di origine.

-Immagini di prodotti Oriflame: Può essere utilizzato con i nostri senza funzione di condivisione, purché il sito di provenienza sia citato in modo visibile e inequivocabile (ad esempio: "fonte: [www.oriflame.com](http://www.oriflame.com/) 2019").

Qualsiasi reclamo rivolto a Oriflame da parte di terzi in merito all'uso improprio della proprietà intellettuale da parte di un Partner del marchio sarà trasferito al Partner del marchio.

**6. Il logo Oriflame**

I Brand Partner non sono autorizzati a utilizzare il logo Oriflame.

**7. Condivisione sui social media e blogging**

Oriflame incoraggia la presenza su blog, siti di social network e simili. I Brand Partner sono incoraggiati a scrivere sui blog e a lasciare commenti sui prodotti Oriflame laddove lo ritengano opportuno, ma devono attenersi alla sezione 3 del Codice Etico Oriflame relativa alle affermazioni sui prodotti. Per quanto possibile, raccomandiamo ai Brand Partner di utilizzare le funzioni di condivisione messe a disposizione da Oriflame per garantire la corretta visualizzazione e le informazioni sulla fonte.

**8. Marketing sui motori di ricerca**

I Brand Partner possono condurre attività di marketing sui motori di ricerca, come Google Adwords, se viene rispettata la Politica online dei Brand Partner Oriflame. Inoltre:

* L'annuncio deve indicare chiaramente che è stato creato da un Independent Brand Partner;
* L'intestazione non deve dare l'impressione che si tratti di un annuncio ufficiale o in qualche modo appoggiato da Oriflame;
* È vietato l'uso di "Oriflame" o di termini legati al marchio, come "NovAge" o "Ecollagen", come parole chiave.
* È vietato abbinare i prodotti Oriflame ad altri marchi, ad esempio commercializzare i nostri prodotti con Avon o L'Oréal.

Si prega di considerare che ogni acquirente di Adwords è responsabile di qualsiasi violazione nei confronti di altri proprietari di marchi.

**9. Spese di formazione**

I Brand Partner non sono autorizzati ad addebitare costi per corsi di formazione online e webinar, ad eccezione di quanto descritto al punto 4.15 delle Regole di Condotta Oriflame.

**10. Spamming**

Lo spamming - l'invio indiscriminato di messaggi di massa non richiesti - è severamente vietato.

Per ulteriori informazioni pratiche ed esempi su come seguire la Politica online del Brand Partner Oriflame, consultare il Manuale digitale del Brand Partner, disponibile dopo aver effettuato l'accesso al sito web Oriflame.

**QUANDO CI SI AVVICINA A UN CLIENTE O A UN POTENZIALE MEMBRO DI ORIFLAME...**

...**fare**

* Identificare se stessi e Oriflame.
* spiegare lo scopo della vostra sollecitazione e i tipi di prodotti Oriflame.
* Cercate di rispondere a tutte le domande in modo corretto, sincero e comprensibile.
* Fate solo affermazioni sui prodotti autorizzate da Oriflame. Rimandate i vostri contatti al sito web di Oriflame, dove potranno leggere ulteriori informazioni sui prodotti e sulle affermazioni.
* Rispettare la privacy e le altre limitazioni personali a cui la persona può essere sottoposta (ad es. tempo, luogo, età, condizioni fisiche).
* Interrompete qualsiasi spiegazione (e andatevene) se vi viene chiesto di farlo.
* Raccogliere e/o memorizzare i dati personali di clienti o potenziali clienti solo quando è necessario e assicurarsi di gestire e proteggere tali dati personali in conformità alle leggi locali sulla privacy e sulla protezione dei dati personali.
* Seguite l'e-learning sul GDPR (General Data Protection Regulation) per i Brand Partner indipendenti Oriflame per imparare a raccogliere e conservare i dati personali dei clienti residenti nell'UE.

**Ogni volta che presentate i prodotti Oriflame:**

* Informare e (o) rimandare il vostro contatto al sito web di Oriflame, dove potrà leggere ulteriori informazioni sui prodotti e sulle dichiarazioni, sul prezzo dei prodotti, sulle condizioni di pagamento e sulla data di consegna.
* Informare il cliente sul periodo di recesso per annullare un ordine entro un determinato periodo di tempo e sul diritto di restituire e ottenere un rimborso per i prodotti consegnati che sono rivendibili come nuovi.
* Informare il cliente sulle garanzie dei prodotti, sul servizio post-vendita e sulle procedure di gestione dei reclami di Oriflame.

**Quando si presenta un'opportunità commerciale a potenziali partner del marchio:**

* Informateli che i guadagni effettivi variano da persona a persona e dipendono dalle competenze, dal tempo e dall'impegno e da altri fattori.
* Fornire loro informazioni sufficienti a consentire una valutazione ragionevole dell'opportunità di guadagno.

Non esitate a ricordare ai vostri contatti che Oriflame è un'azienda di vendita sociale rinomata che si concentra sullo sviluppo di prodotti innovativi in modo sostenibile. Oriflame offre prodotti di qualità e la possibilità di creare un'impresa. L'opportunità imprenditoriale offre un modo indipendente, divertente e flessibile di migliorare la propria posizione finanziaria, accrescendo al contempo le proprie capacità e la propria autostima.

**...non**

* Presentarsi come distributore autorizzato di Oriflame.
* Spingete il cliente ad acquistare o ad aderire - non importa se non lo fa; potrebbe comunque tornare da voi se avete dato un'impressione di professionalità e lo avete trattato in modo equo.
* Esagerare le caratteristiche del prodotto - presentare in modo corretto e onesto la propria esperienza di utilizzo di un prodotto; fare sempre riferimento al foglietto illustrativo del prodotto o ad altre informazioni fornite dall'azienda.
* Esagerare con i fatti:
	+ L'uso, le caratteristiche e le peculiarità dei prodotti Oriflame.
	+ L'opportunità di guadagno che Oriflame offre in termini di tempo e facilità di raggiungimento dei livelli, di importi previsti per ogni livello e di facilità e probabilità di successo in generale. Ricordiamo che tutto dipende dal tempo e dall'impegno che si è disposti a dedicare e dalle capacità personali di ciascuno.
	+ Il vostro successo e la vostra esperienza con Oriflame o utilizzare le dichiarazioni di successo di qualcun altro che non sono vere o che sono fuorvianti.
* Mentire, fuorviare o ingannare o essere aggressivi, invadenti o irrispettosi.
* Se non avete o non siete sicuri della risposta alla loro domanda, visitate il sito web di Oriflame per chiarire la questione e poi tornate da loro con una risposta corretta.
* Utilizzare in modo improprio o senza l'autorizzazione richiesta i dati personali dei clienti, degli altri Brand Partner Oriflame e/o dei potenziali membri di Oriflame**.**
* Utilizzare confronti con altre aziende non basati su fatti non verificabili.
* danneggiare ingiustamente la reputazione di un'altra azienda o adescare o sollecitare sistematicamente la forza vendita di un'altra azienda.
* Indurre una persona ad acquistare beni sulla base di un'affermazione che la persona può ridurre o recuperare il prezzo d'acquisto riferendo ad altri clienti per acquisti simili**.**