

Oriflame policymanual

Etiska kod och uppföranderegler

Det är viktigt att du läser Oriflames etiska kod ("koden") och uppföranderegler ("reglerna"), eftersom de utgör en integrerad del av villkoren i ansökningsformuläret för Brand Partner.

En Oriflame Brand Partner måste följa koden och reglerna och eventuella ändringar av dem som har publicerats i nyhetsbrevet eller på annat sätt kommunicerats till Oriflame Brand Partner. Oriflame förbehåller sig rätten att när som helst och med omedelbar verkan avsluta medlemskapet för en Oriflame Brand Partner som har lämnat falsk information på ansökningsformuläret för Brand Partner eller som bryter mot koden eller reglerna. Uppsagda Oriflame Brand Partners förlorar alla rättigheter och privilegier som följer med medlemskapet, inklusive deras nätverk. Koden och reglerna är till för ditt skydd, för att säkerställa att alla Oriflame Brand Partners upprätthåller samma höga standard. I linje med Oriflames etiska normer förväntas Oriflames Brand Partners följa och ska följa alla rättsliga krav det land där de bedriver sin Oriflame-verksamhet, även om vissa skyldigheter inte omformuleras i koden eller reglerna.

Oriflames etiska kod

Som Oriflame Brand Partner samtycker jag till att bedriva min Oriflame-verksamhet enligt följande principer:

1. Jag kommer att upprätthålla och följa de regler som anges i denna officiella Oriflame policymanual och annan Oriflame-litteratur. Jag kommer inte bara att följa reglerna "bokstavligen" utan även deras "anda".
2. Min vägledande princip för att göra affärer med alla jag möter i min egenskap av Oriflame Brand Partner är att behandla dem lika rättvist som jag själv skulle vilja bli behandlad.
3. Jag ska presentera Oriflames produkter, Oriflames intjäningsmöjligheter, relaterade utbildningar och andra möjligheter och förmåner som Oriflame erbjuder mina kunder och Brand Partners på ett ärligt och sanningsenligt sätt. Oavsett om det är muntligt eller skriftligt kommer jag endast att göra sådana påståenden om produkten, förtjänsten och de andra möjligheterna som nämns i den officiella Oriflame-litteraturen.
4. Jag ska vara tillmötesgående och snabb vid service och beställningar åt kunderna (där så är tillåtet) samt vid hantering av klagomål. Jag kommer att följa de förfaranden som beskrivs i den officiella Oriflame-litteraturen för ersättning av produkter.
5. Jag kommer att acceptera och utföra de olika föreskrivna ansvarsområdena för en Oriflame Brand Partner (och för en Sponsor och Director (och högre) när jag går vidare till dessa ansvarsnivåer) enligt vad som anges i den officiella Oriflame-litteraturen.
6. Jag kommer att uppträda på ett sådant sätt att jag endast återspeglar de högsta normerna för integritet, ärlighet och ansvar.
7. Jag får inte under några omständigheter använda Oriflames nätverk för att marknadsföra andra produkter eller tjänster än de som godkänts av Oriflame. Jag ska respektera distributionsmetoden direkt till konsument och ska därför hänvisa kunder till Oriflame för beställning av Oriflame-produkter.
8. Jag kommer att respektera lagar och förordningar i det land där jag bedriver min Oriflame-verksamhet och i mina värdländer om jag bygger en internationell grupp.
9. Jag förstår att efterlevnad av Oriflames etiska kod och uppföranderegler är ett villkor för mitt medlemskap i Oriflame.

Oriflames uppföranderegler

1. Definitioner

A. "Oriflame Brand Partner" skall i detta dokument innefatta varje Oriflames Brand Partner oberoende av titel och nivå (inklusive Managers, Directors och högre).

B. "Personal Beauty Store" ska avse en webbplats som utformats, utfärdats och hostas av Oriflame till förmån för en Oriflame Brand Partner på utvalda marknader.

C. "Oriflame" i detta dokument avser den lokala Oriflame-enheten med vilken du ingick Brand Partner-avtalet. Ansökningsformulär, om inte annat anges.

D. "Sponsringslinje" ska omfatta Oriflames Brand Partner, dennes Sponsor och så vidare, med linjen och slutar med Oriflame.

E. "Personlig grupp" avser alla Oriflame Brand Partners som sponsras direkt och indirekt av en Oriflame Brand Partner.

Brand Partner, men ska inte inkludera de direkt sponsrade 25% Brand Partners eller deras downlines.

F. "Grupp" avser hela downlinen, inklusive 25% Oriflame Brand Partners och deras downlines.

G. "Oriflame-litteraturen" avser Success Planen (som innehåller denna policyhandbok), produktkatalogerna, Oriflame Starter Kit-material, nyhetsbrevet och all annan information som trycks eller publiceras på Oriflames officiella webbplats.

H. "Sponsor" avser en Brand Partner som rekryterar andra Brand Partners, introducerar dem till Oriflames konsultverksamhet samt utbildar och stödjer dem i deras arbete.

Ord som inleds med en versal men som inte definieras häri ska ha samma betydelse som i de föregående avsnitten i Success Plan.

2. Medlemskap

2.1 För att bli en Oriflame Brand Partner ska en kandidat som en allmän regel sponsras av en befintlig registrerad Oriflame Brand Partner. Under vissa omständigheter kan Oriflame tilldela en blivande Oriflame Brand Partner till vilket nätverk som helst.

2.2 En person kan endast ha ett Oriflame-medlemskap, antingen direkt eller indirekt. Indirekt medlemskap är medlemskap genom t.ex. ägande av aktier i ett företag som är registrerat som en Oriflame Brand Partner.

2.3 Oriflame förbehåller sig rätten att avslå varje ansökan eller återansökan.

2.4 En ansökande måste vara myndig för att bli Oriflames Brand Partner. Oriflame kan efter eget gottfinnande godkänna andra sökande med förbehåll för vårdnadshavarens/vårdnadshavarnas skriftliga medgivande.

2.5 Medlemskap kan endast beviljas till enskilda personer eller till ett aktiebolag eller handelsbolag där parterna är makar eller föräldrar och barn i en av Oriflame godkänd överlåtelseprocess. En juridisk person måste namnet på den person som är behörig att agera för dess räkning, samt eventuella begränsningar i hans/hennes behörighet. Partners är ömsesidigt ansvariga och Oriflame kan återkräva alla avgifter från endera eller båda i händelse av utebliven betalning.

2.6 En Oriflame Brand Partner kan frånträda sitt medlemskap inom 30 dagar efter anslutningen (eller längre om det är tillämpligt enligt lokal lagstiftning) och få tillbaka alla pengar som betalats som villkor för medlemskapet samt allt startmaterial och alla startprodukter från Oriflame

2.7 En Brand Partner till Oriflame kan säga upp sitt medlemskap när som helst efter 30 dagar från anslutningen genom att lämna skriftligt meddelande till Oriflame. I sådana fall är Oriflame inte skyldigt att göra någon av de återbetalningar som nämns i 2.6 ovan, förutom eventuella nödvändiga avgifter som betalats för att bli eller förbli en Brand Partner av Brand Partnern som betalats av Brand Partnern till Oriflame under de 30 dagar som föregår uppsägningen.

2.8 En Oriflame Brand Partners medlemskap upphör att gälla på årsdagen av registreringen.

2.9 Medlemskapet kan förnyas i enlighet med vad som anges i respektive villkor.

2.10 Om en Oriflame Brand Partners make/maka önskar bli Oriflame Brand Partner måste båda makarna antingen sponsras gemensamt under samma medlemskap (i form av ett aktiebolag eller partnerskap) eller separat under den hustru eller make som först blev Oriflame Brand Partner. Om maken ansluter sig under ett separat medlemskap kommer alla cash awards som maken tjänar att dras av från eventuella högre cash awards som tjänas av den make som anslöt sig först - om en sådan cash award är ett resultat av att medlemskapet för den make som ansluter sig senare upphör av någon anledning.

2.11 Tidigare Oriflame Brand Partners (eller makar till tidigare Oriflame Brand Partners) kan ansöka om nytt medlemskap på följande villkor:

a) Minst sex månader har förflutit sedan det tidigare medlemskapet avslutades genom uppsägning (om inte annat överenskommit med Oriflame).

b) I den nya ansökan måste det anges att den görs enligt denna regel.

c) En tidigare Oriflame Brand Partner kan omedelbart ansöka om att bli Brand Partner igen, utan att ange att han/hon var en tidigare Oriflame Brand Partner, om han/hon har minst 12 månaders inaktivitet efter en uppsägning av medlemskapet när uppsägningen beror på underlåtenhet att förnya medlemskapet.

2.12 Oriflame har rätt att säga upp en Oriflame Brand Partner om denne bryter mot den etiska koden och/eller uppförandereglerna.

2.13 Oriflame förbehåller sig rätten att stänga av en Oriflame Brand Partners medlemskap i upp till 12 månader med omedelbar verkan, i avvaktan på utredning av brott mot reglerna.

3. Upprätthållande av sponsringslinjer

3.1 Oriflames Brand Partners får endast registrera sig på nytt under en annan sponsringslinje om de säger upp sitt

medlemskap och ansöker om nytt medlemskap enligt 2.11. Om de säger upp sitt medlemskap går hela deras grupp förlorad och överförs till deras ursprungliga Sponsor.

3.2 Överföring av medlemskap från en person till en annan är endast möjligt i särskilda fall och efter Oriflames eget gottfinnande.

3.3 Oriflame Brand Partners som önskar överlåta sitt medlemskap kan tillåtas göra detta, men endast till sina närmaste släktingar (efter Oriflames gottfinnande). Ett brev med begäran om sådan överföring måste skickas till Oriflame. Oriflame Brand Partners som har överlåtit sitt medlemskap enligt denna regel kan ansöka om medlemskap igen om minst sex månader har förflutit sedan deras senaste medlemskap överläts.

3.4 Om en Oriflame Brand Partner avlider kommer medlemskapet att avslutas inom tre månader efter dödsdagen, förutsatt att ingen ansökan om överföring av medlemskapet görs av de närmast anhöriga i enlighet med 6.4. Vid uppsägning kommer alla utestående betalningar till den avlidne Oriflame Brand Partner att göras till Oriflame Brand Partners auktoriserade arvinge/-ar. Oriflame förbehåller sig rätten att begära dokument som styrker arvingens/-arnas behörighet som ett villkor för betalningen.

3.5 Överlåtelse av en Grupp eller del av en Grupp är inte tillåten.

4. En Brand Partners ansvarsområden

Allmänt ansvar

4.1 Oriflames Brand Partner ska följa alla lagar, bestämmelser och uppförandekoder som gäller för driften av deras medlemskap, inklusive eventuella skattelagar och bestämmelser om skatteregistrering och inlämning. Oriflames Brand Partner får inte delta i någon aktivitet som kan ge dem eller Oriflame dåligt rykte.

4.2 Oriflames Brand Partner måste vidta lämpliga åtgärder för att säkerställa skyddet av all privat information som tillhandahålls av en kund, en potentiell kund, en annan Oriflame-Brand Partner, i enlighet med de lokala lagar som gäller för integritet och dataskydd.

Ansvar gentemot kunder

4.3 Oriflames Brand Partners får inte använda vilseledande, bedrägliga eller orättvisa metoder.

4.4 Från början av kontakten med en konsument ska Oriflames Brand Partner identifiera sig själv och förklara syftet med att han/hon närmar sig en kund eller syftet med tillfället. Oriflame Brand Partner ska säkerställa full transparens av sin identitet som Oriflame Brand Partner i all relaterad kommunikation, oavsett om det är via e-post, en webbplats, en sida på sociala medier etc. Tydlig namn- och kontaktinformation samt information om att avsändaren inte är en officiell representant för Oriflame måste tillhandahållas. Ordet "Oberoende" ska alltid läggas till före "Oriflame Brand Partner" på alla identitetsrepresentationer såsom e-postsignaturer, visitkort, på webbplatsen, sidan för sociala medier och liknande. Oriflame Brand Partners får inte presentera sig själva som auktoriserade distributörer av Oriflame.

4.5 Oriflames Brand Partners ska erbjuda kunderna korrekta och fullständiga produktförklaringar och demonstrationer avseende pris och, i förekommande fall, kreditvillkor, betalningsvillkor, ångerfrist, inklusive retur- och återbetalningspolicy, Oriflames nöjdhetsgaranti, garantivillkor, eftermarknadsservice och leveransdatum. Oriflames Brand Partner ska ge korrekta och begripliga svar på alla frågor från kunder.

4.6 I den mån påståenden görs om produkters effektivitet får Oriflames Brand Partner endast göra sådana muntliga eller skriftliga produktpåståenden som godkänts av Oriflame.

4.7 Oriflames Brand Partner får inte använda någon rekommendation eller något stöd som är obehörigt, osant, föråldrat eller på annat sätt olämpligt, som inte är relaterat till erbjudandet eller som används på något sätt som sannolikt kan vilseleda kunden.

4.8 Oriflame Brand Partners får inte använda jämförelser som är vilseledande. Jämförelsepunkter ska baseras på fakta som kan styrkas. Oriflame Brand Partners får inte på ett orättvist sätt nedvärdera något annat företag, verksamhet eller produkt, direkt eller underförstått. Oriflame Brand Partners får inte dra otillbörlig fördel av den goodwill som är knuten till ett annat företags, en annan verksamhets eller en annan produkts handelsnamn och symbol.

4.9 Oriflames Brand Partner ska ta personlig, telefonisk eller elektronisk kontakt på ett rimligt sätt och under rimliga tider för att undvika påträngande. Oriflames Brand Partner ska avbryta kommunikationen på konsumentens begäran.

4.10 Den information som Oriflames Brand Partner ger till konsumenten ska tillhandahållas på ett tydligt och begripligt sätt med vederbörlig hänsyn till principerna om god tro i kommersiella transaktioner och principerna om skydd av dem som enligt nationell lagstiftning inte kan ge sitt samtycke, såsom minderåriga.

4.11 Oriflame Brand Partners får inte missbruka enskilda konsumenters förtroende och ska respektera konsumenters brist på kommersiell erfarenhet och får inte utnyttja en konsumenters ålder, sjukdom, mentala eller fysiska svaghet, godtrogenhet, brist på förståelse eller brist på språkkunskaper.

4.12 Oriflames Brand Partner får inte förmå en person att köpa produkter baserat på påståendet att kunden kan reducera eller återfå inköpspriset genom att hänvisa potentiella kunder till Oriflame Brand Partner för liknande inköp, om sådana reduktioner

eller återvinning är beroende av någon framtida händelse.

Ansvar gentemot andra Oriflame Brand Partners

4.13 Oriflame Brand Partners får inte stjäla en ansökande från andra Oriflame Brand Partners eller ingripa genom att uppmana Oriflame Brand Partners att sponsra en annan Oriflame Brand Partner.

4.14 En Oriflame Brand Partner får inte ge en felaktig bild av Oriflame Brand Partners faktiska eller potentiella intäkter. Alla uppgifter om intäkter måste vara: (a) sanningsenliga, korrekta och presenterade på ett sätt som inte är falskt, bedrägligt eller vilseledande, och (b) baserade på dokumenterade och underbyggda fakta på den relevanta marknaden. Potentiella Oriflame Brand Partners måste: (c) informeras om att den faktiska inkomsten varierar från person till person och beror på färdigheter, tid och ansträngning och andra faktorer, och (d) förses med tillräcklig information för att möjliggöra en rimlig utvärdering av möjligheten att tjäna pengar.

4.15 En Oriflame Brand Partner får inte ta ut avgifter av andra Brand Partners eller blivande Brand Partners för material eller tjänster som inte är utvecklade/sanktionerade av Oriflame, förutom avgifter för att täcka utgifter som är direkt relaterade till icke-obligatorisk utbildning eller möten som Oriflame Brand Partner genomför.

Allt marknadsföringsmaterial som utvecklas av Brand Partners måste vara förenligt med Oriflames policyer och förfaranden. Oriflame Brand Partners som säljer godkänt, lagligt tillåtet marknadsförings- eller utbildningsmaterial till andra Oriflame Brand Partners: (i) ska endast erbjuda material som uppfyller samma standarder som Oriflame följer, (ii) får inte göra inköp av sådant material till ett krav för andra Oriflame Brand Partners, (iii) tillhandahålla hjälpmedel till en rimlig och rättvis kostnad, utan någon betydande vinst för Oriflame Brand Partners, som motsvarar liknande material som är allmänt tillgängligt på marknaden, och (iv) erbjuda en skriftlig returpolicy som är densamma som Oriflames returpolicy.

4.16 Oriflame Brand Partners ska kontakta andra Oriflame Brand Partners endast på ett rimligt sätt och under rimliga tider för att undvika påträngande.

4.17 Oriflame ålägger inte sina Brand Partners några villkor för minimiköp, vare sig i fråga om kvantiteter eller värde. På samma sätt får en Oriflame Brand Partner inte tvinga eller tvinga dem han/hon sponsrar att beställa några minimikvantiteter eller hålla lager av produkter. Alla Oriflames Brand Partners kan beställa valfria kvantiteter direkt från Oriflame, men hanterings- och kuriravgifter kan tillkomma beroende på orderstorlek. Det är upp till den enskilda Oriflame Brand Partners bedömning att avgöra om han/hon ska hålla något lager, vilket återspeglar den förväntade konsumtionen. Oriflame Brand Partners får inte kräva eller uppmuntra andra Oriflames Brand Partners att köpa orimliga mängder lager eller hjälpmedel. En Oriflame Brand Partner ska inte hålla mer lager än vad han/hon rimligen kan förvänta sig att förbruka. Oriflames Brand Partners får inte presentera sig själva som auktoriserade distributörer av Oriflame.

4.18 Oriflame Brand Partners får inte använda Oriflames nätverk för marknadsföringsmaterial, produkter eller program som inte är officiellt godkända av Oriflame och som inte överensstämmer med Oriflames policyer och förfaranden.

4.19 Oriflame Brand Partners får inte systematiskt locka eller värva direktförsäljare från ett annat företag.

4.20 Oriflame Brand Partners får inte på ett orättvist sätt nedvärdera ett annat företags produkter, dess försäljnings- och marknadsföringsplan eller någon annan egenskap hos ett annat företag.

4.21 Oriflame Brand Partners har inte något anställningsförhållande med Oriflame. När Oriflame Brand Partners presenterar Oriflames affärsmöjlighet för andra måste de tydligt ange verksamhetens oberoende karaktär och det faktum att det inte finns någon anställning hos Oriflame.

4.22 Oriflame Brand Partners har ingen befogenhet att binda eller åta sig skyldigheter för Oriflames räkning. De ska hålla Oriflame skadeslöst för alla kostnader eller skador som uppstår på grund av bristande efterlevnad av dessa regler.

4.23 En Oriflame Brand Partner får inte lägga order i en annan Oriflame Brand Partners namn utan den Oriflame Brand Partners skriftliga förhandsgodkännande.

4.24 När Oriflame Brand Partners bygger upp sin Personliga grupp ska de säkerställa att alla nya Oriflame Brand Partners följer kreditvillkoren, om kredit erbjuds.

4.25 När Oriflame Brand Partner blir Sponsor ska han/hon se till att utbilda och motivera sina personligt sponsrade Oriflame Brand Partners.

4.26 En Oriflame Brand Partner får inte medverka i intervjuer om eller hänvisa till Oriflame i några medier, vare sig via tv, internet, radio, tidningar etc. eller använda några reklammedier (inklusive viral reklam som SMS, internet etc.) i syfte att marknadsföra sin Oriflame-verksamhet utan Oriflames föregående skriftliga medgivande.

4.27 Oriflames Brand Partners får inte delta i dialoger på sociala medier som ger felaktig eller vilseledande information om Oriflame, dess produkter eller tjänster, eller som i allmänhet kan leda till att Oriflame förlorar sitt anseende.

5. Övriga regler och policyer

5.1. Det finns inga exklusiva territorier eller franchiser tillgängliga enligt Oriflames policy. Ingen Oriflame Brand Partner har befogenhet att bevilja, sälja, tilldela eller överlåta ett sådant territorium eller en sådan franchise. Varje Oriflame Brand Partner är fri att bedriva sin verksamhet i vilket område som helst i det land där han/hon är registrerad.

5.2 Oriflame Brand Partnern måste respektera att Oriflame är verksamt på vissa marknader och inte i alla länder i världen, och strikt iaktta sina skyldigheter avseende produktsäkerhet, produktregistrering, import och andra regler som kan gälla för handel i respektive land. Oriflame bär inget ansvar för eventuella skador, tvister eller anspråk som uppstår till följd av eller i samband med gränsöverskridande aktiviteter som Oriflame Brand Partners genomför i länder utanför de marknader där Oriflame är verksamt. Oriflame kommer därför att hålla Oriflames Brand Partner fullt ansvarig för alla sådana anspråk.

5.3 En Oriflame Brand Partner är oberoende av Oriflame. Den enda titel som får användas på visitkort, annat tryckt material eller i e-postkommunikation är "Oberoende Brand Partner" eller "Oberoende Oriflame Brand Partner" och när det är kvalificerat "Oberoende Manager" och "Oberoende Director".

5.4 Kampanjmaterial, Personal Beauty Store och eventuella applikationer för sociala medier som tillhandahålls av Oriflame kan användas enligt specifikation utan ytterligare godkännande. Det är underförstått att Oriflames Brand Partner inte får registrera eller vara värd för en webbplats eller hemsida med ett domännamn som innehåller ordet "Oriflame".

Oriflame Brand Partners kan driva trafik till Oriflames officiella webbplatser, bloggar, väggar och liknande. Oriflame förbehåller sig rätten att förhandsgodkänna det material som ska publiceras. Policyn för online-närvaro för Oriflames Brand Partners beskrivs närmare i Brand Partner Onlinepolicy.

5.5 Oriflames varumärken, logotyper och namn tillhör Oriflame Cosmetics A.G. och får inte användas av Oriflame Brand Partner, varken i tryckt material eller publicerat på Internet, utan föregående skriftligt medgivande från Oriflame. Om sådant medgivande erhålls måste varumärken och logotyper användas exakt enligt vad som anges i Oriflames riktlinjer.

5.6 Ingen Oriflame Brand Partner får producera eller från någon annan källa än Oriflame anskaffa något föremål på vilket varumärkena eller logotyperna är tryckta eller visas, såvida detta inte skriftligen godkänts av Oriflame.

5.7 Allt tryckt material, alla videor, fotografier och all design från Oriflame skyddas av upphovsrätt och får inte reproduceras helt eller delvis av någon, varken i tryckt material eller publicerat på Internet, utan föregående skriftligt godkännande från Oriflame. När upphovsrättsskyddat material används på lagligt sätt är det obligatoriskt att hänvisa till Oriflames upphovsrätt på ett synligt och otvetydigt sätt.

5.8 Oriflames Brand Partner bekräftar och samtycker till att Oriflames produkter inte är avsedda att demonstreras, visas eller säljas i någon detaljhandel, webbshop, auktion eller annan onlineplattform som Ebay eller liknande. Ingen Oriflame-litteratur får säljas eller visas i sådana. Inrättningar som tekniskt sett inte är detaljhandelsställen, såsom skönhetsalonger, får endast användas som platser för visning.

5.9 Innehållet på Oriflames webbplatser, såsom text, grafik, fotografier, design och programmering, är också upphovsrättsligt skyddat och får inte användas för kommersiellt bruk utan föregående skriftligt godkännande från Oriflame.

5.10 Spamming (missbruk av elektroniska meddelandesystem för att utan åtskillnad skicka oönskade massmeddelanden) är strängt förbjudet. En Oriflame Brand Partner ska begränsa antalet e-postmeddelanden med reklam som skickas till slutkunder så att en enskild mottagare inte får mer än ett meddelande per vecka. Dessa meddelanden kan inte skickas på uppdrag av Oriflame och därför ligger det fulla ansvaret för innehållet på avsändaren.

5.11 Under inga omständigheter får någon person ompaketera eller på något sätt ändra förpackningen eller märkningen av produkterna. Oriflame-produkter säljs endast i originalförpackning.

5.12 Oriflames produkter orsakar inte skada eller personskada om de används för avsett ändamål och i enlighet med medföljande instruktioner. Oriflame har en produktansvarsförsäkring för sina produkter. Försäkringen täcker personskada eller skada där en felaktig produkt är inblandad, men täcker inte vårdslös eller försumlig tillämpning eller felaktig användning av en produkt.

5.13 Oriflame förbehåller sig rätten att när som helst dra av förfallna fakturor från eventuell prestationsrabatt eller bonus som ska betalas till Oriflames Brand Partner.

5.14 Oriflame har rätt att ändra sina priser och sitt sortiment utan föregående meddelande. Oriflame kommer inte att ge prestationsrabatt, bonus eller någon annan kompensation för förluster som lidits på grund av prisändringar, sortimentsändringar eller att produkter är slut i lager.

5.15 Om så begärs vid uppsägning av en Brand Partners relation med Oriflame, samtycker Oriflame till att:

(a) återköpa produkter från Brand Partnern. Alla följande villkor måste vara uppfyllda för att Oriflame ska bevilja en återbetalning:

- returer måste göras inom 12 månader från inköpsdatum, och
- återbetalas med 90% av det ursprungliga nettopriset efter avdrag för eventuell prestationsrabatt, bonus eller cash award som betalats till nätverket, och
- återlämnade föremål måste vara Oriflames lager som för närvarande är säljbara, inklusive allt Oriflame-producerat reklammaterial, säljhjälpmedel eller kit.

Vid tillämpning av denna klausul (a) avses med Oriflames lager som för närvarande är omsättningsbart alla produkter som:

- inte har använts, öppnats eller manipulerats på något sätt; och

- inte har passerat utgångsdatumet; och
- marknadsförs fortfarande av Oriflame i deras kataloger.

5.16 Om en Oriflame Brand Partner på något sätt är inblandad, juridiskt eller på annat sätt, i någon tvist eller aktivitet som kan involvera eller negativt påverka Oriflame eller dess rykte, måste sådan Oriflame Brand Partner omedelbart informera Oriflame.

5.17 Oriflame förbehåller sig rätten att utöka eller revidera Oriflames Success Plan, kvalifikationskriterier eller koden och reglerna med omedelbar verkan.

6. Rättigheter och skyldigheter för Directors och eventuella högre nivåer

Utöver de allmänna reglerna ovan som gäller för alla Oriflame Brand Partners, gäller följande regler specifikt för Directors och uppåt. Överträdelse av någon av dessa särskilda regler kommer att leda till omedelbar förlust av status som Director (och högre) och alla underliggande privilegier - inklusive all relaterad ersättning och kan till och med leda till uppsägning av medlemskapet.

6.1 Som Director (och högre) måste du vara behjälplig för din Personliga grupp Brand Partners under varje katalogperiod genom att:

- a) Rekrytering och kontinuerlig utveckling av din Personliga grupp.
- b) Bistå, vägleda och motivera medlemmarna i den Personliga gruppen.
- c) Genomföra regelbundna möten för att utbilda, motivera, sätta upp mål och följa upp.
- d) Utbildning av dina Oriflame Brand Partners i downline för att de på bästa sätt ska kunna bedriva sin Oriflame-verksamhet.
- e) Upprätthålla frekvent kommunikation, informera om mötesdatum, platser, produktnyheter, utbildningstillfällen etc.
- f) Delta i alla seminarier och möten som anordnas av Oriflame.
- g) Tillämpa koden och reglerna och föregå med gott exempel.
- h) Delta i affärsmöten med Oriflame som du kallas att delta i av din Area Sales Manager.

6.2 En Director (och högre) får inte:

- a) representera, vara medlem i eller marknadsföra något annat företag, någon annan produkt eller möjlighet inom social selling eller direktförsäljning.
- b) delta i eller marknadsföra något affiliate-marknadsföringsprogram.
- c) marknadsföra skönhets- eller näringsprodukter och varumärken som tillhör andra företag.

6.3 Om maken/makan till en Director (och högre nivå) är representant och/eller medlem i något annat företag inom social selling eller direktförsäljning, får maken/makan inte delta i några av Oriflames möten och evenemang, och makens/makans aktiviteter måste hållas åtskilda från Oriflame. Directors (och högre) måste informera Oriflame om maken/makan är representant och/eller medlem i något annat företag inom social försäljning eller direktförsäljning.

6.4 Om en Director (och ovan) avlider kan medlemskapet ärvas av Directors (och ovan) närmaste släktingar i enlighet med lagen i det land som är tillämpligt. Skriftligt anspråk på medlemskapet måste göras inom 3 månader från dödsdagen. I avsaknad av sådana anspråk kommer medlemskapet att avslutas. För tydlighetens skull måste den juridiska förmånstagaren till medlemskapet samtycka till och följa villkoren för att vara en Brand Partner.

6.5 En Director (och högre) måste följa eventuella ytterligare regler eller instruktioner som skriftligen meddelas av Oriflame från tid till annan.

7. Förfarande för hantering av klagomål

Alla klagomål som baseras på överträdelser av den etiska koden eller uppföranderegler ska riktas till Oriflames lokala försäljningsorganisation och/eller verkställande direktör för det Oriflame-företag som är verksamt i det aktuella landet. Organet för hantering av klagomål på varje Oriflame-marknad leds av verkställande direktör (Oriflame Code Administrator) för det lokala Oriflame-företaget.

Oriflame Brand Partner Onlinepolicy

Denna policy syftar till att klargöra hur oberoende Oriflame Brand Partners kan utforma sin närvaro på Internet utan att störa Oriflames varumärkesbyggande aktiviteter eller bryta mot upphovsrättsrelaterade lagar, regler och avtal.

1. Allmänt

Oriflame erbjuder sina Brand Partners möjligheten att starta en egen Personal Beauty Store (PBS) och ger dem även andra verktyg för att marknadsföra Oriflames produkter och affärsmöjligheter på Internet.

Dessa applikationer är idag de enda godkända digitala verktyg där Brand Partners kan marknadsföra Oriflames produkter samt visa bilder och logotyper som Oriflame är rättighetsinnehavare till. Brand Partners får också vara värd för webbplatser där de kommunicerar kring Oriflame, dess produkter och möjligheter, så länge det tydligt anges att dessa inte är officiella Oriflame-webbplatser.

Det måste alltid vara tydligt vem som står bakom webbplatsen och relevanta kontaktuppgifter måste vara synliga.

Brand Partners får endast citera Oriflame-texter genom att tydligt hänvisa till källan.

Brand Partners får inte bygga e-handelssajter där Oriflame-produkter säljs eller på annat sätt bedriva e-handel utanför de godkända Oriflame-applikationerna.

Brand Partners får inte publicera någon information eller annat material som skyddas av upphovsrätt utan tillstånd från upphovsrättsinnehavaren.

Brand Partners får aldrig använda Oriflames varumärke för att stödja eller främja politiska ståndpunkter eller religiösa ideologier.

Brand Partners får aldrig publicera oförsämd, förolämpande, vulgär, obscen, kränkande, profan, hotfull, rasistisk eller etniskt hatisk eller på annat sätt stötande eller olaglig information eller material.

Brand Partners får aldrig avslöja oannonserade produkter, kunddata eller någon konfidentiell information överhuvudtaget.

2. Domännamn

Brand Partners får inte registrera domännamn som innehåller ordet "oriflame". Brand Partnern får inte registrera en sida/grupp i sociala medier med namn och bild som kan vilseleda konsumenten att tro att sidan är en officiell Oriflame-sida/grupp:

- Namn och bild på en sida/grupp i sociala medier (t.ex. Facebook, Instagram) ska tydligt ange att den

drivs av en enskild person, t.ex. "Annas Oriflame Team" med Annas egen bild.

- En sida i sociala medier, gruppens namn ska inte nämnas t.ex. "Oriflame Casablanca" med en officiell Oriflame-bild, t.ex. Oriflame-logotyp, Oriflame-bilder.

3. Ansvarsfriskrivning

Brand Partners som har egna webbplatser och konton på sociala medier och som nämner att de är en del av Oriflame måste se till att tydligt publicera information om att de är antingen:

- a) Oberoende Oriflame Brand Partners, eller
- b) Oberoende Oriflame Beauty Brand Partners.

Denna information måste publiceras tydligt på startsidan och profilsidan samt under en ansvarsfriskrivning som är synlig på alla sidor på webbplatsen. Namn och kontaktuppgifter ska finnas tillgängliga på webbplatsen eller i kontoinformationen för en sida i sociala medier.

Du får inte presentera dig som en auktoriserad distributör av Oriflame.

Om en Brand Partner har en privat webbplats utan Oriflame-anknytning är denna policy naturligtvis ogiltig.

4. Innehåll och hänvisningar till Oriflame

Inget innehåll får kopieras från Oriflames officiella webbplats och publiceras under Brand Partners eget namn. Om en Brand Partner länkar officiellt Oriflame-innehåll till sin egen webbplats från en domän som ägs av Oriflame, måste detta tydligt anges.

5. Bilder

Brand Partners får inte ta stillbilds- eller rörligt bildmaterial från en officiell Oriflame-webbplats och publicera det på sin egen webbplats. Allt bildmaterial är upphovsrättskyddat och Oriflame har förvärvat rättigheterna att använda det. Dessa rättigheter utökas inte till Brand Partners.

- Rörliga bilder; videor etc: Får användas genom delningsfunktion om och när den är tillgänglig. Delningsfunktionen ger automatisk hänvisning till källplatsen.
- Bilder av modeller eller personer: Får användas genom delningsfunktion om och när den är tillgänglig. Delningsfunktionen ger automatisk hänvisning till källplatsen.

- Bilder av Oriflame-produkter: Kan användas med våra utan delningsfunktion, så länge som källsidan nämns på ett synligt och otvetydigt sätt (till exempel: "källa: www.oriflame.com 2019").

Alla anspråk som riktas till Oriflame från en tredje part avseende missbruk av immateriella rättigheter av en Brand Partner kommer att överföras till Brand Partnern.

6. Oriflames logotyp

Brand Partners har inte rätt att använda Oriflames logotyp.

7. Delning på sociala medier och bloggning

Oriflame uppmuntrar närvaro på bloggar, sociala nätverkssajter och liknande. Brand Partners uppmuntras att blogga och lämna kommentarer om Oriflames produkter där de anser att det är lämpligt, men måste följa avsnitt 3 i Oriflames etiska kod avseende produktpåståenden. I så stor utsträckning som möjligt rekommenderar vi att Brand Partnern använder de delningsfunktioner som tillhandahålls av Oriflame för att säkerställa korrekt visning och källinformation.

8. Marknadsföring via sökmotorer

Brand Partners kan bedriva marknadsföring via sökmotorer, till exempel Google Adwords, om Oriflame Brand Partners onlinepolicy följs. Därutöver gäller följande:

- Det måste tydligt framgå av annonsen att den skapats av en Oberoende Brand Partner;
- Rubriken får inte ge intryck av att det är en officiell eller på något sätt godkänd annons av Oriflame, och;
- Det är förbjudet att använda "Oriflame" eller andra varumärkesrelaterade termer, såsom "NovAge" eller "Ecollagen", som nyckelord.
- Det är förbjudet att kombinera Oriflame-produkter med andra varumärken, till exempel att marknadsföra våra produkter med Avon eller L'Oréal.

Tänk på att varje köpare av t.ex. Adwords är ansvarig för eventuella intrång mot någon annan varumärkesägare.

9. Utbildningsavgifter

Brand Partners får inte ta ut avgifter för onlineutbildningar och webbseminarier, med undantag för vad som beskrivs under 4.15 i Oriflames uppföranderegler.

10. Spamming

Spamming – det vill säga att utan åtskillnad skicka oönskade massmeddelanden – är strängt förbjudet.

För mer praktisk information och exempel på hur du följer Oriflame Brand Partner Online Policy, se Brand Partner Digital Handbook, som du hittar efter att du har loggat in på Oriflames webbplats.

NÄR DU NÄRMAR DIG EN KUND/ POTENTIELL ORIFLAME-MEMBER...

...bör du

- Identifiera dig själv och Oriflame.
- Förklara syftet med din kontakt och vilka typer av produkter Oriflame har.
- Försök att besvara alla frågor på ett rättvist, sanningsenligt och begripligt sätt.
- Gör endast påståenden om produkterna som är godkända av Oriflame. Hänvisa din kontakt till Oriflames webbplats där de kan läsa mer om produkterna och påståendena.
- Respektera den personliga integriteten och andra personliga begränsningar som personen kan ha (t.ex. tid, plats, ålder, fysiskt tillstånd).
- Avbryt förklaringen (och gå därifrån) om du blir omedd att göra det.
- Samla in och/eller lagra personuppgifter om kunder eller potentiella kunder endast när det krävs och se till att du hanterar och skyddar dessa personuppgifter i enlighet med lokala lagar om integritet och skydd av personuppgifter.
- Ta e-learningkursen GDPR (General Data Protection Regulation) för Oberoende Oriflame Brand Partners för att lära dig mer om insamling och lagring av personuppgifter för kunder som bor i EU.

När du presenterar Oriflame-produkter:

- Informera och (eller) hänvisa din kontakt till Oriflames webbplats där de kan läsa mer om produkterna och påståendena, produkternas pris, betalningsvillkor och leveransdatum.
- Informera kunden om ångerfristen för att annullera en beställning inom en viss tid och även om rätten att returnera och få pengarna tillbaka för levererade produkter som kan säljas som nya.
- Informera kunden om Oriflames produktgarantier, service efter försäljning och rutiner för hantering av klagomål.

Vid presentation av affärsmöjligheter för potentiella Brand Partners:

- Informera dem om att den faktiska inkomsten varierar från person till person och beror på färdigheter, tid och ansträngning och andra faktorer.
- Ge dem tillräcklig information för att de ska kunna göra en rimlig bedömning av möjligheten att tjäna pengar.

Påminn gärna din kontaktperson om att Oriflame är ett välrenommerat social selling-företag som fokuserar på att utveckla innovativa produkter på ett hållbart sätt. Oriflame erbjuder kvalitetsprodukter och möjligheten att bygga upp en verksamhet. Affärsmöjligheten ger ett oberoende, roligt och

flexibelt sätt att förbättra sin ekonomiska ställning samtidigt som man förbättrar sina förmågor och sin självkänsla.

...bör du inte

- Presentera dig som en auktoriserad distributör av Oriflame.
- Pressa kunden att köpa eller gå med - det är okej om de inte gör det; de kan fortfarande komma tillbaka till dig om du har gett ett intryck av professionalism och har behandlat dem rättvist.
- Överdriva produktens egenskaper - presentera din erfarenhet av att använda en produkt på ett rättvist och ärligt sätt; hänvisa alltid till bipacksedeln eller annan information som tillhandahålls av företaget.
- Överdriva fakta om:
 - Oriflame-produkternas användning, funktioner och egenskaper.
 - Den inkomstmöjlighet Oriflame erbjuder när det gäller t.ex. tid och lätthet att nå nivåer, förväntade belopp som tjänas på varje nivå och den allmänna lättheten och sannolikheten för att lyckas. Kom ihåg att allt beror på den tid och ansträngning som man är villig att lägga ner och individens personliga färdigheter.
 - Din egen framgång och erfarenhet av Oriflame eller använd någon annans uttalande om framgång som inte är sant eller som är vilseledande.
- Ljuga, vilseleda eller bedra eller vara aggressiv, påträngande eller respektlös.
- Tveka inte att berätta för din kontakt om du inte har eller är osäker på svaret på deras fråga, besök Oriflames webbplats för att klargöra frågan och återkom sedan till dem med ett korrekt svar.
- Använda personuppgifter om kunder, andra Oriflame Brand Partners och/eller potentiella Oriflame Members på ett otillbörligt sätt eller utan erforderligt tillstånd.
- Använda jämförelser med andra företag som inte är baserade på fakta som inte kan verifieras.
- Orättvist skada ett annat företags anseende eller systematiskt locka eller värva ett annat företags säljkår.
- Förleda en person att köpa varor baserat på ett uttalande om att personen kan minska eller återfå inköpspriset genom att hänvisa andra kunder till dig för liknande inköp.