

Réseaux sociaux : Code de conduite



« De nos jours, les réseaux sociaux prennent une place prépondérante dans la construction de notre business. Nous travaillons au quotidien avec des outils tels que Facebook, Twitter, Instagram et beaucoup d'autres encore. Il est important que les informations et les attitudes soient conformes à l'éthique et aux valeurs de Forever ainsi qu'à celles de notre profession et de manière générale s'inscrivant dans un parfait respect des personnes et de nos différences. La bonne éducation et le bon sens seront nos meilleurs guides en cas de doute. »

Philippe Decottignies, Directeur Général de Forever Living Products France

Ce guide aborde les lignes directrices ainsi que toutes les règles et les législations qui ont permis d'établir la politique de Forever Living en matière de réseaux sociaux. La compréhension et le respect de ces règles est essentielle.

Les règles abordées dans cette procédure ont été créées pour protéger et préserver l'intégrité de la marque « Forever Living Products », ainsi que son business.

03-05 / Policy

06-08 / Code de conduite

09-11 / Conformité/ Compliance

12-13 / Ce que l'on peut faire

13-15 / Ce qu'il ne faut pas faire

15 / Résumé

Policy

Les réseaux sociaux se sont rapidement développés depuis 2004, et les plateformes réseaux telles que Facebook, Twitter, Pinterest et Instagram se trouvent parmi les sites internet les plus consultés. Ces réseaux sociaux peuvent vous permettre, en tant qu'Entrepreneur Indépendant, Partenaire de la Société Forever Living Products (FBO ou *Forever Business Owner*), de promouvoir votre activité à un plus large public et donc de développer votre business. Cependant, comme toute plateforme média, un certain nombre de règles doit être respecté afin d'être en conformité avec le Company Policy de Forever mais aussi avec la législation française.

Tous les FBO doivent se familiariser et respecter les articles 16 et 17.10 du Company Policy lorsqu'ils se livrent à la promotion de leur activité sur Internet. Notez bien que les dispositions énoncées dans ces articles sont applicables à toutes les plateformes médias existantes ou à venir.

Articles 16 et 17.10 du Company Policy :

Réglementation sur l'usage d'internet

Règles générales

Faites attention à bien mentionner votre statut d'« Entrepreneur Indépendant, Partenaire de la Société Forever Living Products » et ne pas vous identifier comme un membre du staff FLP; lorsque vous créez des supports pour présenter et/ou promouvoir l'activité. Vos coordonnées ainsi que le lien vers le site officiel de FLP France et la mention « Entrepreneur Indépendant, Partenaire de la Société Forever Living Products » doivent clairement apparaître. Vous serez tenus responsables de tout contenu propre à Forever que vous publiez en ligne que ce soient des publications, des vidéos ou des commentaires.

Vous devez aussi respecter les dispositions suivantes :

Article 17.10 (g) : la promotion des produits est autorisée sur Facebook, Twitter et toute autre plateforme équivalente. Toute information relative à Forever doit être véridique, en rapport et en accord avec les valeurs de la Société.

La compétition entre FBO sur les réseaux sociaux n'est pas autorisée par Forever Living Products. Si vous souhaitez entrer en compétition avec un autre FBO, vous serez responsable de la conformité de cette compétition avec la réglementation en vigueur et avec les règles du site hébergeur.

Article 16.02 (j) : La vente des produits à partir des canaux de marketing en ligne (paniers, liens) ou des boutiques en ligne est strictement interdite.

La promotion de l'activité sur les réseaux sociaux doit se conformer aux règles applicables au site hébergeur ainsi qu'au Company Policy de Forever.

Chaque FBO qui crée un site pour la promotion de son activité doit veiller à ce que chacune des publications et des commentaires émis sur celui-ci respecte la réglementation en vigueur. L'hébergeur du site est responsable de son contenu.

Les pages de groupe sont hébergées et gérées par le créateur/administrateur du groupe. Les règles d'adhésion et les autres conditions relatives à ce groupe ne font pas partie de cette réglementation. Tout litige entre ses membres devra être résolu au sein du groupe.

En ce qui concerne les revenus/ gains :

Si vous faites de la publicité sur l'opportunité d'affaire, vous devez vous soumettre aux dispositions légales concernant les évocations de revenus ou les liens vers des pages faisant des allégations business.

Conformément aux règles de la FVD (Fédération de la vente Directe), les sociétés donnent aux vendeurs une information sur les perspectives de vente et les revenus appuyée sur des faits vérifiables.

Tout revenu trouve son origine dans l'activité de vente, y compris les achats pour usage personnel des vendeurs, ainsi les revenus du vendeur évoluent en fonction du prix de vente des produits et/ou du nombre de ses ventes et/ou des ventes réalisées par le groupe de vendeurs qu'il a recruté, formé et animé.

Allégations thérapeutiques, de santé et nutritionnelles sur les produits

Les compléments alimentaires commercialisés par Forever Living Products ne sont pas des médicaments, toute allégation thérapeutique sur nos produits sur les réseaux sociaux ou sur tout autre support destiné à la promotion de l'activité est donc interdite.

Les allégations nutritionnelles faites par le FBO doivent se conformer à la réglementation Européenne (CE) n°EU1924/2006 et sont soumises au contrôle de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF).

Les allégations thérapeutiques ou de santé sont donc strictement interdites au regard de la loi.

Une allégation nutritionnelle est une mention, image ou symbole valorisant les denrées alimentaires sur le plan nutritionnel. Ce type de message est autorisé uniquement dans la mesure où celui-ci apparaît dans la liste des allégations nutritionnelles autorisées par la Commission Européenne.

Un produit cosmétique ne peut pas être présenté comme ayant des propriétés curatives ou préventives à l'égard des maladies humaines.

Le siège de FLP France s'efforce de veiller à ce que les fiches « produits » éditées par FLP France soient en conformité avec la réglementation européenne. Dans cette optique, nous vous invitons à reprendre ces fiches lorsque vous faites la promotion des produits en ligne.

Identification d'une publicité

Dans les annonces/publications/pages sur les réseaux sociaux, le FBO doit clairement s'identifier comme un « Entrepreneur Indépendant, Partenaire de la Société Forever Living Products ». Aucune page ou publication ne doit induire en erreur l'utilisateur et lui faire penser que celle-ci est le site officiel de FLP. Nous insistons particulièrement sur ce point relevé par l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité et le Conseil de l'Ethique Publicitaire.

Si vous créez une annonce, celle-ci doit clairement indiquer ce que vous promouvez ; toute dissimulation de votre statut d'Entrepreneur Indépendant serait non conforme à nos règles. En tant que FBO vous devez aussi faire attention aux commentaires laissés par un client satisfait, en effet, vous représentez la société, donc si vous partagez ce commentaire, celui-ci devient une forme de publicité. En cas de doute, si votre publication adopte un ton conversationnel, l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité et le Conseil de l'Ethique Publicitaire recommande d'utiliser le #pub.

Autorité réglementaire

Si vous êtes contacté par une autorité règlementaire par rapport à l'une de vos publications vous devez vous conformer à ses demandes. Vous ne devez en aucun cas ignorer la situation et devez suivre ses instructions. A défaut vous mettriez en péril votre relation avec notre Société.

Partage de publications

La publication de contenu non-conforme provenant d'autres sites sur votre propre média social est une infraction au Company Policy au même titre que l'initiateur du contenu.

Toute association ou référence à des filiales, sociétés ou célébrités utilisant les produits Forever Living doit être soumise à une validation par le Siège.

Toute communication du Siège, qui n'est pas du domaine public qu'elle soit orale ou écrite, ne doit pas être partagée sur les réseaux sociaux sans accord préalable.

Le partage de publications ou d'une quelconque information est possible, cependant notez bien que dès que vous faites le partage du contenu vous en devenez responsable. Toute communication du siège partagée sur la plateforme de réseau social de celui-ci peut être reprise librement par le FBO sur les réseaux sociaux.

La gestion des médias sociaux

Le non-respect par le FBO du Company Policy de Forever et du Code de Conduite lors de l'utilisation des médias sociaux peut engendrer la suspension voire la radiation du compte du FBO. Forever Living Products France se réserve le droit de contrôler et de demander le retrait de tout contenu frauduleux. Si nous avons des raisons de croire qu'un FBO est en infraction par rapport à la réglementation sur l'usage d'Internet (article 17.10 du Company Policy), le FBO s'expose à une suspension ou une radiation.

Code de conduite

Tout FBO représente la Société et se doit donc d'agir de manière professionnelle.

Ce guide aborde toutes les questions essentielles en soulignant le comportement à adopter et les normes à respecter lorsque vous faites la promotion de Forever Living à travers les médias sociaux. Cette procédure a pour sources le Company Policy, les autorités réglementaires et les différentes conditions légales des plateformes réseaux.

Les trois règles fondamentales des médias sociaux sont :

- 1- Etre respectueux
- 2- Etre honnête
- 3- Etre responsable

Comment prendre contact et éviter les spam ?

Pour Facebook : « Nous vous prions de bien vouloir respecter la vie privée des gens en n'entrant pas en contact avec eux à des fins commerciales sans leur consentement. »

La loi dit :

Article 22 (codifié L. 33-4-1 dans le code des postes et des communications électroniques) :

“Est interdite la prospection directe au moyen d'un automate d'appel, d'un télécopieur ou d'un courrier électronique utilisant, sous quelque forme que ce soit, les coordonnées d'une personne physique qui n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir des prospections directes par ce moyen.

Vous ne pouvez pas envoyer de message de prospection à des individus sauf si :

Ils ont spécifiquement consenti à recevoir des emails de votre part.

Ou

Ils sont déjà clients et ont acheté (ou fait une offre sur) un produit similaire ou service similaire vendu par vous dans le passé ; vous leur avez proposé de ne pas recevoir ces offres commerciales quand vous avez récolté leurs informations (et dans chacun de vos échanges électroniques) mais ils n'ont pas choisi cette option.

Vous ne pouvez déguiser ou cacher votre identité, et devez fournir une adresse mail valide qu'un client peut utiliser pour refuser de recevoir ces offres ou se désabonner.

Pour Forever :

Si quelqu'un n'est pas intéressé, ou ne vous répond pas, concentrez vos efforts sur les personnes intéressées par ce que vous proposez. Ne visitez pas la liste d'amis d'un tiers ou n'envoyez pas des messages de prospection à des inconnus n'ayant pas montré d'intérêt pour l'activité ou les produits FLP. Les abus par le FBO peuvent entraîner la suspension ou la radiation de celui-ci.

Rejoindre un autre réseau de MLM ?

Les réseaux sociaux sont un bon moyen de rencontrer des personnes qui partagent les mêmes centres d'intérêt et bien que nous respectons la liberté du FBO de converser avec quiconque, certaines règles doivent être suivies. Ces dispositions, reprises par le Company Policy sont les suivantes :

Les FBO ne sont pas autorisés à apparaître, être associés ou voir leur nom apparaître dans une annonce ou tout autre contenu de prospection d'une autre société de vente directe.

Les FBO ne sont pas autorisés à pratiquer une autre activité impliquant la sollicitation d'un autre FBO pour vendre des produits, de quelque nature que ce soit, par un autre plan marketing MLM.

Conformément au Code Ethique de la FVD, les FBO ne doivent pas développer leur business en agissant au détriment d'autres FBO, de leurs équipes ou de FLP.

Dans l'optique de protéger l'intégrité de notre secteur d'activité, Forever interdit aussi :

- Le détournement de prospects
- Le détournement d'autres VDI d'une autre société de Vente Directe.

Noms de pages, pseudonymes

Les FBO ne sont pas autorisés à utiliser le nom « Forever Living » ou l'une de ses appellations commerciales dans le but de ne pas créer de confusion pour l'utilisateur avec une page officielle de Forever Living Products. Peu importe la plateforme, l'utilisateur doit clairement pouvoir identifier son interlocuteur et le contacter si nécessaire. Veuillez noter que certains réseaux sociaux demandent la diffusion de vos noms et prénoms, exigence à laquelle le FBO doit se soumettre.

Rester positif et cordial

Chaque personne en lien avec Forever Living doit maintenir une attitude positive à l'égard des FBO, clients, prospects afin de faire ressortir l'esprit de coopération et d'équipe de rigueur dans une société de MLM. Néanmoins, nous savons bien que parfois l'application de cette devise se révèle difficile, particulièrement quand certains utilisateurs de réseaux sociaux dénigrent et lancent de fausses accusations à propos d'entreprises et de leurs produits. C'est l'un des points négatifs des réseaux sociaux et leur utilisation en tant qu'outils business.

Cependant, en tant que FBO il est important de démontrer votre professionnalisme. Ces remarques sont souvent publiées dans le but de provoquer une réaction et toute réponse apportée sera visible par vos clients – nous sommes tous conscients du pouvoir du marketing de réseaux et de l'opportunité offerte par Forever Living mais nous vous suggérons d'éviter d'entrer dans un débat public.

A la place, nous vous recommandons d'ignorer ce genre de critique, cela incitera votre détracteur à changer de cible. Si vous êtes confronté à ce genre de situation nous vous invitons

à contacter le Siège FLP et plus particulièrement le Service Compliance (compliance.france@foreverliving.fr). Celui-ci fera en sorte de résoudre le problème et de vous éviter de faire transparaître votre frustration sur les réseaux sociaux.

Merci de nous faire remonter tout comportement irrespectueux ou en non-conformité avec ce Code de Conduite ; notre rôle reste la sensibilisation des FBO à ce sujet.

Le recrutement sur les médias sociaux

Nous attendons de nos FBO qu'ils agissent avec intégrité lorsqu'ils font la promotion de l'activité. Voici quelques directives à suivre pour prospecter correctement :

Un FBO ne doit pas faire d'allégations exagérées relatives à la société, aux produits ou aux gains propres au Plan Marketing.

Un FBO doit clairement indiquer que « ***Le succès financier d'un FBO dépend entièrement de l'effort individuel de ce FBO, de son dévouement, de la formation et de l'encadrement que le FBO a su donner à sa downline et à son activité FLP.*** » (Article 16.02(o) du Company Policy)

-Si un prospect est déjà en contact avec une autre FBO en vue de rejoindre Forever Living, vous devez respecter l'échange initial. N'essayez pas de le détourner en faisant une proposition plus alléchante.

-Les FBO doivent agir avec intégrité avec les personnes rejoignant leur équipe ; ils doivent encourager leurs membres à ne pas surstocker les produits.

-Les FBO doivent se tenir informés des évolutions du Company Policy.

-Ils doivent s'assurer de bien comprendre les conditions de la garantie 60 jours satisfait ou remboursé pour leurs clients. Ils doivent également veiller à ce que les nouveaux membres de leurs équipes connaissent les spécificités de cette garantie.

-Un FBO ne peut faire d'allégation santé, une publication sur les réseaux sociaux est considérée comme une publicité au même titre que tout autre support.

Conformité/Compliance

Nous savons à quel point vous appréciez nos produits et connaissons votre volonté de partager votre expérience positive avec les autres ; cependant, il est important de veiller à ne pas utiliser des supports non-conformes lorsque vous faites la promotion des produits par écrit.

De nombreux organismes sont chargés de contrôler Forever Living et toute autre société évoluant dans le même domaine afin de s'assurer de la régularité des allégations faites sur les bienfaits de nos produits. Elles doivent respecter la législation en vigueur.

La meilleure façon de s'assurer de la conformité de votre support est de vous appuyer sur les outils créés par le service Marketing et Communication de FLP France. Des « fiches produits » ont été créées par le Siège de Forever Living Products et le FBO est tenu d'utiliser ces supports lorsqu'il fait la promotion des produits. Tout support visuel réalisé par le FBO doit être transmis au Service Compliance pour validation (maquette à envoyer à compliance.france@foreverliving.fr).

Les médias sociaux sont un outil fondamental et ses utilisateurs peuvent se servir des plateformes réseaux pour accroître leur visibilité. Cependant, le respect de la réglementation est d'autant plus important sur ce type de média.

Lorsqu'on utilise les plateformes réseaux, les règles en vigueur concernant la promotion des produits ou de l'activité peuvent paraître abstraites ou difficiles à appréhender ; cependant il est vital de les respecter lorsque vous vous exprimez sur l'opportunité d'affaire ou que vous décrivez les produits Forever Living.

Notre but est de veiller à ce que vos publications aient un impact positif sur votre activité et diffuser des annonces conformes garantit le bon développement de votre affaire.

Toute publication créée dans le but d'être contacté par quelqu'un souhaitant obtenir plus d'informations est considérée comme une publicité. Il faudra donc que celle-ci se conforme aux lois et à la réglementation propres à la publicité.

Les sites officiels du Conseil de l'Éthique Publicitaire et de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité permettent la consultation des codes propres à la publicité et fournissent tous deux de nombreuses astuces concernant la création de publicité.

Avant de publier quoi que ce soit, vous devez vous poser ces quatre questions :
Cette publication est-elle :

Précise ?

Exacte ?

En conformité avec la législation ?

En accord avec les valeurs de la société Forever Living Products ?

Retour aux principes fondamentaux :

La création d'une image positive de votre activité est essentielle dans le développement d'une affaire prospère et la façon dont vous vous présentez sur les médias sociaux permettra à vos abonnés de se forger une opinion sur vous et sur les produits dont vous faites la promotion. Vous devez vous comporter en professionnel, ignorer les éventuelles critiques et vous rappeler qu'en tant que partenaire de la société Forever Living Products, vous représentez notre marque. Respecter ces principes est la première étape du bon développement de votre activité.

Si vous pouvez répondre par l'affirmative à ces quatre questions votre contenu peut être publié ; le cas échéant, nous vous invitons à réviser votre publication avant sa diffusion. Pour vous aider, nous avons dressé une liste de réponses aux questions les plus fréquemment posées. Nous vous invitons à y prêter la plus grande attention.

Plusieurs personnes font des allégations sur les produits, puis-je le faire ?

Il existe des règles très strictes sur ce qui peut être dit lorsqu'on parle des denrées, des compléments alimentaires et des cosmétiques.

Les allégations de santé, thérapeutiques ou nutritionnelles sont strictement interdites. Seules les déclarations validées par FLP sont autorisées et peuvent être reprises. Servez-vous des plateformes pour apporter aide et conseils à vos clients qui ne manqueront pas de partager leur expérience avec leurs proches.

Puis-je partager les publications d'autrui ?

Faites attention avant de partager les avis de vos clients. En effet, tout ce que vous publiez peut provoquer l'intérêt d'un éventuel futur client et devient en quelque sorte une publicité. Dès lors que vous partagez ou retweetez des informations non-conformes, vous devenez responsable de cette publication au même titre que son auteur initial. Veillez à ne pas associer les produits Forever Living avec des articles parus sur des revues médicales.

Si vous relevez des publications non-conformes sur les réseaux sociaux nous vous invitons à contacter le siège de Forever Living Products (compliance.france@foreverliving.fr). Il est de la responsabilité de chacun de protéger la marque Forever Living mais aussi les prospects potentiels. De la même manière, tout contenu allant à l'encontre de la réglementation doit être retiré sans délai de votre page réseau.

Puis-je utiliser la nouvelle fonction « Vendre » sur les groupes Facebook ?

Non. Les médias sociaux servent à faire la promotion des produits Forever Living et de l'activité, à échanger avec d'éventuels prospects ou futurs clients, mais en aucun cas à effectuer la vente des produits.

En effet, conformément à l'article 16.02 (j) du Company Policy, « *Un FBO ne peut effectuer la vente de produits Forever à partir de canaux de marketing en ligne, des boutiques en ligne, autres que la boutique clients Forever.* »

Fidéliser sa clientèle est bien plus simple que de générer un nouveau client chaque mois et interagir avec les autres sur les réseaux sociaux aide à la fidélisation de la clientèle et au développement d'une équipe.

Quelles sont les dispositions légales concernant les gains ?

Conformément aux règles établies par la FVD, les sociétés donnent aux vendeurs une information sur les perspectives de ventes et les revenus appuyée sur des faits vérifiables.

Tout revenu trouve son origine dans l'activité de vente, y compris les achats pour usage personnel des vendeurs, ainsi les revenus du vendeur évoluent en fonction du prix de vente des produits et/ou du nombre de ses ventes et/ou des ventes réalisées par le groupe de vendeurs qu'il a recruté, formé et animé.

Cette déclaration doit être reprise lors de la promotion de l'activité d'Entrepreneur Forever auprès de prospects.

Quelles sont les organismes réglementaires ?

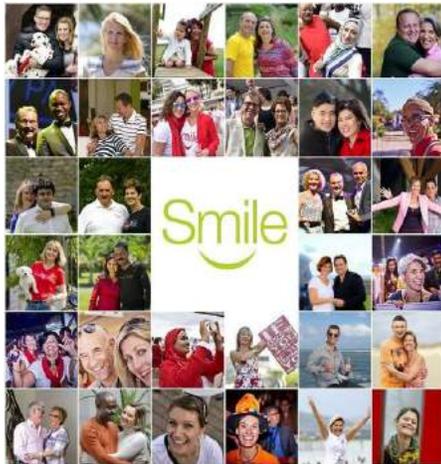
- La DGCCRF (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes)
- L'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité
- Le Conseil de l'Éthique Publicitaire
- La Commission Européenne

Forever Living Products France étant membre adhérent de la Fédération de la Vente Directe, le FBO se doit de respecter son code au même titre qu'il doit se conformer au Company Policy.

- La Fédération de la Vente Directe (FVD) : www.fvd.fr
- Le Company Policy: www.foreverliving.fr > Outils Téléchargeables> Outils Business.

Compliance : Ce que l'on peut faire

Suivez nos conseils et utilisez les outils créés par Forever Living afin d'être toujours conformes à la réglementation





Compliance : ce qu'il ne faut pas faire

Voici des exemples de contenus non conformes à la réglementation en vigueur.

Ici l'auteur de la publication affirme que les produits Forever Living ont un effet curatif sur plusieurs pathologies. Ceci est strictement prohibé par le Company Policy et les autorités réglementaires.

La pulpe d'aloès stabilisé 1L

Composition:
Gel d'Aloe Vera stabilisé
Plus de 200 nutriments (vitamines, minéraux et oligoéléments, acides aminés et enzymes)

Pour tous vos problèmes :

- De digestion
- Constipation ou crohn
- Système immunitaire défaillant
- Fatigue physique ou intellectuelle
- Infertilité et impuissance
- Hyper et HypoTension artérielle
- Hyper et Hypo thyroïdie
- Problèmes d'allergies
- La maladie coeliaque
- L'Hépatite B
- L'asthme
- Le psoriasis
- Surmenage, stress, trouble de la mémoire
- Surpoids et obésité



BLOGGIF

Contient 74% de gel naturel d'Aloe Vera, de la Propolis d'abeilles, Camomille, Vit A et E.

Indiqué pour :

- Acné
- Coupures
- Pilonis
- Eczéma
- Empoison
- Couroses
- Peau très sèche
- Excellent après rasage
- Système fessier du nouveau-né





traitement de la migraine



FOREVER 



Psoriasis

L'utilisation des mots « varices », « pharmacie », « migraine », « psoriasis » ainsi que les photos font de ces publications des allégations thérapeutiques. Elles sous-entendent que nos compléments alimentaires et cosmétiques peuvent se substituer à des médicaments.

Résumé

Vous devez être en conformité avec les valeurs de notre société en permanence ; le service Compliance est en charge de contacter les FBO qui publient du contenu non conforme pour demander le retrait de leurs publications.

Les FBO agissant à l'encontre de la réglementation s'exposent au risque d'une suspension voire d'une radiation de leur contrat d'agrément Forever Living. Pour éviter toute erreur et voir votre publication retirée des réseaux sociaux, nous vous suggérons d'utiliser les différents outils Forever Living mis à votre disposition sur votre Espace FBO ou sur les plateformes réseaux officielles.

Si vous êtes soumis à une radiation de votre agrément ou que vous démissionnez, vous ne pourrez plus utiliser les supports Forever Living sur vos plateformes réseaux. Vous ne pourrez plus utiliser le nom « Forever Living » ou l'une de ses appellations commerciales. Vous devrez mettre à jour votre profil et retirer toute publication en rapport avec votre ancienne activité de FBO.

Si vous relevez une irrégularité ou souhaitez obtenir plus d'informations, le Service Compliance reste à votre écoute.

Vous pouvez le joindre par email à compliance.france@foreverliving.fr