

Conditions et politiques

France

Date d'entrée en vigueur : le 25 avril 2025



© Copyright 2025 USANA Health Sciences, Inc.
Les Associés USANA sont autorisés à reproduire tout article
publié dans cette publication USANA, à condition que
l'article en question soit reproduit en sa totalité et qu'il soit
accompagné de la mention suivante :
« Article reproduit avec l'autorisation d'USANA Health
Sciences Inc., Salt Lake City, Utah 84120 U.S.A. »

ASSOCIÉ MODALITÉS ET POLITIQUES

1. Candidature pour devenir Distributeur.....	2	41. Retours pour annulation.....	11
2. Âge Minimum.....	2	42. Retours abusifs.....	11
3. [RÉSERVÉ].....	2	43. Durée et Renouvellement d'une Activité USANA.....	11
4. Recrutement Provisoire.....	2	44. Enquête et Avis de Violations de la Politique.....	12
5. Droits et Privilèges du Distributeur.....	2	45. Conformité.....	12
6. Statut Indépendant du Contractant.....	2	46. Processus d'Appel.....	12
7. Résiliation par le Distributeur.....	2	47. Effet de la Cessation.....	12
8. Adhésion au Programme de Rémunération.....	3	48. Protection des Informations.....	12
9. Supports créés par le Distributeur.....	3	49. Indemnisation.....	12
10. Allégations Produits.....	3	50. Amendements.....	13
11. Revenus et Représentations du style de vie.....	3	51. Acceptation des Risques.....	13
12. Réseaux sociaux.....	4	52. Modification de la renonciation au Parrainage.....	13
13. Prix Affiché.....	4	53. Contrat Intégré.....	13
14. Sollicitation par email.....	4	54. Force Majeure.....	13
15. Enquêtes Médias.....	4	55. Rupture.....	13
16. Propriété Intellectuelle.....	4	56. Survie Les dispositions du présent.....	13
17. Utilisation du Nom, de la Photographie et de l'Image du Distributeur.....	5	57. Renonciation.....	13
18. Boutiques de Service.....	5	58. Aucune dépendance.....	14
19. Ventes en ligne.....	5	59. Titres.....	14
20. Recrutement non autorisé ; Participation dans d'autres Sociétés de ventes directes.....	6	60. Traductions.....	14
21. Produits concurrents et non sollicitation.....	7	61. Termes en majuscules.....	14
22. Débauchage en Crossline.....	7	62. Données à caractère personnel et Droit de Confidentialité Données à caractère personnel du Distributeur.....	14
23. Non-dénigrement.....	7	63. Accord de règlement de Litige.....	16
24. Une Activité par Distributeur.....	7	64. Définitions.....	17
25. Transfert du Contrat.....	7		
26. Séparation de Partenaires Commerciaux.....	8	Annexe 1	
27. Changements de Parrainage/Placement.....	8	Code éthique de la vente directe.....	19
28. Recrutements Conflictuels.....	8	Annexe 2	
29. Anti-Manipulation.....	9	Code de conduite des entreprises de vente directe.....	23
30. Ventes autorisées.....	9		
31. Actions de Tiers.....	10		
32. Activité Internationale.....	10		
33. BabyCare.....	10		
34. Respect de la Loi.....	10		
35. Exigences en matière de Soins et du Contrôle Qualité des Produits.....	10		
36. Ventes au détail.....	10		
37. Commissions et ajustements.....	10		
38. Taxe de Vente.....	11		
39. Livraison et Risque de Perte.....	11		
40. Politique de retour.....	11		

1. CANDIDATURE POUR DEVENIR DISTRIBUTEUR

Vous pouvez déposer votre candidature pour devenir Distributeur en suivant les étapes suivantes :

- Compléter, signer et envoyer une Candidature de Distributeur en ligne ou au format papier à la Société ;
- Fournir un numéro de Sécurité Sociale valide et vos coordonnées ; et
- Obtenir un Kit de Bienvenue.

Toutes les informations relatives à la manière de remplir une Candidature de Distributeur et d'obtenir un Kit de Bienvenue peuvent être obtenues auprès de votre Parrain. Outre le Kit de Bienvenue, il n'est pas nécessaire que vous achetiez des Produits ou supports pour devenir Distributeur.

2. ÂGE MINIMUM

Les personnes n'ayant pas atteint la majorité dans leur pays de résidence ne peuvent pas devenir Distributeur, et aucun Distributeur ne Recrute ou ne Parrainera, ou ne tentera de Recruter ou de Parrainer délibérément des personnes n'étant pas majeures.

3. [RÉSERVÉ]

4. RECRUTEMENT PROVISOIRE

Un nouveau Recrutement sera considéré comme provisoire pendant trente (30) jours, durant lesquels le Distributeur doit accepter les conditions du Contrat. Si un Distributeur n'accepte pas les conditions du Contrat à la fin de la période de recrutement provisoire de trente (30) jours, le compte du Distributeur sera mis en attente et pourra être résilié.

5. DROITS ET PRIVILÈGES DU DISTRIBUTEUR

Le Contrat octroie aux Distributeurs les droits et privilèges suivants :

- Acheter des Produits USANA à prix réduits ;
- Participer au Programme de Rémunération d'USANA (et recevoir des bonus et commissions, dans la mesure où il y est éligible) ;
- Parrainer d'autres individus en tant que Clients Privilégiés ou des Distributeurs dans l'activité USANA et donc constituer une équipe ;
- Vendre des Produits USANA et conserver la différence entre le prix que le Distributeur a payé pour les Produits et le prix auquel le Distributeur a vendu les Produits aux Clients ;
- Participer à des concours incitatifs et programmes promotionnels et à d'autres programmes USANA ;
- Assister aux conventions et événements internationaux d'USANA (à leurs frais) ; et

- Bénéficier des fonctions d'assistance, de service, formations, et moments de reconnaissance parrainées par USANA en payant les frais appropriés, le cas échéant.

La participation continue d'un Distributeur à l'une des activités cidessus ou l'acceptation de tout autre avantage en vertu du Contrat constitue l'acceptation du Contrat et du/de tous les renouvellements et amendements à celui-ci.

6. STATUT INDÉPENDANT DU CONTRACTANT

Les Distributeurs sont des contractants indépendants. Le Contrat et les Conditions et Politiques ne créent pas de relation employeur/employé, de relation d'agence, de partenariat ou d'entreprises communes entre la Société et le Distributeur, et les Distributeurs ne se présenteront pas comme des employés, agents ou représentants de la Société ou des acheteurs d'une franchise.

Les Distributeurs sont tenus de payer les taxes ou contributions qu'ils peuvent devoir et prendre en charge les dépenses liées à leur activité. Les Distributeurs ne peuvent pas prétendre aux avantages qu'USANA peut mettre à la disposition de ses employés. Les Distributeurs peuvent engager des aidants ou assistants sans demander l'approbation de la Société, mais les Distributeurs engageant des tiers demeurent entièrement responsables des activités de ces aidants ou assistants, telles que des violations du Contrat par ces personnes qui seront jugées comme ayant été commises par le Distributeur engageant ces personnes. **Les Distributeurs ne seront pas traités comme des employés à des fins fiscales ou pour toute autre raison.**

Les Distributeurs détermineront eux-mêmes leurs objectifs, horaires, lieux d'activité et méthodes de ventes aussi longtemps qu'ils respecteront le Contrat. Les Distributeurs sont les seuls responsables de toutes les décisions prises et de tous les coûts encourus relatifs à leurs activités dans le cadre du Contrat. Tous les Distributeurs assument tous les risques entrepreneuriaux et commerciaux relatifs au Contrat. Les Distributeurs sont tenus d'obtenir les licences fédérales ou locales en vigueur, permis et autres accords gouvernementaux, y compris, mais sans limitation, les qualifications pouvant être requises pour exercer les activités dans des Etats autres que celui dans lequel ils ont élu domicile.

7. RÉSILIATION PAR LE DISTRIBUTEUR

Un Distributeur peut volontairement résilier son Contrat des manières suivantes :

- Avis écrit. Un Distributeur peut à tout moment résilier son Contrat pour quelque motif que ce soit. La résiliation doit être soumise par écrit à la Société par e-mail à contact contactEU@usanainc.com ou en envoyant un courrier recommandé avec accusé de réception à USANA, 121 avenue des champs Elysées, 75 008 Paris, France.

- Défaut de renouvellement. Défaut de renouvellement du Contrat.
- Défaut de réaffirmer son adhésion au Contrat. À tout moment, les Distributeurs peuvent être invités à réaffirmer l'application du, et l'adhésion au, Contrat. Le fait de ne pas accepter le Contrat peut entraîner la résiliation du Contrat.

8. ADHÉSION AU PROGRAMME DE RÉMUNÉRATION

Les Distributeurs doivent adhérer aux conditions du Programme de Rémunération. Les Distributeurs ne doivent pas :

- Demander ou encourager d'autres Clients et/ou Distributeurs actuels ou potentiels à rejoindre USANA d'une manière qui diffère du Programme de Rémunération ;
- Demander ou encourager d'autres Clients et/ou Distributeurs actuels ou potentiels à exécuter des accords ou contrats autres que des contrats officiels USANA afin de devenir Distributeur ou Client Privilégié ;
- Demander ou encourager d'autres Clients et/ou Distributeurs actuels ou potentiels à effectuer des achats auprès ou verser des paiements à des individus ou d'autres entités pour participer au Programme de Rémunération, autres que des achats ou paiements identifiés dans les Supports Officiels USANA ;
- Céder ou tenter de céder les listes de clients à d'autres Distributeurs ; ou
- Créer leur propre formulaire de recrutement ou de candidature. Les Recrutements du Distributeur en ligne peuvent uniquement être effectués par le biais du site professionnel d'USANA ou une page internet personnelle USANA du Distributeur. Tous les autres sites internet créés par le Distributeur doivent comporter un lien vers la page internet personnelle USANA du Distributeur pour les recrutements.

9. SUPPORTS CRÉÉS PAR LE DISTRIBUTEUR

Les Distributeurs peuvent produire leurs propres supports publicitaires ou supports de formation, à condition que les supports respectent toutes les dispositions des présentes Conditions et Politiques, mais également que ce support :

- Indique clairement qu'il est créé par un Distributeur Indépendant en ajoutant de manière visible le logo du Distributeur Indépendant d'USANA au support, qui est disponible au téléchargement à partir du Hub. Les Distributeurs ne doivent pas utiliser les logos professionnels officiels d'USANA sur leurs supports publicitaires ou de formation personnels ;
- Est produit de manière professionnelle et soignée et ne renvoie pas une image négative

d'USANA, y compris les supports considérés, à la discrétion de la Société, comme étant désobligeants, mensongers, trompeurs, illégaux, indécents, douteux, injurieux ou immoraux ;

- Renferme un contenu véridique, est exempt de déclarations trompeuses quant aux allégations de revenus et de style vie ou de produits thérapeutiques ;
- Ne suggère pas d'opportunités d'emploi ;
- Respecte toutes les lois et règles de conduite s'appliquant à des pratiques publicitaires et commerciales éthiques ;
- N'enfreint pas de droits de propriété intellectuelle de la Société ou de tierces parties ;
- Ne suggère pas que ce support a été approuvé, validé, produit ou recommandé par USANA ;
- N'est pas vendu à d'autres Distributeurs dans un but lucratif ; et
- Est promu exclusivement dans la Ligne Ascendante et dans l'Équipe du Distributeur.

Afin de garantir le respect total de la politique publicitaire d'USANA, les Distributeurs souhaitant créer des supports publicitaires indépendants doivent se conformer aux conditions générales des présentes Conditions et Politiques et vérifier la liste des points clés liés aux aspects publicitaires se trouvant sur Le Hub. En se conformant à la liste des points clés, le Distributeur est autorisé à produire des supports publicitaires. Des violations entraîneront l'application de mesures appropriées, y compris la suspension ou la résiliation du Contrat. Si un Distributeur souhaite avoir ses propres supports publicitaires créés personnellement et révisés par le Service d'Éthique et de Formation d'USANA, il peut les soumettre à ethics@usainc.com. USANA se réserve le droit de réviser et de réclamer des modifications ou le retrait du support à son entière discrétion.

10. ALLÉGATIONS PRODUITS

Les Distributeurs ne doivent pas prétendre que les Produits USANA sont utiles pour guérir, traiter, diagnostiquer, atténuer ou prévenir des maladies, symptômes d'une maladie ou blessures. Les allégations interdites formulées par des Distributeurs rendront l'assurance responsabilité civile des Produits d'USANA indisponible pour le Distributeur.

Les Distributeurs ne doivent pas alléguer ou prétendre qu'un Produit est enregistré auprès ou approuvé par une autorité réglementaire.

11. REVENUS ET REPRÉSENTATIONS DU STYLE DE VIE

Lors d'une présentation ou d'une discussion relative à l'Opportunité Commerciale ou au Programme de Rémunération d'USANA, les Distributeurs ne peuvent pas formuler d'allégations, de représentations ou de

témoignages (collectivement « Allégations de Revenus ») étant trompeurs.

Les Allégations de Revenus trompeuses comprennent des allégations, témoignages, déclarations ou autres représentations, qu'elles soient écrites ou verbales, relatives à l'un des éléments suivants en rapport avec les Opportunités Commerciales d'USANA :

- Revenus, gains ou profits exagérés ou garantis ; Revenus, gains ou profits hypothétiques, potentiels ou estimés étant dans tous les cas trompeurs ;
- Allégations affirmant que les Distributeurs peuvent gagner des revenus résiduels ou illimités ou remplacer leurs revenus ;
- Allégations affirmant que les Distributeurs peuvent acquérir une liberté financière ; ou
- Toute autre information fautive, incomplète, trompeuse ou potentiellement trompeuse ne reflétant pas véritablement les revenus ou gains typiques des Distributeurs d'USANA.

Pour ne pas être trompeuse, une Allégation de Revenus doit strictement adhérer à chacune des exigences suivantes :

- Sauf si l'allégation est typique, le Distributeur doit inclure la Clause de non-responsabilité de revenus appropriée. Les Clauses de non-responsabilité de revenus actuelles sont disponibles sur Le Hub ;
- Les Distributeurs ne peuvent pas divulguer le montant des bonus, commissions ou autres rémunérations reçus d'USANA ou publier les chèques, copies de chèques, relevés bancaires, déclarations fiscales ou autres documents financiers similaires ; et
- Les Distributeurs ne peuvent pas modifier ou embellir verbalement les Clauses de non-responsabilité de revenus, de quelque manière que ce soit, y compris, mais sans limitation, y ajouter du texte.

Les Distributeurs ne peuvent pas formuler d'allégations de revenus de « style de vie » trompeuses

(« Allégations de style de vie »). Une Allégation de style de vie est une déclaration ou description suggérant ou indiquant qu'un Distributeur peut réaliser des résultats non typiques. Les exemples d'Allégations de style de vie trompeuses comprennent, mais sans limitation, des déclarations ou allégations avançant que l'Opportunité Commerciale d'USANA mènera à :

- Une retraite anticipée ou une possibilité de quitter son emploi ;
- Des revenus équivalents à une carrière à plein temps (« revenus de niveau de carrière ») ;
- Un style de vie luxueux ;

- La capacité d'acquérir une maison ou un véhicule ;
- Des vacances ; ou
- Tout élément similaire aux présents reflétant de manière erronée les revenus et gains typiques des Distributeurs d'USANA.

En outre, les Distributeurs ne mentionneront pas ou ne feront pas référence à USANA en ce qui concerne des Allégations de Revenus ou Allégations de style de vie trompeuses, par exemple, en mentionnant USANA dans une publication sur les réseaux sociaux à proximité directe d'une publication suggérant un style de vie luxueux.

Lors de la présentation ou d'une discussion sur les revenus ou le Programme de Rémunération, les Distributeurs doivent clarifier auprès des prospects que la réussite financière chez USANA exige de l'implication, des efforts, des investissements financiers et des compétences dans le domaine de la vente. Un Distributeur ne doit jamais laisser entendre qu'il est possible de réussir sans s'investir sérieusement ou que les gains sont garantis.

12. RÉSEAUX SOCIAUX

Les Distributeurs sont tenus de s'assurer que tous les contenus et supports qu'ils produisent et/ou publient, ainsi que toutes les publications sur le site des réseaux sociaux qu'ils détiennent, exploitent ou contrôlent respectent les présentes Conditions et Politiques. Les exemples des plateformes de réseaux sociaux comprennent sans limitation les blogs, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, WeChat ou Pinterest.

13. PRIX AFFICHÉ

Les Distributeurs peuvent vendre des Produits de leur inventaire au prix qu'ils choisissent. Les Distributeurs peuvent faire de la publicité pour des offres incitatives non tarifaires suivantes en rapport avec des Produits : livraison gratuite, matériel de logo gratuit ou à prix réduit et échantillons de produits.

14. SOLLICITATION PAR EMAIL

Afin de respecter la législation et d'éviter de nuire à l'intégrité de la marque d'USANA, il est interdit aux Distributeurs d'envoyer des e-mails non sollicités pour promouvoir USANA, ses Produits et Opportunités Commerciales à des individus n'ayant pas spécifiquement demandé ces informations. Les demandes pour cesser les envois d'e-mails par les destinataires des e-mails doivent être honorées sans délai.

15. ENQUÊTES MÉDIAS

Les Distributeurs ne peuvent promouvoir les Produits ou Opportunités Commerciales par des interviews avec la presse, des articles dans des publications, reportages, blogs, ou toute autre source d'actualités publique, source

d'informations commerciales ou industrielles, sauf avec le consentement préalable d'USANA. Si un Distributeur reçoit une demande de membres de la presse ou d'un média traditionnel répandu (c.-à-d. médias nationaux, internationaux) lors d'un événement USANA, il doit transmettre cette demande à ethics@usanainc.com.

16. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

USANA est le propriétaire unique et exclusif de toutes les propriétés intellectuelles d'USANA, y compris les noms de produit, marques déposées, dénominations commerciales, emballages, brevets, droits d'auteur et droits liés, et secrets commerciaux (collectivement « Propriété Intellectuelle ») d'USANA. Sauf indications contraires communiquées par la Société, les Distributeurs reçoivent une licence limitée pour utiliser la Propriété Intellectuelle afin d'assurer la publicité des Produits d'USANA et promouvoir leur Activité USANA, conformément aux présentes Conditions et Politiques. Les Distributeurs ne peuvent pas utiliser la Propriété Intellectuelle à d'autres fins. La licence limitée de chaque Distributeur pour utiliser la Propriété Intellectuelle prend fin immédiatement lors de la cessation (quels que soient les raisons ou motifs de la cessation) de l'Activité du Distributeur. Au terme de la licence limitée, l'ancien Distributeur cessera sans délai d'utiliser la Propriété Intellectuelle, renverra toutes les copies de la Propriété Intellectuelle au format papier à USANA, et supprimera définitivement les copies électroniques de la Propriété Intellectuelle. Afin de protéger l'intégrité de la marque et la Propriété Intellectuelle d'USANA, les Distributeurs ne peuvent pas :

- Tenter d'enregistrer ou de vendre la Propriété Intellectuelle dans un quelconque pays ;
- Utiliser la Propriété Intellectuelle ou des dérivés ou une variation confusément similaire à celle-ci, sous des noms d'entité légaux, URL de site internet ou adresses e-mail ;
- Utiliser le nom de la Société dans un groupe de réseaux sociaux ou un nom d'utilisateur sauf si l'utilisation indique clairement que le Distributeur est indépendant ;
- Enregistrer ou reproduire des supports audios ou visuels des fonctions ou présentations d'entreprise d'USANA par des représentants, employés ou d'autres Distributeurs d'USANA ;
- Publier ou faire publier, sur des réseaux écrits ou électroniques, le nom, des photographies ou images, des supports de droits d'auteur ou la propriété d'individus associés à USANA, sans l'autorisation écrite expresse de l'individu et/ou d'USANA.

Les Distributeurs sont autorisés à utiliser « USANA » dans leur nom d'utilisateur de réseaux sociaux ou nom de profil si le Distributeur :

- Inclut son nom ou le nom de son activité comme étant lié à USANA, et ;
- S'identifie clairement comme Distributeur indépendant dans la bio de son profil.

Si la page des réseaux sociaux est destinée à un groupe, privé ou public, un seul référent doit figurer dans la bio ou le profil.

17. UTILISATION DU NOM, DE LA PHOTOGRAPHIE ET DE L'IMAGE DU DISTRIBUTEUR

Les Distributeurs accordent à USANA une licence gratuite et irrévocable pour utiliser le nom, le témoignage, l'image, la photographie, les enregistrements vidéos et/ou audios, ainsi que toute autre image propre du Distributeur (« l'Image du Distributeur ») dans les supports promotionnels d'USANA. Cette licence est accordée pour toute la durée du Contrat et ce pendant une période de 10 (dix) ans à compter de sa résiliation, pour quelque motif que ce soit. Cette licence comprend les droits pour USANA de reproduire, copier, publier, diffuser, exposer, modifier, distribuer, promouvoir ou utiliser l'Image du Distributeur dans tous les médias connus ou élaborés ultérieurement à des fins commerciales et promotionnelles, sur une base internationale. **DANS LA MESURE DU POSSIBLE EN VERTU DES LOIS EN VIGUEUR, LES DISTRIBUTEURS RENONCENT EXPRESSEMENT À TOUS LES DROITS PUBLICITAIRES ET RENONCENT ÉGALEMENT À LA RÉMUNÉRATION POUR L'UTILISATION PAR USANA DE L'IMAGE DU DISTRIBUTEUR.**

18. BOUTIQUES DE SERVICE

Afin de protéger l'intégrité de la marque d'USANA, les Distributeurs peuvent exposer et vendre au détail des Produits uniquement dans des installations étant principalement des entreprises de services (définies comme entreprises lorsque les services constituent la source de revenus principale). Les installations approuvées comprennent, sans limitation, les spas, salons d'esthétique, cabinets de médecins généralistes et chiropracteurs. Aucune bannière de produit ou autre support publicitaire USANA ne peut être exposé au grand public de manière à attirer le grand public dans son établissement pour acheter des Produits. Les Distributeurs ne sont pas autorisés à commercialiser ou vendre des Produits dans d'autres types de magasins de ventes au détail (c.-à-d. des entreprises n'étant pas des entreprises de service lorsque les services ne constituent pas la source de revenus principale). Les boutiques de ventes au détail non autorisées comprennent, sans limitation, les magasins ou boutiques de ventes au détail de briques et de ciment et les kiosques.

19. VENTES EN LIGNE

Les Distributeurs, à l'exception des Distributeurs ayant le statut de VDI («Vendeur à Domicile Indépendant»), peuvent promouvoir et vendre les produits en ligne (réseaux sociaux, site internet sous leur contrôle). Les Distributeurs ayant un statut de VDI peuvent générer des ventes en ligne UNIQUEMENT via USANA à travers le site personnel mis à leur disposition.

Les Distributeurs peuvent vendre des Produits par le biais de sources en ligne, telles qu'un site de réseaux sociaux ou un site internet sous le contrôle du Distributeur. Afin de protéger l'intégrité de la marque d'USANA et la capacité d'autres Distributeurs de participer de manière effective à l'Opportunité Commerciale, les ventes en ligne ne sont PAS autorisées sur les sites internet de petites annonces, les sites de ventes aux enchères, les sites d'e-commerce ou les sites d'exécution de commandes, y compris, mais sans limitation Amazon, Marketplace de Facebook, eBay, Craigslist, Taobao, et Leboncoin. La promotion de Produits par des médias en ligne approuvés doit respecter toutes les politiques en matière de promotion et de marketing figurant dans les présentes Conditions et Politiques. Si un Distributeur vend des Produits par son/ses site(s) de réseaux sociaux, le volume de ventes généré par le(s) site(s) doit être attribué à l'un des Centres d'Affaires exploités par le Distributeur dont le site de réseaux sociaux a généré la vente. Le Volume de Ventes ne peut pas être attribué au Centre d'Affaire d'autres Distributeurs et le Volume de Ventes issu d'une commande unique ne peut pas être réparti entre plusieurs Centres d'Affaires détenus par le Distributeur.

20. RECRUTEMENT NON AUTORISÉ ; PARTICIPATION DANS D'AUTRES SOCIÉTÉS DE VENTES DIRECTES

Pendant toute la durée du Contrat et pendant une période de douze (12) mois après l'expiration ou la résiliation du Contrat par l'une des parties, pour quelque motif que ce soit, un Distributeur ne peut pas promouvoir des Produits ou recruter des Distributeurs, Clients Privilégiés ou Clients pour rejoindre, de quelque façon que ce soit, une Société des Ventes Directes Concurrente.

Le terme « Recruter » signifie le parrainage, la sollicitation, le recrutement, l'encouragement ou les efforts, directs ou indirects, réels ou tentés pour exercer une influence de toute autre manière. Cela comprend les actions qui causeraient la résiliation ou la limitation de la relation commerciale entre tout Distributeur, Client ou Client Privilégié et USANA. Le terme « Promouvoir » signifie vendre, proposer à la vente ou promouvoir les produits de la Société de Ventes Directes Concurrente à tout Distributeur ou Client actuel par tous les moyens, y compris, mais sans limitation, l'utilisation de sites internet, blogs ou autres sites de réseaux sociaux sur lesquels ils discutent de ou promeuvent

ou ont discuté de ou ont promu l'Opportunité Commerciale ou les Produits.

Les Distributeurs peuvent participer à d'autres activités de Ventes Directes, à condition qu'ils continuent à respecter les présentes Conditions et Politiques et informent USANA dans les cinq (5) jours ouvrables de leur implication dans une Société de Ventes Directes. Les Distributeurs rejoignant une autre Société de Ventes Directes ne peuvent pas :

- Avoir accès aux informations confidentielles d'USANA portant sur les Clients Privilégiés ou les Clients, y compris mais sans limitations, les listes de Clients incluses dans la Business Accelerator Suite ;
- Être éligibles aux avantages de reconnaissance, y compris aux voyages récompenses et à la prise de parole lors d'événements, etc. ;
- Transférer leur Activité ; et
- Participer aux programmes de leadership ou de Bonus Élite d'USANA.

La Société a donné aux Distributeurs l'accès à ses Informations Confidentielles qui sont précieuses et confidentielles pour la Société, à des formations spécialisées et à des stratégies de ventes et de marketing. Par conséquent, le Distributeur convient que cette partie est équitable et raisonnable, nécessaire pour protéger l'activité de la Société et de ses filiales et que cette Partie n'empêche pas le Distributeur de gagner sa vie.

21. PRODUITS CONCURRENTS ET NON SOLLICITATION

Les Distributeurs n'indiqueront ou ne suggéreront pas que le fait de rejoindre USANA constitue une obligation de rejoindre d'autres opportunités commerciales ou d'acheter un autre produit ou service. Les Distributeurs n'indiqueront pas non plus que les produits ou opportunités n'étant pas d'USANA sont recommandés, encouragés ou impératifs pour réussir chez USANA. Les Distributeurs ne cibleront ou n'approcheront pas spécifiquement des Distributeurs ou Clients Privilégiés pour participer à des programmes de formation n'étant pas approuvés par USANA.

22. DÉBAUCHAGE EN CROSSLINE

Le débauchage en crossline est strictement interdit. Le « Débauchage en crossline » est défini comme le recrutement ou la tentative de recrutement d'un individu ou d'une entité étant un Client ou un Client Privilégié actuel ou ayant un Contrat de Distribution enregistré avec USANA, ou ayant eu un Contrat similaire dans les six (6) mois civils précédents au sein d'une ligne de Parrainage différente.

- Les Distributeurs ne peuvent pas dévaloriser, discréditer ou invalider d'autres Distributeurs dans le but d'attirer un autre Distributeur pour rejoindre l'Équipe du premier Distributeur.

- Les Distributeurs ne doivent pas promettre plus de réussite dans leur Équipe que dans une autre.
- Si un Distributeur est approché par, ou approche un Distributeur en crossline, il doit diriger et encourager ce Distributeur à retourner vers sa Ligne Ascendante d'origine.
- Lorsqu'un Distributeur ou Client Privilégié potentiel accompagne un Distributeur à une réunion ou occupe une fonction USANA, aucun autre Distributeur USANA ne peut recruter le prospect pour le faire entrer chez USANA pendant une durée de quatorze (14) jours ou à moins que et jusqu'à ce que le Distributeur ayant amené le prospect à cette fonction conseille au Distributeur que le prospect a choisi de ne pas être recruté par USANA et que le Distributeur ne recrute plus le prospect pour qu'il rejoigne USANA, peu importe quelle situation survient en premier. Les violations de cette politique sont particulièrement préjudiciables pour la croissance et les ventes d'autres Distributeurs et d'USANA.

23. NON-DÉNIGREMENT

Les Distributeurs ne doivent pas dénigrer, ridiculiser, discréditer, railler, dévaloriser, fustiger ou agir de façon inéquitable envers USANA, d'autres Distributeurs, des Produits, du Programme de Rémunération, des employés d'USANA, d'autres sociétés (y compris des concurrents) ou des produits, services ou activités commerciales d'autres sociétés. Tel qu'utilisé dans le présent paragraphe, « dénigrement » signifie tout élément non flatteur et/ou négatif, que cette communication soit véridique ou fausse. Aucun élément figurant dans la présente Section ne sera interprété de manière à interdire un Distributeur de réclamer des compensations ou déposer plainte, y compris de questionner la validité de la disposition de non-responsabilité des présentes Conditions et Politiques, auprès de la FDA ou toute autre autorité répressive ou à participer à une enquête menée par la FDA ou toute autre autorité répressive, bien que les Distributeurs aient renoncé à tout droit de dommages et intérêts, ou remplir les obligations des Distributeurs à fournir un témoignage ou des informations véridiques, si cela est requis par un tribunal ou par la Loi.

24. UNE ACTIVITÉ PAR DISTRIBUTEUR

Un Distributeur peut exercer, recevoir une rémunération de ou avoir un intérêt, légal ou équitable, en tant que membre, propriétaire, actionnaire, fiduciaire ou bénéficiaire unique dans une seule entreprise. Cependant, nonobstant la présente règle, le conjoint d'un Distributeur peut également être recruté comme Distributeur et exercer une seconde Activité aussi longtemps que l'Activité du conjoint est placée sous l'un des Centres d'Affaires du Distributeur et non dans une organisation en crossline (sauf si le Distributeur

avait exercé son activité pendant une période raisonnable avant son mariage avec un autre Distributeur ou avait hérité de l'Activité avant son mariage avec un autre Distributeur). L'Activité du conjoint doit être une Activité indépendante de bonne foi qui est exercée par le conjoint.

25. TRANSFERT DU CONTRAT

Un Distributeur (le « Cédant ») peut vendre ou transférer son Activité à un individu, un partenaire, un fiduciaire, ou une entreprise (le « Cessionnaire ») après avoir demandé et reçu l'accord d'USANA, lequel accord sera à l'entière discrétion d'USANA, et ne sera pas refusé de manière déraisonnable. Le processus de révision et d'approbation ne démarrera pas avant qu'USANA ait reçu tous les documents requis dans le Formulaire de Demande de Transfert d'Activité.

USANA n'approuvera pas la cession ou le transfert d'une Activité :

- Qui implique un Distributeur actuellement en violation du Contrat ou faisant l'objet d'une enquête pour un motif similaire ;
- À un individu ou une entité qui est un Distributeur actuel ou en entité qui est un titres de participation dans une Activité ou a eu des titres de participation dans, ou exploité une Activité ;
- Si soit le Cédant soit le Cessionnaire opère actuellement dans une autre Société de Ventes Directes ;
- Si le paiement pour l'acquisition de l'Activité est financé par le Cédant ou le Cessionnaire ne paie pas la valeur du marché ; ou
- Si USANA détermine que l'acquisition par, ou le transfert au, Cessionnaire ne serait pas dans le meilleur intérêt d'USANA ou les Distributeurs dans la Ligne Ascendante ou la Ligne Descendante de l'Activité.

Le Cédant fera en sorte que le Cessionnaire accepte l'Activité « TELLE QUELLE ». Aucun changement dans la ligne de Parrainage ne peut résulter du transfert d'une Activité. Toutes les sommes dues au Cédant par le Cessionnaire comme faisant partie de la vente ou du transfert d'une Activité doivent être payées dans leur intégralité à la date de transfert ou avant celle-ci. Suite au transfert d'une Activité, le Cédant ne peut pas avoir d'intérêt financier dans l'Activité, y compris, sans limitation, ne peut pas recevoir de paiements issus de l'Activité pour des ventes survenant après la date de transfert. En outre, un Cédant ne peut pas prendre part à la gestion ou au contrôle d'une Activité après la date de transfert, y compris, sans limitation, à la promulgation de conseils professionnels généraux au Cessionnaire.

À titre de contrepartie additionnelle dans le cadre de l'approbation du transfert, si elle est accordée, et outre les restrictions pour les Distributeurs résiliés visés aux Conditions et Politiques d'USANA,

le Cédant accepte expressément que, pendant un an suivant l'exécution de cette Demande de Transfert d'Activité par USANA, le Cédant ne travaillera pas pour ou avec, en tant qu'employé, contractant indépendant ou autre, une Société de Ventes Directes Concurrente. Le Cédant reconnaît et accepte que cette restriction relative au travail pour ou avec une Société de Ventes Directes Concurrente est raisonnable afin de protéger l'activité et l'intérêt exclusif d'USANA et du Cessionnaire. Le Cédant accepte également que cette restriction est raisonnable tout comme la durée d'un an et reconnaît et accepte que le respect de cette restriction ne constituera pas un fardeau indûment lourd. Les Parties comprennent et acceptent que, si le Cédant travaille pour ou avec une Société de Ventes Directes Concurrente en violation de la présente disposition, USANA peut réclamer des dommages et intérêts ou d'autres réparations, y compris la résiliation du contrat transféré auquel elle peut être éligible. USANA se réserve également le droit de réclamer des dommages et intérêts ou d'autres réparations, y compris la résiliation du contrat transféré auquel elle peut être éligible si elle apprend que le Cédant a enfreint des dispositions du Contrat de Distribution ou les Conditions et Politiques d'USANA, ou que la représentation ou d'autres informations contenues dans cette Demande de Transfert d'Activité sont erronées ou incomplètes.

Avant que l'Activité ne soit transférée à une tierce partie, USANA aura le droit de premier refus pour l'acquisition de l'Activité. USANA aura le droit d'acquérir l'Activité pour au moins :

- Les mêmes conditions que celles offertes à, et acceptées par, une tierce partie qui est prête à, souhaite et est en mesure de réaliser ; ou La juste valeur de marché de l'activité, telle que déterminée par un expert commercial professionnel qui est mutuellement accepté par USANA et le Distributeur. Les frais de cette expertise seront pris en charge par USANA.

26. SÉPARATION DE PARTENAIRES COMMERCIAUX

Si une Activité conjointement détenue est dissoute ou transférée à un sous-ensemble des propriétaires originaux, le(s) individu(s) ou entité(s) qui a/ont cédé dans l'Activité d'origine peut/peuvent soumettre sa/leur candidature en tant que nouveau(x) Distributeur(s) seulement après six (6) mois sans aucune activité commerciale USANA, ce qui comprend, sans limitation, la formation, la promotion de Produits ou d'Opportunités Commerciales et le Recrutement.

27. CHANGEMENTS DE PARRAINAGE/ PLACEMENT

USANA n'autorisera aucun changement dans le Placement et/ou le Parrainage, sauf dans les cas suivants :

- Lorsqu'un Distributeur a été incité de manière frauduleuse ou contraire à l'éthique à rejoindre USANA ;
- Lorsqu'un Placement et/ou un Parrainage incorrect a été effectué à cause d'une erreur de la part d'un Distributeur, un changement dans le Placement et/ou le Parrainage peut être effectué pour corriger cette erreur si une demande de changement est faite dans les dix (10) jours suivant le Recrutement ;
- Si l'Activité d'un Distributeur est inactive pendant six (6) mois consécutifs, le Distributeur peut cesser son Activité et immédiatement rejoindre un autre Placement. Aux fins de la présente Politique uniquement, « inactive » signifie qu'aucune commande de Produit n'a été passée dans les Centres d'Affaires du Distributeur.

Si un Distributeur cesse son Activité par écrit, le Distributeur peut rejoindre le Parrain de son choix une fois une période d'attente de six (6) mois consécutifs échue, période durant laquelle l'ancien Distributeur ne peut s'engager dans une activité commerciale USANA (telle que définie dans la présente Section), que ce soit pour lui-même ou indirectement pour un autre Distributeur.

28. RECRUTEMENTS CONFLICTUELS

Chaque Distributeur potentiel a le droit ultime de choisir son propre Parrain. En règle générale, le premier Distributeur qui travaille de manière effective avec un Distributeur potentiel est considéré avoir un droit de préemption sur le Parrainage. Dans le cas où un Distributeur potentiel, ou un Distributeur au nom d'un Distributeur potentiel, soumet plus d'un Contrat de Distribution à USANA indiquant un Parrain différent sur chacun d'entre eux, la Société considérera alors valide le premier Contrat de Distribution qu'elle reçoit, accepte et traite. S'il y a des questions relative au Parrainage d'un Distributeur, la décision finale sera prise par USANA.

29. ANTI-MANIPULATION

Pour aider à garantir le respect des lois s'appliquant aux sociétés de Ventes Directes, le fait de manipuler le Programme de Rémunération par un Distributeur ou un Distributeur travaillant avec une autre tierce partie est strictement interdit.

La manipulation comprend, mais n'est pas limitée à :

- Des recrutements fictifs, y compris l'usage de coordonnées ou d'identifications ou d'informations erronées ou incomplètes ne pouvant pas être vérifiées au moyen d'efforts raisonnables ;

- Des recrutements d'individus n'ayant pas connaissance de leur Recrutement, ayant peu ou pas de connaissance en ce qui concerne leur Activité ou n'ayant aucune intention d'exercer une Activité ;
- Des recrutements d'individus en tant que Distributeurs ayant souhaité devenir des Clients uniquement ;
- Des achats excessifs de Produits ou des dons de Produits, tels que déterminés par la Société à son entière discrétion, uniquement à des fins de qualification pour des commissions, bonus ou avances dans le Programme de Rémunération. Un Distributeur ne peut pas acheter plus de Produits qu'il ne peut de manière raisonnable revendre au Client final ou personnellement consommer dans une Période de quatre semaines consécutives, ni encourager d'autres à le faire ;
- Des retours abusifs pour remboursements ;
- La participation à des achats en Ligne Descendante (passer une commande dans un Centre d'Affaires autre que celui où la vente a été générée) ;
- Ne pas parvenir à soumettre des candidatures de Distributeurs ou de Clients Privilégiés sous un jour ouvrable ; et
- Toute autre conduite illégale, frauduleuse ou immorale.

Les Distributeurs acceptent que la Société ajuste et récupère toute rémunération accordée suite à une manipulation du Programme de Rémunération, peu importe si le destinataire de la rémunération était complice ou non de cette manipulation. Le Distributeur s'engage à restituer toutes sommes d'argent, qui selon la Société, ont été attribuées suite à une manipulation du Programme de Rémunération ou à remplir toutes les formalités nécessaires permettant à la Société de conserver les sommes de paiements futurs au Distributeur.

30. VENTES AUTORISÉES

Les Distributeurs sont autorisés uniquement à vendre des Produits aux Clients, comme cela est défini dans les présentes. Les Distributeurs ne peuvent pas vendre ou transférer des Produits à des personnes ou entités que le Distributeur pense ou à des raisons de penser qu'elles ont l'intention de revendre ces Produits. Les Distributeurs ne peuvent pas vendre ou transférer une quantité de Produits à un individu supérieure à celle que l'individu peut personnellement consommer dans une Période de quatre semaines consécutives.

31. ACTIONS DE TIERS

Si un tiers agissant au nom de, ou avec l'aide active ou passive ou à la connaissance d'un Distributeur, s'engage dans une conduite qui constituerait une violation des présentes Conditions et Politiques, la conduite de la tierce partie peut être imputée au

Distributeur, et l'Activité du Distributeur peut être cessée.

32. ACTIVITÉ INTERNATIONALE

Les Distributeurs peuvent vendre et promouvoir des Produits, l'opportunité et les services USANA ou Recruter des Distributeur ou Client potentiel uniquement dans les pays dans lesquels USANA est approuvée, comme cela est annoncé dans les communications officielles d'USANA. Si un Distributeur souhaite exercer son activité dans un pays autorisé autre que celui dans lequel le Distributeur est recruté et dont il est résident, le Distributeur doit respecter toutes les lois et réglementations en vigueur et les politiques USANA spécifiques à ce pays, y compris vendre uniquement ces Produits qui sont spécifiquement conçus, formulés, étiquetés et approuvés pour ce marché spécifique.

33. BABYCARE

Nonobstant la Section 32, seuls les ressortissants chinois enregistrés avec BabyCare en tant que Distributeur BabyCare peuvent exercer des activités commerciales en Chine continentale. Les Distributeurs non enregistrés avec BabyCare ne peuvent pas exercer d'activités commerciales en Chine continentale, y compris, mais sans limitation, la formation, la promotion et le recrutement en Chine. Les Distributeurs ne peuvent pas envoyer de Produits USANA en Chine.

34. RESPECT DE LA LOI

Les Distributeurs doivent obéir à toutes les lois, réglementations et ordonnances s'appliquant à l'Activité du Distributeur.

35. EXIGENCES EN MATIÈRE DESOIN ET DU CONTRÔLE QUALITÉ DES PRODUITS

Les Distributeurs ne peuvent réétiqueter, modifier ou manipuler les étiquettes sur des Produits, informations, supports, emballages ou programmes USANA de quelque façon que ce soit. Les Produits USANA doivent être vendus dans leur emballage d'origine uniquement. Toute manipulation de ce type rendra la couverture d'assurance de responsabilité civile des produits nulle pour le Distributeur et soumettra le Distributeur à des sanctions civiles et pénales graves. Immédiatement à la réception des Produits, les Distributeurs doivent inspecter les Produits et leur emballage pour vérifier qu'il n'y ait pas de défauts, de sceaux brisés, de traces de falsification ou autres non conformités (un « Défaut »). Si un Défaut est identifié, ne pas proposer le Produit à la vente et le signaler immédiatement à USANA. Les Distributeurs doivent également inspecter régulièrement l'inventaire pour repérer les Produits arrivés à ou proches de la date d'expiration et retirer ces Produits de l'inventaire. Les Distributeurs ne peuvent pas vendre des Produits ayant dépassé leur date de péremption, étant arrivé à expiration ou se trouvant dans les

quatrevingt-dix (90) jours précédant sa date de péremption. Les Produits doivent être stockés dans un endroit frais et sec, à l'abri de la lumière du soleil et dans un environnement dans lequel les Produits et l'emballage des Produits ne sont pas susceptibles d'être endommagés physiquement. Les Distributeurs doivent également coopérer avec USANA en ce qui concerne les rappels de Produit ou autres efforts de diffusion des informations relatives à la sécurité des clients.

36. VENTES AU DÉTAIL

Pour aider à respecter les lois s'appliquant aux sociétés de Ventes Directes, les Distributeurs doivent vendre des produits afin de pouvoir prétendre aux commissions. Ces Clients peuvent être des Clients de détail, des Clients Privilégiés ou une combinaison des deux. Les Distributeurs sont tenus de fournir aux Clients de détail un reçu numérique ou deux (2) copies papier du Reçu de Ventes au Détail officiel USANA. Les Distributeurs doivent conserver tous les reçus de ventes au détail pendant une durée de dix (10) ans et les fournir à USANA à la demande de la Société.

37. COMMISSIONS ET AJUSTEMENTS

Les commissions et bonus sont payés selon la vente de Produits. USANA ajustera en conséquence les commissions et bonus gagnés issus des ventes qui sont ensuite restituées ou remboursées. USANA déduira le Volume de Ventes imputable au Produit renvoyé/remboursé du Volume du Groupe du Distributeur de Ligne Ascendante une fois le remboursement traité.

USANA verse les commissions chaque semaine. Un Distributeur doit réviser ses commissions et signaler les erreurs ou différences à USANA sous trente (30) jours à compter de la date de vérification de la commission. Les erreurs ou différences n'ayant pas été portées à l'attention d'USANA pendant cette période de 30 jours seront considérées comme abandonnées par le Distributeur.

Aucune somme ne sera payée aux ou acceptée par les Distributeurs pour une vente, sauf au moment de la livraison du Produit et après le délai de rétractation.

Sauf exigence légale contraire, les commissions et bonus qu'USANA se trouve dans l'incapacité de verser au Distributeur après des tentatives infructueuses d'USANA de localiser le Distributeur, seront soumis à la politique en matière de Commissions Non Réclamées d'USANA se trouvant sur Le Hub.

38. TAXE DE VENTE

« Taxe de Vente » fait référence à la TVA imposée sur le prix de vente aux Distributeurs (le « Prix de Vente »). Dans certains cas, le Prix de vente ne comprend pas la taxe de vente. La Taxe de Vente sera imposée sur le prix de vente et réglée à l'autorité fiscale concernée par le contribuable

lorsque celui-ci n'est pas en franchise en base de TVA, comme cela est défini par la législation en vigueur. Dans les pays ou les cas où USANA est tenue de verser la Taxe de Vente aux autorités fiscales, USANA aura alors le droit de refacturer la Taxe de Vente aux Distributeurs en plus du prix de vente.

39. LIVRAISON ET RISQUE DE PERTE

USANA peut livrer des Produits aux Distributeurs par transporteur. Si USANA expédie des Produits par transporteur, les Distributeurs acceptent de payer le transport, le traitement et autres charges pertinentes inhérentes à l'expédition pour couvrir les frais d'expédition des Produits des entrepôts d'USANA à l'adresse de livraison du Distributeur. La livraison des Produits est achevée lorsqu'USANA remet les Produits au transporteur public, et la propriété des Produits et le risque de leur perte ou dommage pendant le transport est transféré aux Distributeurs à ce moment.

40. POLITIQUE DE RETOUR

Garantie Satisfaction : USANA offre une garantie satisfait ou remboursé sur tous les Produits et Outils de Ventes, y compris le Kit de Bienvenue. Si, pour quelque raison que ce soit, un acheteur (y compris des Distributeurs) n'est pas satisfait d'un Produit ou Outil de Ventes (y compris le Kit de Bienvenue), l'acheteur peut renvoyer les Outils de Ventes (y compris le Kit de Bienvenue) ou tout Produit inutilisé sous trente (30) jours à compter de la date d'achat pour un échange ou un remboursement à cent pour cent (100 %), frais de port déduits.

Les Distributeurs doivent honorer cette garantie de remboursement envers leurs Clients de détail personnels outre l'application des garanties légales. Si, pour quelque motif que ce soit, un Client de détail du Distributeur n'est pas satisfait d'un Produit USANA acheté auprès du Distributeur, ce Client de détail peut renvoyer le Produit au Distributeur auprès duquel le Produit a été acheté. Si le Client de détail demande un remboursement, le Distributeur qui a vendu le Produit au Client de détail doit immédiatement rembourser le prix d'achat du Client de détail (frais de transports déduits). Les Clients de détail doivent retourner le Produit au Distributeur qui le lui a vendu. USANA n'acceptera pas de Produit retourné directement des Clients de détail. Le Distributeur contactera ensuite le Service Client pour demander un remboursement/échange.

La garantie satisfaction ne s'applique pas aux Produits et Outils de Ventes achetés auprès d'individus n'étant pas des Distributeurs ou aux Produits achetés par des réseaux de distribution non autorisés, y compris, mais sans limitation, Amazon ou eBay.

Retours de Produit et Outil de Ventes : Les acheteurs peuvent retourner des Produits ou Outils de Ventes (y compris le Kit de Bienvenue)

jusqu'à un an après la date d'achat pour un remboursement à cent pour cent (100 %) (frais de port déduits) si le Produit se trouve dans un état permettant de le remettre en vente. Le Produit est dans un état permettant de le remettre en vente s'il n'est pas ouvert, n'a pas été utilisé et l'emballage et l'étiquetage n'ont pas été modifiés ou endommagés. Le Produit qui est clairement identifié au moment de la vente comme nonrepris, en liquidation, retiré de l'offre ou comme un article saisonnier, ou qui se trouve dans les trois (3) mois de sa date de péremption indiquée, n'est pas dans un état permettant de le remettre en vente.

Les Outils de Ventes, y compris le Kit de Bienvenue, peuvent être retournés à la Société pour un remboursement à cent pour cent (100 %) s'ils sont dans un état commercialisable. Pour être commercialisable(s), l'Outil/les Outils de Ventes doivent :

- Ne pas avoir été ouvert(s) ni utilisé(s) ;
- Ne pas être endommagé(s) ou modifié(s) ; et
- Être dans un état tel qu'il est raisonnable de le(s) revendre au tarif normal.

Tous les retours de Distributeur doivent être initiés par le titulaire du compte avec lequel le Produit a été acheté.

41. RETOURS POUR ANNULATION

Les Clients, Clients Privilégiés et Distributeurs récemment recrutés disposent de quatorze (14) jours pour annuler leur achat original et obtenir un remboursement intégral.

42. RETOURS ABUSIFS

Si USANA juge qu'un Distributeur abuse de la garantie satisfaction, elle remboursera le Distributeur conformément à la Section 40 et pourra mettre un terme à l'Activité du Distributeur.

43. DURÉE ET RENOUVELLEMENT D'UNE ACTIVITÉ USANA

La durée d'un Contrat de Distribution est d'un (1) an à compter de la date de recrutement (sous réserve d'une résiliation préalable en vertu des présentes Conditions et Politiques). USANA facture aux Distributeurs des frais de renouvellement commerciaux annuels de 20 €. USANA facturera automatiquement les frais sur la carte de crédit ou le compte bancaire du Distributeur enregistré(e) auprès d'USANA à la date anniversaire de la candidature du Distributeur. USANA se réserve le droit de mettre un terme à tous les Contrats de Distribution par un préavis de trente (30) jours si la Société décide de : (1) cesser les opérations commerciales ; (2) se dissoudre en tant qu'établissement commercial ; ou (3) cesser la distribution de ses Produits et/ou services par le réseau de distribution de la vente directe.

44. ENQUÊTE ET AVIS DE VIOLATIONS DE LA POLITIQUE

Si USANA pense ou a des raisons de penser qu'un Distributeur a enfreint, ou viole, des conditions du Contrat, y compris, mais sans limitation, les présentes Conditions et Politiques, le Service d'Éthique et de Formation mènera une enquête sur la conduite présumée. USANA se réserve le droit de conserver les bonus, commissions ou autres rémunérations durant le déroulement d'une enquête. Les résultats de l'enquête seront soumis au Comité d'Éthique pour décision. Si, lors de l'examen de l'enquête, le Comité d'Éthique considère qu'il est approprié de prendre des mesures, y compris, mais sans limitation, la résiliation du Contrat de Distribution, le Service d'Éthique et de Formation informera le Distributeur de sa/ses conclusion(s). Les avis écrits doivent être délivrés d'une manière commercialement raisonnable, y compris, mais sans limitation, par e-mail envoyé à l'adresse e-mail du Distributeur enregistrée auprès de la Société.

45. CONFORMITÉ

La violation du Contrat, les comportements illégaux, frauduleux, déloyaux ou douteux ou toute action ou omission par un Distributeur que la Société juge de manière raisonnable comme pouvant nuire à sa réputation ou son fonds de commerce, peut entraîner la résiliation, la suspension et/ou d'autres mesures adéquates pour répondre à cette conduite inappropriée. Le Distributeur s'engage, par ailleurs, à respecter les obligations du Code Éthique de la Vente Directe, et du Code de Conduite des Entreprises de Vente Directe dont un exemplaire est annexé aux présentes.

46. PROCESSUS D'APPEL

Un Distributeur ou ancien Distributeur peut faire appel d'une décision du Comité d'Éthique auprès du Comité d'Appels d'Éthique d'USANA. L'appel du Distributeur doit être effectué par écrit et doit être reçu par le Service d'Éthique et de Formation. Si le Distributeur interjette un appel, cela sera révisé par le Service d'Éthique et de Formation et soumis au Comité d'Appels d'Éthique. Le Comité d'Appels d'Éthique révisera la décision par le Comité d'Éthique et informera le Distributeur de sa décision. Cette décision du Comité d'Appel d'Éthique sera définitive. Avant de lancer une procédure de règlement de litige, les Distributeurs doivent complètement épuiser le processus d'appel d'USANA.

47. EFFET DE LA CESSATION

Suite à la date d'entrée en vigueur de la cessation de l'Activité d'un Distributeur pour quelque raison que ce soit, l'ancien Distributeur n'aura aucun droit, titre, revendication ou intérêt par rapport à son ancienne Activité, l'Équipe que l'ancien Distributeur gérait ou bonus et/ou commissions

des ventes générées par son ancienne Équipe. Suite à la résiliation du Distributeur, pour quelque motif que ce soit, l'ancien Distributeur ne se présentera pas comme un Distributeur USANA, n'aura pas le droit de vendre des Produits ou services USANA, doit supprimer tout signe USANA visible du public et doit cesser d'utiliser les autres supports revêtant le logo, la dénomination commerciale ou la marque de service USANA. Un Distributeur qui résilie volontairement son Contrat recevra des commissions et bonus uniquement pour la dernière semaine civile complète précédant sa résiliation.

Un Distributeur dont le Contrat est résilié par USANA contre son souhait recevra des commissions et bonus uniquement pour la dernière semaine civile complète précédant la résiliation. Néanmoins, si les sommes sont retenues pendant l'enquête, le Distributeur n'a pas le droit de percevoir ses sommes, peu importe que la cessation soit volontaire ou involontaire. Le Distributeur n'a pas aucun autre droit pour recevoir des commissions ou bonus suite à cette cessation.

La cessation du Contrat, conformément à ses conditions générales, ne donnera pas au Distributeur le droit de réclamer des compensations pour la clientèle générée ou la perte de chiffre d'affaires.

48. PROTECTION DES INFORMATIONS

Confidentielles Les Informations Confidentielles d'USANA comprennent, mais sans limitation, les listes de Distributeurs et/ou Clients conservées par USANA et toutes les informations relatives aux secrets commerciaux pouvant entrer en la possession d'un Distributeur ou les données comprises dans les Rapports de Généalogie. Un Distributeur ne peut pas utiliser les Informations Confidentielles d'USANA à des fins autres que le développement de son Activité. Pour protéger l'intégrité de la marque et la propriété intellectuelle d'USANA, un Distributeur ne pourra pas, pour le propre compte du Distributeur ou celui d'une tierce partie :

- Divulguer des Informations Confidentielles à des tierces parties ; ou
- Utiliser les rapports ou informations contenues dans les rapports, à des fins autres que la création ou l'exercice de l'Activité du Distributeur.

La présente disposition survivra au terme ou à l'expiration du Contrat de Distribution.

49. INDEMNISATION

Le Distributeur consent à indemniser et tenir indemne USANA en ce qui concerne les réclamations, dommages, pertes, amendes, pénalités, jugements, règlements ou autres dépenses, y compris, mais sans limitations, honoraires d'avocats raisonnables d'USANA, résultant de la violation par un Distributeur du

Contrat, de l'utilisation inappropriée de Produits ou d'infractions à la loi et tout autre acte ou omission survenant au cours et dans le cadre de l'exercice de son Activité. Les dispositions de la présente section survivent à la cessation du Contrat.

50. AMENDEMENTS

USANA peut, à sa discrétion, qui sera exercée de manière raisonnable et en toute bonne foi, à tout moment amender le Contrat, y compris, sans limitation, les présentes Conditions et Politiques. Les amendements entreront en vigueur trente (30) jours après que l'avis d'amendement ait été publié sur Le Hub. Une communication par email sera également envoyée à l'adresse email enregistrée du Distributeur. Les Distributeurs conviennent que, trente (30) jours après cet avis, les modifications deviendront effectives et seront automatiquement intégrées au Contrat comme une disposition en vigueur et contraignante. Un Distributeur peut décider de ne pas adhérer aux amendements proposés en résiliant son Contrat avant la date d'entrée en vigueur de ces amendements proposés. La participation continue d'un Distributeur à l'Opportunité Commerciale à ou après la date d'entrée en vigueur des amendements constitue l'acceptation du Contrat amendé. Sauf accord exprès par un Distributeur, les amendements ne sont pas rétroactifs à une conduite qui est survenue avant la date d'entrée en vigueur de l'amendement.

51. ACCEPTATION DES RISQUES

Un Distributeur comprend que lorsqu'il est en déplacement pour se rendre ou revenir de réunions, événements, activités, ateliers, séminaires ou rassemblements liés à la Société, il le fait comme une partie de son activité indépendante et en aucune façon en qualité d'employé, ou d'agent de la Société, nonobstant le fait que sa présence peut être basée en tout ou partie sur l'invitation de la Société, ou l'accord avec la Société d'être présent. Il assume tous les risques et responsabilités pour ce type de déplacement.

52. MODIFICATION DE LA RENONCIATION AU PARRAINAGE

Si un Distributeur change de manière inappropriée de Parrain, USANA se réserve le droit unique et exclusif de déterminer la dissolution définitive de l'Équipe qui a été développée par le Distributeur dans sa seconde ligne de Parrainage. **LES DISTRIBUTEURS RENONCENT À TOUTE RÉCLAMATION À L'ENCONTRE D'USANA ET DES PARTIES LUI ÉTANT LIÉES RELATIVE À OU RÉSULTANT DE LA DÉCISION D'USANA CONCERNANT LA DISSOLUTION D'UNE ÉQUIPE DÉVELOPPÉE EN DESSOUS D'UN DISTRIBUTEUR QUI A CHANGÉ DE PARRAIN DE MANIÈRE INAPPROPRIÉE.**

53. CONTRAT INTÉGRÉ

Le Contrat est l'expression finale de la compréhension et de l'entente entre le Distributeur et la Société (collectivement les « Parties ») concernant tous les points abordés dans le Contrat et remplace tous les contrats antérieurs et actuels (aussi bien verbaux qu'écrits) entre les parties. Le Contrat invalide toutes les notifications, notes internes, conclusions, discussions et descriptions relatives à l'objet du Contrat. Le Contrat ne peut pas être modifié ou amendé, excepté dans les cas prévus dans le présent Contrat. L'existence du Contrat ne peut pas être contredite par la preuve d'un présumé accord oral ou écrit antérieur ou actuel. Si une divergence existe entre les conditions du Contrat et les indications verbales faites à un Distributeur par un employé de la Société ou un autre Distributeur, les conditions et exigences écrites expresses du Contrat prévaudront.

54. FORCE MAJEURE

USANA ne sera pas tenue responsable ou ne sera pas responsable à l'égard du Distributeur, et ne sera pas considérée comme s'étant trouvée en défaut ou ayant violé le présent Contrat, des défauts ou retards dans la réalisation ou l'exécution des conditions du présent Contrat, si et dans la mesure où ce défaut ou ce retard est causé par ou résulte d'actes au-delà du contrôle d'USANA, y compris, sans limitation, les cas de force majeure suivants (« **Cas de Force Majeure** ») : (a) les dommages causés par le sort ; (b) inondations, incendies, séismes, tsunamis, épidémies, pandémies, autres désastres ou catastrophe(s) ; (c) guerres, invasions, hostilités (que la guerre soit déclarée ou non), menaces ou actes terroristes, émeutes ou troubles civils ; (d) ordonnance gouvernementale ou loi ; (e) actions, embargos, ou blocages en vigueur à ou après la date du présent Contrat ; (f) action par des autorités gouvernementales ; (g) urgence nationale ou régionale ; (h) grèves, arrêts de travail ou ralentissements, ou autres perturbations industrielles ; (i) manque d'installations électriques ou de transports appropriées ; et (j) autres événements au-delà du contrôle raisonnable d'USANA.

55. RUPTURE

Si des dispositions du Contrat, telles qu'elles existent actuellement ou telles qu'elles peuvent être amendées, se révèlent invalides, illégales ou inapplicables pour quelque motif que ce soit, ces dispositions seront reformulées uniquement dans la mesure où cela est nécessaire pour les rendre applicables et si elles ne peuvent pas être ainsi reformulées, seules les dispositions invalides seront supprimées du Contrat. Les termes et dispositions restants demeureront pleinement en vigueur et seront interprétés comme si ces dispositions invalides, illégales ou inapplicables n'avaient jamais compromis une partie du Contrat.

56. SURVIE LES DISPOSITIONS DU PRÉSENT

Les clauses du contrat visées dans les Sections 20, 31, 32, 48, 49, 50, 63 et tout recours pour l'infraction de celles-ci survivront à l'annulation ou à l'expiration du Contrat.

57. RENONCIATION

Aucun défaut d'exercice de la part d'USANA et aucun retard dans l'exercice des droits ou recours dans le cadre du Contrat ne fonctionnera comme une renonciation ; ni aucune renonciation simple ou partielle de violation d'une disposition du Contrat n'agira ou ne sera interprétée comme une renonciation des violations ultérieures ; ni aucun exercice simple ou partiel des droits ou recours du Contrat n'exclura ces derniers ou l'exercice d'autres droits ou recours accordés par les présentes ou par la Loi. Uniquement dans de rares circonstances, il sera possible de renoncer à une politique et cette renonciation sera mise par écrit et signée par un agent habilité d'USANA. Cette renonciation s'appliquera uniquement à ce cas spécifique.

58. AUCUNE DÉPENDANCE

Les Distributeurs devront chercher leurs propres conseils professionnels (légaux, financiers, fiscaux, etc.) relatifs à leur Activité ; USANA ne fournit pas de conseils professionnels aux Distributeurs.

59. TITRES

Les titres dans les présentes Conditions et Politiques sont à titre de référence uniquement et ne modifient en rien le fond des dispositions.

60. TRADUCTIONS

Si des divergences existent entre la version française des Conditions et Politiques et le Contrat et la traduction de ces derniers, la version française prévaudra.

61. TERMES EN MAJUSCULES

Tous les termes en majuscules utilisés dans les présentes et n'ayant pas été définis autrement auront les significations visées dans le Programme de Rémunération.

62. DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL ET DROIT DE CONFIDENTIALITÉ DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL DU DISTRIBUTEUR

USANA Health Sciences, Inc., société de l'Utah, et USANA (collectivement « UHS ») sont les contrôleurs de données et responsables des données à caractère du Distributeur.

Comment les données à caractère personnel des Distributeurs utilise-t-elle collectées ?

UHS collectera certaines des données à caractère personnel du Distributeur (étant les informations liées au Distributeur et à partir desquelles le Distributeur peut directement ou indirectement être identifié) par les canaux UHS approuvés, y compris la plateforme en ligne UHS, les

communications électroniques et les supports UHS officiels fournis au Distributeur.

Quelles données à caractère personnel UHS collectet-elle ?

UHS peut collecter différents types de données à caractère personnel groupés de la manière suivante :

- Les données relatives à l'identité comprennent les prénoms, le nom de jeune fille, le nom de famille, le nom d'utilisateur ou identifiant similaire, le statut marital, le titre, la date de naissance, le lieu de naissance, le pays de citoyenneté, la langue maternelle, l'âge, les revenus et le sexe.
- Les Coordonnées comprennent l'adresse de facturation, l'adresse de livraison, l'adresse e-mail et les numéros de téléphone.
- Les Informations Financières comprennent le compte bancaire et les détails de carte de paiement.
- Les Données de Transaction comprennent les détails relatifs aux paiements aux et des Distributeurs et d'autres détails sur les produits et services que les Distributeurs ont acheté auprès d'UHS.
- Les Informations Techniques comprennent l'adresse de protocole internet (IP), les informations de connexion du Distributeur, le type et la version du navigateur, le réglage et l'emplacement du fuseau horaire, les types et version de plug-in du navigateur, le système d'exploitation et la plateforme, ainsi que les autres technologies sur les appareils que les Distributeurs utilisent pour accéder aux sites internet et autres services en ligne d'UHS.
- Les Données de Profil comprennent le nom d'utilisateur et le mot de passe du Distributeur, les intérêts, préférences, commentaires et réponses aux enquêtes du Distributeur.
- Les Données d'Utilisation comprennent les informations sur la manière dont le Distributeur utilise le site internet, les produits et services d'UHS.
- Les Données Marketing et Communications comprennent les préférences du Distributeur en ce qui concerne la réception des supports marketing de la part d'UHS et de tierces parties et les préférences en communication du Distributeur.

Comment UHS sont-elles les données à caractère personnel ?

UHS peut traiter les données à caractère personnel du Distributeur aux fins nécessaires pour l'exécution de son contrat avec le Distributeur, y compris le présent Contrat de Distribution, les contrats auxiliaires au présent Contrat de Distribution et les contrats pour la fourniture de produits et services et pour satisfaire ses obligations légales. Cela comprend le traitement

des détails du Distributeur aux fins de commandes et d'administration générale, y compris l'éligibilité et le paiement dans le cadre du Programme de Rémunération.

UHS peut traiter les données à caractère personnel du Distributeur aux fins de ses propres intérêts légitimes, à condition que ces intérêts n'outrepassent pas les droits de confidentialité du Distributeur. Cela comprend le traitement à des fins marketing, commerciales, de création, de développement, statistiques et de management, y compris l'analyse et le suivi de transactions et la création de profils marketing afin de permettre à UHS de servir au mieux le Distributeur.

UHS peut traiter les données à caractère personnel du Distributeur à certaines autres fins avec le consentement du Distributeur.

UHS peut traiter les données à caractère personnel sur plus d'un motif légal selon la fin spécifique pour laquelle UHS utilise les données.

Fins pour lesquelles UHS utilise les Données à caractère personnel du Distributeur

Lorsque cela est autorisé par la Loi, UHS peut utiliser les Données à caractère personnel du Distributeur aux fins suivantes :

- Traiter la candidature du Distributeur ;
- Traiter, remplir et informer le Distributeur de l'état des commandes de produits du Distributeur ;
- Développer des rapports de généalogie en Ligne Descendante ou autres rapports commerciaux liés ;
- Fournir les services du Distributeur, tels que la planification et la simplification des réunions et formations ;
- Administrer les avantages du Distributeur ;
- Développer et mettre en place les politiques, plans marketing et stratégies ;
- Publier des informations personnelles dans les newsletters, supports promotionnels et communications d'entreprise ou au sein du groupe d'UHS ;
- Fournir des coordonnées de prospects ;
- Respecter les lois en vigueur et les exigences réglementaires et aider dans les enquêtes gouvernementales ou de police ; et
- Autres fins directement liées à ce qui précède.

UHS utilise les Données Financières du Distributeur à des fins de facturation et de prévention des fraudes.

Partage des Données à caractère personnel du Distributeur

UHS peut, aux fins visées pour lesquelles elle utilise les données à caractère personnel du Distributeur, lorsque la loi l'y autorise, partager les données à

caractère personnel du Distributeur avec les tierces parties suivantes :

- Le personnel UHS et ses filiales ayant besoin d'accéder aux informations personnelles du Distributeur pour s'acquitter de leurs responsabilités ;
- Les agents, contractants, fournisseurs, vendeurs ou tierces parties chargés de l'expédition, du traitement des paiements, des outils internet, de la prévention des fraudes, des services administratifs, marketing, promotionnels, d'imprimerie ou autres services à UHS ou ses filiales, y compris les centres de distribution, auditeurs, médecins, fiduciaires, compagnies d'assurance et actuaire ;
- Les Parrains et responsables de Ligne Ascendante pouvant avoir besoin d'accéder aux informations personnelles des Distributeurs en Ligne Descendante afin de contrôler l'activité de ventes et le développement commercial dans leurs groupes de ventes personnels ;
- Les agences gouvernementales ou autres organismes gouvernementaux, de police ou réglementaires appropriés afin de satisfaire les exigences légales en matière de sécurité et de réglementation ;
- Les conseillers professionnels, y compris les avocats, banquiers, auditeurs et assureurs offrant des services de conseil, bancaires, légaux, d'assurance et comptables à UHS ; et
- Les conseillers/agents nommés par UHS ou ses filiales pour prévoir, fournir et/ou administrer les gains des Distributeurs.

UHS peut divulguer des informations, y compris des données à caractère personnel à des tierces parties suite à ou dans la perspective d'une vente, d'une fusion, d'une consolidation, d'une modification du contrôle, d'un transfert d'actifs importants, d'une réorganisation ou d'une liquidation éventuelle d'UHS. Si cela se produit, UHS prendra les mesures appropriées afin de garantir la sécurité permanente des données à caractère personnel conformément à la Politique de Confidentialité et la Législation en matière de protection des données. Si un changement survient quant à l'activité d'UHS, les nouveaux propriétaires peuvent alors utiliser les données à caractère personnel du Distributeur de la même façon que celle visée dans la présente Politique de Confidentialité.

Transferts Internationaux

Les Informations Personnelles du Distributeur peuvent être stockées et traitées dans tout pays où UHS est présente. USANA Health Sciences, Inc. est basée aux États-Unis et les données à caractère personnel du Distributeur seront transférées vers et traitées aux États-Unis.

Sécurité des Données

UHS a mis en place des mesures de sécurité appropriées au risque des données à caractère personnel d'être accidentellement perdues, utilisées ou consultées de manière non autorisée, modifiées ou divulguées. UHS limite l'accès aux données à caractère personnel du Distributeur à ces parties dont les besoins sont professionnels. Ils traiteront les données à caractère personnel du Distributeur uniquement à la demande d'UHS et ils sont soumis à un devoir de confidentialité. UHS a également mis en place des procédures pour gérer les violations présumées de données à caractère personnel et informera le Distributeur et les régulateurs concernés d'une violation lorsqu'UHS est tenue de le faire en vertu de la Loi.

Conservation de données

UHS conservera uniquement les données à caractère personnel du Distributeur aussi longtemps que cela est nécessaire pour parvenir aux fins pour lesquelles elles ont été collectées et dont la durée de conservation est déterminée par la nature et la durée de la relation du Distributeur avec UHS.

Pour déterminer la durée de conservation appropriée pour les données à caractère personnel, UHS tient compte de la quantité, de la nature et de la sensibilité des données à caractère personnel, du risque de dommage potentiel d'une utilisation ou d'une divulgation non autorisée des données à caractère personnel du Distributeur et si UHS peut parvenir à ces fins par d'autres moyens, ainsi que les exigences légales en vigueur.

Dans certains cas, UHS peut rendre les données à caractère personnel anonymes ou leur attribuer un pseudonyme de telle sorte qu'il ne puisse plus y avoir d'assimilation avec le Distributeur, auquel cas UHS peut utiliser ces informations sans en informer le Distributeur.

Droits Légaux du Distributeur

Selon le pays de résidence du Distributeur, ce dernier aura certains droits légaux en ce qui concerne ses données à caractère personnel.

Si le Distributeur souhaite recevoir des informations supplémentaires ou exercer des droits, y compris le droit de s'opposer au traitement de ses données à caractère personnel ou de retirer son consentement pour le traitement de ses données à caractère personnel, veuillez cliquer ici ou contacter USANA à dataprivacy@usanainc.com.

Données à caractère personnel des Clients et autres Distributeurs

Le Distributeur accepte que, au cours de l'exploitation d'une activité USANA, le Distributeur collecte et/ou traite des données à caractère personnel de Clients ou d'autres tierces parties, y compris d'autres Distributeurs (« Données à caractère personnel de tierces parties »),

Le Distributeur traitera alors ces données à caractère personnel comme un agent de traitement de données au nom d'USANA en tant que responsable des données dans les termes de la législation en matière de protection des données en vigueur, et le fera uniquement à des fins et avec les moyens visés dans les présentes et uniquement conformément aux présentes Conditions et Politiques (qui constituent les instructions écrites d'UHS en tant que contrôleur des données), à moins que le Distributeur soit tenu de traiter des Données à caractère personnel de tierce partie en vertu de la législation en matière de protection des données en vigueur.

Le Distributeur peut uniquement traiter les Données à caractère personnel de tierce partie qui ont été collectées par les canaux ou supports approuvés par USANA (tels que les formulaires Client) fournis au Distributeur. Le Distributeur peut uniquement traiter les Données à caractère personnel de tierce partie à des fins de développement et d'exercice de l'activité USANA du Distributeur, y compris l'exécution du contrat avec le tiers concerné, conformément aux avis de confidentialité fournis à cette tierce partie dans le formulaire contenu dans les Supports officiels USANA.

Le Distributeur veillera à ce que des mesures de sécurité appropriées soient en place, révisées et approuvées par USANA, afin de protéger contre le risque de traitement non autorisé ou illégal de Données à caractère personnel de tierce partie et contre la perte accidentelle ou la destruction ou le dommage sur ces données à caractère personnel. Le Distributeur informera USANA dès que possible et dans tous les cas sous vingtquatre (24) heures après avoir pris connaissance d'une violation de données impliquant des Données à caractère personnel de tierce partie et aidera USANA à réagir aux violations de données, aux demandes d'un sujet de données, y compris tout exercice des droits d'un sujet de données et démontrera le respect de la législation en matière de protection des enregistrements de ses activités de traitement sous la forme fournie par USANA.

Le Distributeur ne peut pas transférer des Données à caractère personnel de tierce partie à l'extérieur du pays de résidence du Distributeur autrement que par le téléchargement pour stockage sur les serveurs sécurisés d'USANA. Le Distributeur ne peut pas désigner d'agent de traitement tiers pour traiter les Données à caractère personnel de tierce partie.

Outre les dispositions de la présente section de la Politique de Confidentialité des Conditions et Politiques, la portée, la nature, la fin et la durée du traitement des Données à caractère personnel de tierce partie et les types de données à caractère personnel traitées seront tels que visés dans la politique de confidentialité d'USANA publiée sur son site internet, dont les conditions font partie des instructions écrites d'USANA au Distributeur en tant qu'agent de traitement de données.

Lors de la résiliation du Contrat de Distribution, le Distributeur supprimera, sur demande écrite d'USANA, les Données à caractère personnel de tierces parties, sauf s'il est tenu de les conserver en vertu de la législation en vigueur en matière de protection de données.

63. ACCORD DE RÈGLEMENT DE LITIGE

Tout litige relatif aux informations précontractuelles, à la validité, l'exécution, l'interprétation ou la résiliation du Contrat fera l'objet d'une conciliation préliminaire que chaque Partie s'engage à respecter. La réclamation d'une Partie constituant un litige doit être adressée à l'autre Partie par écrit ; et l'autre Partie disposera d'un délai de 15 jours pour faire connaître sa position. À compter de la réponse de l'autre Partie, les Parties disposeront d'un délai de 30 jours pour tenter de régler le litige, si nécessaire en faisant appel à une tierce partie. Un tribunal peut être saisi uniquement si aucun accord n'est trouvé dans cette période de 30 jours.

Seul le Tribunal de commerce de Paris auquel les Parties ont attribué compétence sera compétent. La résolution des litiges se basera sur la loi française.

En vertu des dispositions de l'Article 2254 du Code Civil, toute réclamation résultant du présent Contrat (et relative aux informations précontractuelles, à sa validité, son exécution, son interprétation ou sa résiliation) sera prescrite à la fin d'une période de 1 an, démarrant le jour où le requérant a pris ou aurait dû prendre connaissance de l'événement donnant lieu au litige.

Le processus de médiation suspend le déroulement du délai de prescription à compter de la date à laquelle la réclamation est adressée par écrit à l'autre Partie, jusqu'à la fin de la période de 30 jours susmentionnée si aucun accord n'est trouvé.

64. DÉFINITIONS

Activité : Compte créé lorsqu'un individu ou une entité commerciale établit une relation contractuelle avec la Société.

Candidature (ou « Candidature du Distributeur ») : Le formulaire complété et signé par une personne souhaitant conclure un Contrat de Distribution avec la Société.

Centre d'Affaires : Le centre d'affaires de l'activité d'un Distributeur, par lequel le Produit est acheté et le Volume de Ventes est accumulé.

Client : Personne qui achète un Produit à des fins d'utilisation personnelle et qui n'a pas l'intention de revendre le Produit à des tiers.

Client Privilégié : Individu qui achète des Produits pour sa consommation personnelle directement auprès d'USANA à un tarif réduit. Les Clients Privilégiés ne sont pas autorisés à revendre le produit et ne participent pas au Plan de Rémunération.

Contrat : Contrat légalement contraignant entre la Société et le Distributeur comprenant la Candidature du Distributeur, les Conditions et Politiques et le Plan de Rémunération.

Distributeur : Contractant indépendant autorisé par la Société dans le cadre du Contrat à acheter et revendre des Produits aux Clients, recruter d'autres Distributeurs et participer au Programme de Rémunération de la Société. La relation d'un Distributeur avec la Société est régie par le Contrat.

Équipe : L'équipe d'un Distributeur comprend tous les Clients Privilégiés et les Distributeurs endessous de lui dans l'organisation de vente.

Informations confidentielles : Informations relatives à l'activité d'USANA pouvant être fournies ou mises à la disposition des Distributeurs, que ce soit par écrit, par voie électronique, oralement ou sous toute autre forme, qui sont confidentielles, exclusives et/ou généralement non mises à la disposition du public, y compris, sans limitation, les secrets commerciaux, la propriété intellectuelle d'USANA, l'identité et les coordonnées des Distributeurs et Clients et les données incluses dans les Rapports de Généalogie ou autres rapports non publics.

Kit de bienvenue : Une sélection de supports de formation et littérature d'assistance commerciale de la Société que chaque nouveau Distributeur achète. Le Kit de bienvenue est vendu aux Distributeurs à prix coûtant, ne donne droit à aucune commission et est le seul achat exigé pour devenir Distributeur.

Le Hub : Le logiciel back office d'USANA.

Ligne Ascendante : La ligne directe de Parrainage audessus d'un Distributeur.

Ligne Descendante : Tous les Distributeurs se trouvant endessous d'un Distributeur spécifique dans une ligne de Parrainage.

Opportunités Commerciales : Activités déterminées par la Société comme étant une promotion des Produits de la Société ou du Programme de Rémunération.

Organisation Crossline : Distributeurs n'étant pas directement audessus ou endessous de vous dans votre ligne de placement de Parrainage.

Outils de Ventes : Supports créés par la Société, de toute sorte, à des fins de ventes de Produit, recrutement ou formation de Distributeurs.

Parrain : Ligne ascendante directe d'un Distributeur.

Parties liées : Tous les agents, administrateurs, propriétaires, employés, agents ou entités affiliées d'USANA. Les Parties Liées sont visées comme des bénéficiaires tiers du Contrat aux fins du Contrat faisant spécifiquement référence à eux.

Période de quatre semaines consécutives : Un ensemble de quatre périodes de paie consécutives (quatre vendredis).

Placement : Le positionnement d'un Distributeur dans la ligne descendante de son Parrain.

Prix de commande automatique : Dix (10) pour cent inférieur au prix préférentiel.

Produits : Les produits que les Distributeurs sont autorisés à commercialiser et vendre en vertu du Contrat.

Programme de Rémunération : Le dispositif spécifique utilisé par la Société décrivant les détails et exigences de la structure de rémunération pour les Distributeurs.

Rapport de Généalogie : Rapport généré par la Société qui fournit des données exclusives relatives aux identités et aux informations de ventes de l'Équipe d'un Distributeur.

Recrutement (recruter) : Le fait d'établir une relation contractuelle avec la Société dans le but d'exercer une activité indépendante.

Société de Ventes Directes : Société qui vend des produits ou services directement aux clients par le biais d'une force de ventes indépendante, dans un environnement n'étant pas de la vente au détail.

Société de Ventes Directes Concurrente : Société de ventes directes qui vend des compléments alimentaires, produits alimentaires et énergétiques, produits cosmétiques ou tout autre produit lié à la santé et au bien-être similaires ou concurrents aux Produits.

Support USANA officiel : Support publicitaire et informatif que la Société fournit en ce qui concerne les Produits et les Opportunités commerciales.

USANA ou Société : USANA Health Sciences (France) S.A.S.

Ventes directes : Entreprises de vente directe, marketing de réseau ou commercialisation à paliers multiples.

Volume de groupe : Le volume de ventes de produits donnant droit à commission généré par l'Équipe d'un Distributeur.

Kit de bienvenue : Une sélection de supports de formation et littérature d'assistance commerciale de la Société que chaque nouveau Distributeur achète. Le Kit de bienvenue est vendu aux Distributeurs à prix coûtant, ne donne droit à aucune commission et est le seul achat exigé pour devenir Distributeur.

Annexe 1
Code éthique de la vente directe



Code Éthique de la Vente Directe

1 Présentation Générale

1/1 Avant-propos

La Vente Directe est une démarche commerciale qui se caractérise par la présence physique simultanée d'un Consommateur et d'un Vendeur hors établissement commercial.

Ce mode de distribution est régi par une législation protégeant le Consommateur et qui doit être respectée à la fois par le Vendeur, par le Consommateur et l'Entreprise. Des règles professionnelles complémentaires ont paru nécessaires dans le cadre du présent Code Éthique de la Vente Directe (le «Code Éthique»).

Le Code Éthique publié par la FVD intègre le code mondial de la Vente Directe publié par la Fédération mondiale des Associations de Vente Directe (*World Federation of Direct Selling Associations* - WFDSA) ainsi que le code européen de la Vente Directe publié par l'Association européenne de Vente Directe (SELDIA).

Il a pour finalité la mise en œuvre de règles professionnelles appliquées par l'Entreprise et les Vendeurs dans le cadre de leur démarche commerciale et de la satisfaction des Consommateurs avec des Produits et services de qualité. Le Code Éthique précise les conditions d'intervention du Vendeur, la loyauté de son comportement vis-à-vis du Consommateur et les dispositions propres à améliorer la qualité du service au Consommateur.

1/2 Définitions

Dans le cadre du Code Éthique, les termes utilisés ont la signification suivante :

Bon de commande : le document contractuel, valant facture, remis au Consommateur au moment de la conclusion du contrat.

Commission Paritaire de Médiation de la Vente Directe (« CPMVD ») : instance indépendante et paritaire ayant pour mission de traiter gratuitement les réclamations qui surviennent à l'occasion de la conclusion ou l'exécution d'un contrat de Vente Directe entre un Consommateur et une Entreprise adhérente de la FVD ou une entreprise ayant conclu une convention avec la FVD.

La CPMVD est présidée par un professeur de la faculté de droit, entouré de représentants d'organisations nationales de Consommateurs agréées et de représentants d'Entreprises adhérentes de la FVD.

Consommateur : toute personne physique qui est susceptible d'effectuer des achats hors d'un lieu destiné à la commercialisation et qui n'entrent pas dans le champ de son activité principale exercée dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole pour conclure un contrat de Vente Directe.

Document d'informations précontractuelles : le document

non contractuel qui doit être remis au Consommateur avant la conclusion d'un contrat de vente ou de fourniture de services.

Entreprise : une société qui utilise une structure de Vente Directe pour la commercialisation de Produits sous sa marque, un label ou tout autre symbole d'identification.

Fédération de la Vente Directe («FVD») : l'association professionnelle regroupant les Entreprises de Vente Directe et représentant les intérêts de la Vente Directe en France.

La FVD est membre de la Fédération mondiale des Associations de Vente Directe (WFDSA) et de l'Association européenne de Vente Directe (SELDIA).

Produit(s) : ce terme inclut les biens et les services.

Vendeur(s) : une ou des personnes salariées ou indépendantes (mandataire, commissionnaire, acheteur-revendeur ou courtier) à qui une Entreprise confie la commercialisation de ses Produits auprès des Consommateurs.

Vente Directe : toute méthode de vente basée sur l'explication et la démonstration de Produits à un Consommateur par un Vendeur Direct hors établissement commercial, y compris par voie numérique.

1/3 Le Code Éthique et la réglementation

Chaque Entreprise adhérente à la FVD s'engage à se conformer au Code Éthique, condition nécessaire à son adhésion et maintien au sein de la FVD.

Chaque Entreprise adhérente à la FVD s'engage à promouvoir son appartenance à la FVD et au Code Éthique auprès des Consommateurs.

Les Entreprises et les Vendeurs se conforment aux lois et règlements des États dans lesquels elles exercent leur activité et s'assurent que leurs Vendeurs font de même.

Le Code est une démarche d'autorégulation décidée par les professionnels de la Vente Directe. Les règles du Code constituent un niveau d'attitude éthique qui dépasse les exigences de la législation actuelle.

1/4 Activités internationales

Les Entreprises et les Vendeurs Directs doivent se conformer à toutes les exigences de la loi dans chaque pays où leur activité est exercée.

Le respect des lois et des codes mondial et européen de la Vente Directe dans le cadre de ses activités internationales est une condition d'acceptation et de maintien de l'adhésion de l'Entreprise à la FVD.

Si une Entreprise adhérente de la FVD exerce son activité en dehors de l'État dans lequel elle est domiciliée, elle doit se conformer au code européen de la Vente Directe si l'activité a lieu au sein de l'Espace économique européen ou au code mondial de la Vente Directe si l'activité a lieu en dehors de l'Espace économique européen, sauf si cette activité relève

du code de déontologie d'un autre État, ceci comme condition d'adhésion et de maintien de cette Entreprise à la FVD.

Si une Entreprise fait l'objet d'une réclamation dans un État dont elle n'est pas membre, cette Entreprise doit accepter la compétence de l'administrateur du code éthique dans l'État où elle est domiciliée (ou, si cette Entreprise n'est pas membre dans l'État de son domicile, cette Entreprise doit accepter la compétence de l'association de Vente Directe de tout État dans lequel elle est membre d'une association de Vente Directe).

L'Entreprise supportera les coûts raisonnables encourus par l'administrateur du code de conduite de l'État dans lequel elle est domiciliée pour résoudre la réclamation.

En outre, l'administrateur du code de conduite dans l'État où l'Entreprise est domiciliée peut se coordonner avec l'administrateur du code éthique (s'il y en a un) de l'État dans lequel est domicilié le réclamant. En examinant la réclamation, l'administrateur du code éthique appliquera dans l'ordre de priorité suivant : (i) les règles du code éthique de l'État dans lequel la réclamation est déposée ou (ii) les règles du code éthique de l'État dans lequel l'Entreprise est domiciliée ou au minimum (iii) les règles fixées dans le code européen de la Vente Directe ou dans le code mondial de la Vente Directe, quand celles-ci s'appliquent.

Les Entreprises et leurs Vendeurs adoptent des pratiques commerciales loyales.

Lorsqu'une Entreprise quitte la FVD, elle n'est plus tenue de se conformer au Code Éthique. Cependant, les contrats conclus durant la période d'adhésion doivent respecter les règles du Code Éthique. L'Entreprise doit appliquer le Code Éthique tant que ses documents comportent le logo de la FVD.

② Les engagements vis-à-vis du Consommateur

2/1 Une identification du Vendeur et de l'Entreprise

Dès le premier contact avec le Consommateur, le Vendeur indique son nom, le nom et l'adresse de l'Entreprise, les Produits présentés et l'objet de la visite ou de la réunion. La FVD agréé ou délivre auprès des Entreprises adhérentes des cartes d'identification pour les Vendeurs afin d'être présentées aux Consommateurs.

2/2 Une information détaillée du Produit et de l'offre commerciale

Le Vendeur, qui dispose obligatoirement de la formation appropriée, effectue une présentation détaillée et loyale du Produit. Il communique les prix, les modalités de paiement, les conditions de crédit, la période de rétractation, les conditions de livraison et de garantie ainsi que les modalités du service après-vente.

Le Vendeur donne des réponses claires et précises aux questions des Consommateurs. Les informations communiquées verbalement ou par écrit sur le Produit, en particulier relatives à ses qualités, doivent être préalablement autorisées par écrit par l'Entreprise. La documentation remise doit comporter le nom, l'adresse et le numéro de téléphone de l'Entreprise.

L'Entreprise et le Vendeur n'utilisent pas de comparaisons

trompeuses et incompatibles avec une concurrence loyale. Les éléments de comparaison sont significatifs et vérifiables et sont présentés en respectant les règles d'une concurrence loyale.

Les références et les témoignages sont récents, autorisés, exacts et vérifiables.

2/3 Un service personnalisé de qualité

Les visites au domicile et les communications téléphoniques et électroniques sont effectuées dans le respect de la vie privée et à des horaires qui n'entraînent pas une gêne de la vie familiale. Le Vendeur interrompt l'entretien sur une simple demande du consommateur.

Le Vendeur justifie la confiance du Consommateur en prenant en compte son manque d'expérience commerciale, son âge, son état de santé, sa connaissance éventuellement limitée de la langue. Ainsi, le Vendeur s'interdit toutes pratiques condamnables tendant à provoquer une décision d'achat précipitée. Le Vendeur s'efforce d'adapter son offre commerciale aux besoins du Consommateur.

L'Entreprise et le Vendeur doivent prendre les dispositions nécessaires pour assurer la protection de toutes les informations privées fournies par le Consommateur, qu'il soit client ou prospect.

2/4 Un Document d'informations précontractuelles et un Bon de commande complets et lisibles

Un exemplaire du Document d'informations précontractuelles et du Bon de commande est remis au Consommateur. Il comporte notamment le nom, l'adresse et le numéro de téléphone de l'Entreprise, le nom du Vendeur, la désignation du Produit, le prix, la date de livraison, la période de rétractation éventuelle et toutes les conditions spécifiques du contrat. Ces documents doivent être datés et signés par le Consommateur. Toutes ces informations sont d'une parfaite lisibilité.

2/5 Un principe d'interdiction de paiement et un délai de rétractation

Le Document d'informations précontractuelles et le Bon de commande comportent un formulaire de rétractation dès lors que le Consommateur bénéficie de ce droit, qui permet dans ce cas au Consommateur d'annuler sa commande dans le délai légal de rétractation de 14 jours.

En outre, sauf autorisation légale dont l'Entreprise peut justifier, celle-ci ne reçoit aucun paiement pendant les 7 jours qui suivent la signature du Bon de commande.

Lorsqu'un droit de retour est offert au Consommateur en complément des exigences légales, les conditions en sont précisées dans le contrat.

2/6 Un service après-vente

Les conditions de garantie et de service après-vente, le nom et l'adresse de l'Entreprise garante, l'ouverture des droits et de la durée de la garantie sont indiqués sur le Document d'informations précontractuelles et le Bon de commande ou par un autre document systématiquement fourni au Consommateur.

L'Entreprise et le Vendeur traitent la commande du client conformément aux engagements contractuels pris et dans le respect de la date limite de livraison.

Toute commande est traitée aussi rapidement que possible et dans tous les cas dans les 30 jours suivant la date de signature du Bon de commande, sauf si les parties en ont convenu autrement.

Tout Produit qui ne répondrait pas aux caractéristiques indiquées est mis en conformité, échangé ou remboursé. L'objectif de la satisfaction client guide tout accord éventuel entre les parties.

L'Entreprise donne une réponse motivée aux réclamations des Consommateurs dans un délai de 30 jours calendaires.

2/7 Une médiation gratuite

En cas de réclamation et en l'absence d'accord avec l'Entreprise dans le délai de 30 jours calendaires, le Consommateur peut saisir gratuitement la Commission Paritaire de Médiation de la Vente Directe (CPMVD) d'un litige relatif à la démarche commerciale.

La CPMVD est également compétente pour les litiges impliquant des Entreprises qui ne sont pas adhérentes de la FVD lorsque celles-ci ont conclu une convention avec la FVD.

2/8 Communications commerciales

L'entreprise et le Vendeur doivent prendre les mesures nécessaires pour s'assurer que toutes publicités ou communications commerciales, incluant les communications numériques et sur les réseaux sociaux, sont conformes au droit applicable, au présent Code ainsi qu'au Code de la Chambre Internationale de Commerce et aux codes nationaux d'autorégulation de la publicité.

En aucun cas, les communications commerciales ne doivent contenir de descriptions de produits, d'allégations ou d'illustrations mensongères, imprécises, trompeuses ou déloyales. Ces communications doivent être facilement identifiables en tant que telles et ne pas cacher leur portée commerciale.

L'entreprise doit prendre des mesures claires et raisonnables pour s'assurer que les communications commerciales et documents afférents qui sont produits pour leur compte – y compris par le Vendeur – sont conformes aux éléments précités

La documentation et les courriers promotionnels, y compris numériques, doivent contenir le nom et les coordonnées de l'Entreprise et peuvent inclure les coordonnées du Vendeur.

③ Le respect du Code

3/1 La responsabilité de l'Entreprise

La responsabilité du respect du Code Éthique incombe en premier lieu à l'Entreprise, qui s'y est engagée en adhérant à la FVD.

En cas de litiges provenant de l'application du Code Éthique, les Entreprises fournissent une réponse motivée aux réclamations des Consommateurs dans un délai de 30 jours calendaires.

Toute Entreprise adhérente ou en cours d'adhésion à la FVD doit nommer en son sein un responsable du Code. Ce responsable doit s'assurer que son Entreprise se conforme au Code Éthique et répondre aux demandes formulées par l'administrateur du Code Éthique. Il sera le point de contact pour communiquer les principes du Code Éthique aux

Vendeurs, aux employés de l'Entreprise, aux clients et au public.

3/2 Le rôle de la FVD

L'adhésion d'une Entreprise à la FVD s'effectue suivant une procédure qui comprend l'examen de ses documents à l'attention des Consommateurs, et des documents contractuels ou d'information et de formation destinés à son réseau de Vendeurs, afin d'apprécier le respect par l'Entreprise des obligations légales et du Code Éthique.

La FVD nomme une personne physique ou morale indépendante en tant qu'administrateur du Code. Cet administrateur s'assurera que les Entreprises se conforment au Code Éthique par les moyens appropriés. L'administrateur du Code règlera toute réclamation de Consommateurs non résolue basées sur des violations du Code Éthique et produira un rapport annuel relatif au fonctionnement du Code Éthique.

3/3 La Commission Paritaire de Médiation de la Vente Directe (CPMVD)

La FVD met en place, avec ses membres et des organisations de Consommateurs agréées, la CPMVD pour régler toutes les réclamations non satisfaites des Consommateurs. Elle dispose d'une charte qui définit sa compétence et les conditions de son fonctionnement.

Sauf nécessité résultant de difficultés spécifiques, les réclamations sont traitées dans un délai de 2 mois. Conformément à l'article 2.7, la prise en charge des réclamations est gratuite pour les Consommateurs.

3/4 Les décisions et avis

A l'occasion des litiges liés à l'application du Code Éthique, les décisions prises par l'Entreprise peuvent comprendre l'annulation de la commande, le retour des marchandises, l'échange et/ou le remboursement, ainsi que toute autre décision appropriée, incluant des formations complémentaires ou des sanctions disciplinaires ou commerciales à destination des Vendeurs.

Les décisions prises par la FVD à l'encontre de l'Entreprise peuvent comprendre toute décision appropriée prévue par les statuts, dont l'élaboration de préconisations correctrices, d'injonctions ou de procédures disciplinaires.

Les avis rendus par la CPMVD dans le cadre d'une réclamation qui lui est soumise peuvent comprendre des propositions d'annulation de la commande, de retour des marchandises, d'échange et/ou de remboursement, ainsi que toute autre décision appropriée de nature à favoriser le règlement amiable du différend.

Le non-respect du Code Éthique ne crée pas, à lui seul, de droit à indemnisation spécifique d'un préjudice au sens des règles sur la responsabilité civile des Entreprises.

3/5 La diffusion du Code Éthique

La FVD, les Entreprises et les Vendeurs doivent prendre les mesures nécessaires pour faciliter la connaissance du Code Éthique par le Consommateur.

Le Code Éthique est librement consultable, notamment sur le site internet de la FVD ou sur demande. Des copies imprimées seront disponibles gratuitement pour le public.

Annexe 2
Code de conduite des entreprises de vente directe



Code de Conduite des entreprises de Vente Directe

1 Présentation Générale

1/1 Définitions

Dans le cadre du Code de Conduite, les termes utilisés ont la signification suivante :

Administrateur du Code de Conduite : toute personne physique ou morale indépendante nommée par la FVD pour surveiller l'application par les Sociétés adhérentes du Code de Conduite et pour solutionner les réclamations au titre du Code de Conduite.

Consommateur : toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole pour conclure un contrat de Vente Directe.

Fédération de la Vente Directe ("FVD") : l'association professionnelle regroupant les entreprises de Vente Directe et représentant les intérêts de la Vente Directe en France.

La FVD est membre de la Fédération mondiale des Associations de Vente Directe ("WFDSA") et de l'Association européenne de Vente Directe ("SELDIA").

Matériels d'aide à la vente : tout Produit conçu pour aider les Vendeur Directs à mener et développer leurs affaires et qui est vendu ou donné gratuitement aux Vendeur Directs et n'est pas prévu pour la vente aux Consommateurs.

Produit(s) : les biens et les services.

Recrutement : toute activité exercée dans le but d'offrir à une personne la possibilité de devenir un Vendeur Direct.

Revenus : tout gain obtenu par un Vendeur Direct. Les Revenus peuvent prendre la forme de commissions, marges de vente, salaires, récompenses, paiements forfaitaires, bonus ou toute autre forme de Revenus.

Société : une structure qui commercialise des Produits associés avec une marque commerciale, un label ou toute autre forme d'identification par le canal d'un Système de Distribution basé sur la Vente Directe et qui est adhérente de la FVD.

Système de Distribution : toute forme d'organisation et de méthodes de vente en vue de la commercialisation des Produits.

Vendeur Direct : une personne physique ou morale salariée ou indépendante (vendeur à domicile indépendant mandataire, commissionnaire, acheteur-revendeur ou courtier ; agent commercial, VRP, commerçant inscrit au registre du commerce et des sociétés, etc.), à l'exclusion des clients privilégiés, à qui une Société confie la commercialisation de ses Produits auprès des Consommateurs.

Un Vendeur Direct peut être autorisé à recruter d'autres Vendeurs Directs.

Les Vendeurs Directs ne peuvent être membres de la FVD et ne sont donc pas signataires du Code de Conduite. Ils doivent néanmoins appliquer le Code de Conduite dans le cadre de leur contrat avec une Société.

Vente Directe : toute méthode de vente basée sur l'explication et la démonstration de Produits à un Consommateur par un Vendeur Direct hors établissement commercial, y compris par voie numérique.

1/2 Champs d'application

La WFDSA et SELDIA publient un code de conduite cadre pour leurs membres que sont les associations nationales de Vente Directe.

Chaque association nationale de Vente Directe s'est engagée à adopter un code de conduite précisant le comportement des Sociétés et des Vendeurs Directs qui ajoute éventuellement des règles professionnelles aux dispositions législatives propres au pays concerné.

Le code national, pour la France, que nous intitulerons dans le présent document "Code de Conduite", traite des relations entre les Sociétés et les Vendeurs Directs d'une part, et les Sociétés adhérentes de la FVD entre elles d'autre part.

Le Code de Conduite doit être appliqué non seulement dans ses dispositions textuelles mais aussi dans son esprit.

Les Sociétés adhérentes de la FVD portent une attention particulière aux points suivants :

- les méthodes de recrutement des Vendeurs Directs,
- les programmes de formation des Vendeurs Directs,
- la perspective présentée aux Vendeurs Directs d'une activité professionnelle rémunératrice.

1/3 Activités internationales

Les Sociétés et les Vendeurs Directs doivent se conformer à toutes les exigences de la loi dans chaque pays où leur activité est exercée.

Le respect des lois et des codes mondial et européen de la Vente Directe dans le cadre de ses activités internationales est une condition d'acceptation et de maintien de l'adhésion de la Société à la FVD.

Si une Société adhérente de la FVD exerce son activité en dehors de l'État dans lequel elle est domiciliée, elle doit se conformer au code européen de la Vente Directe si l'activité a lieu au sein de l'Espace économique européen ou au code mondial de la Vente Directe si l'activité a lieu en dehors de l'Espace économique européen, sauf si cette activité relève du code de déontologie d'un autre État, ceci comme condition d'adhésion et de maintien de cette Société à la FVD.

Si une Société fait l'objet d'une réclamation dans un État dont elle n'est pas membre, cette Société doit accepter la compétence de l'administrateur du code de conduite dans l'État où elle est domiciliée (ou, si cette Société n'est pas membre dans l'État de son domicile, cette Société doit accepter la compétence de l'association de Vente Directe de tout État dans lequel elle est membre d'une association de Vente Directe). La Société supportera les coûts raisonnables encourus par l'administrateur du code de conduite de l'État dans lequel elle est domiciliée pour résoudre la réclamation.

En outre, l'administrateur du code de conduite dans l'État où la Société est domiciliée peut se coordonner avec l'administrateur du code de conduite (s'il y en a un) de l'État dans lequel est domicilié le réclamant.

En examinant la réclamation, l'administrateur du code de conduite appliquera dans l'ordre de priorité suivant : (i) les règles du code de conduite de l'État dans lequel la réclamation est déposée ou (ii) les règles du code de conduite de l'État dans lequel la Société est domiciliée ou au minimum (iii) les règles fixées dans le code européen de la Vente Directe ou dans le code mondial de la Vente Directe, quand celles-ci s'appliquent.

2 La conduite à l'égard des Vendeurs Directs

2/1 Respect du Code de Conduite par les Vendeurs Directs

Chaque Société adhérente à la FVD s'engage à se conformer au Code de Conduite, condition nécessaire à son adhésion et maintien au sein de la FVD.

Chaque Société doit exiger de ses Vendeurs Directs comme condition de participation et de maintien à l'organisation de vente de la Société, le respect du Code de Conduite.

Chaque Société adhérente à la FVD s'engage à promouvoir son appartenance à la FVD et au Code de Conduite auprès des Consommateurs.

Les Sociétés et les Vendeurs Directs se conforment aux lois et règlements des États dans lesquels sont exercées leurs activités et les Sociétés s'assurent que les Vendeurs Directs respectent cette obligation.

2/2 Information

Les Sociétés ne doivent pas présenter les avantages d'une activité de Vente Directe à tout candidat au recrutement de manière déloyale ou trompeuse.

Les Sociétés et les Vendeurs Directs communiquent des informations complètes et vérifiables sur les clauses du contrat proposé, et toute promesse devra être tenue.

Les modalités de rémunération doivent être transparentes, compréhensibles et sans équivoques.

Les Sociétés informent les Vendeurs Directs sur les perspectives de gains, les frais professionnels, les règles principales commerciales, fiscales, sociales applicables et sur les Revenus liés aux ventes réalisées soit par le Vendeur Direct lui-même, soit par les Vendeurs Directs qu'il anime.

Les Sociétés fournissent aux Vendeurs Directs toute information concernant les livraisons, les annulations et tout élément significatif dans le cadre du contrat entre les Sociétés et les Vendeurs Directs.

Les Sociétés et les Vendeurs Directs doivent mener leurs actions dans le respect de la vie privée du Vendeur Direct, en s'interdisant par exemple de présenter des perspectives d'évolutions personnelles ou familiales qui ne relèvent pas du domaine professionnel. Ils s'interdisent également de mener toute action auprès de Vendeurs Directs dans des domaines religieux, politiques ou de nature similaire.

2/3 Sources de Revenus

Aucun Revenu ne peut être versé du fait d'une simple action de recrutement.

Les Sociétés doivent adresser à chaque Vendeur Direct des états périodiques, au moins trimestriels, concernant leurs Revenus (commissions, primes, remises ou tout autre élément significatif, conformément au contrat signé entre la Société et le Vendeur Direct, et en accord avec les règles commerciales et les obligations sociales), et concernant les ventes, les paiements, les livraisons et les annulations.

Tout Revenu trouve son origine dans l'activité de vente, y compris les achats pour usage personnel des Vendeurs Directs. Ainsi, les Revenus du Vendeur Direct évoluent en fonction du prix de vente des Produits, du nombre de ses ventes et des ventes obtenues par le groupe de Vendeurs Directs qu'il a recruté, formé et animé.

Les informations fournies par les Sociétés concernant les ventes et les Revenus doivent être :

- a) véridiques, exactes, et présentées sous une forme qui n'est pas erronée, trompeuse, ou détournée, et
- b) basées sur des faits substantiels et documentés provenant du marché.

Les Sociétés sont libres de fournir des exemples de revenus ou de divulguer des fourchettes de revenus moyens aux Vendeurs Directs, sous réserve de respecter les dispositions listées ci-dessus.

Les Vendeurs Directs potentiels doivent :

- a) être informés que les ventes et les Revenus actuels varient d'une personne à une autre personne et dépendent de la compétence du Vendeur Direct, du temps et des efforts consacrés ainsi que d'autres facteurs, et
- b) être pourvus d'une information suffisante pour être capable d'une évaluation raisonnable des perspectives de Revenus.

2/4 Contrat écrit

La Société doit remettre au Vendeur Direct, avant le début de son activité, un contrat écrit sur support papier ou sur un autre support durable, signé à la fois par la Société et le Vendeur Direct.

Ce contrat doit contenir tous les éléments de la relation entre le Vendeur Direct et la Société.

Les Sociétés et les Vendeurs Directs ne doivent pas abuser par intérêt de la sphère privée d'un Vendeur Direct, de ses sensibilités sociales, intellectuelles ou émotionnelles.

Si un Vendeur Direct achète des Produits, du matériel de promotion ou de formation, des Matériels d'aide à la vente ou des mallettes de démonstration lorsqu'il débute ses

activités, le contrat établi par écrit doit lui accorder le droit de renvoyer, dans leur état initial, l'ensemble de ces achats qu'il a effectués, avec le remboursement complet des sommes qu'il a versées en paiement, s'il résilie son contrat par écrit, dans un délai de 30 jours à compter du jour de la signature du contrat.

2/5 Frais

Les Sociétés et Vendeurs ne peuvent pas exiger des Vendeurs ou futurs Vendeurs de verser un montant ne correspondant pas au prix coûtant pour les éléments suivants : frais d'entrée et de formation, frais pour du matériel promotionnel ou d'aide à la vente ou d'autres frais imposés pour entrer ou demeurer dans le système de vente. L'achat obligatoire de stocks de produits par le Vendeur Direct, lié au droit d'entrer ou de demeurer dans le système de vente ne pourra se faire qu'à un prix raisonnable.

Aucune Société ne doit exiger l'achat de Produits dans la démarche de Recrutement à l'exception du kit de démarrage sous réserve qu'il ne génère aucun profit pour la Société ou pour aucun Vendeur Direct.

Les frais d'administration et les autres dépenses nécessaires à l'exercice de l'activité supportés par un Vendeur Direct lors de son Recrutement ou au cours de son activité, et éventuellement sur une base périodique, à l'exception des achats de Produits destinés à la revente aux Consommateurs ou à sa consommation personnelle, ne doivent en aucun cas constituer une source de profits pour la Société ou une source de Revenus pour les Vendeurs Directs.

Tout frais demandé pour devenir ou rester un Vendeur Direct de la Société y compris tout service additionnel imposé par la Société (par exemple : formation en ligne, commerce électronique ou tout autre solution internet, coûts d'expédition) doit être totalement remboursable (réduit des commissions gagnées par le Vendeur Direct) dans l'éventualité de la rupture du contrat, dans les 30 jours du paiement. Les frais remboursables sont limités à ceux payés par le Vendeur Direct dans les 30 jours qui précèdent la rupture du contrat.

2/6 Supports de communication

Les Sociétés doivent interdire aux Vendeurs Directs de proposer aux autres vendeurs des supports, quels qu'ils soient, qui ne respectent pas les normes de l'entreprise. Ces propositions ne doivent jamais prendre un caractère obligatoire.

De surcroît, les Vendeurs Directs qui proposent des matériels promotionnels ou de formation qui sont approuvés par la Société et respectent la réglementation quels qu'en soit la forme et le support doivent (i) offrir seulement des matériels qui respectent les mêmes standards que ceux de la Société, (ii) s'interdire de présenter l'achat de ces matériels comme une exigence pour les autres Vendeurs Directs, (iii) fournir ces aides à la vente à un prix raisonnable et juste, sans aucun profit significatif pour le Vendeur Direct, équivalent au prix de matériels similaires généralement disponibles sur le marché et (iv) offrir une garantie de reprise écrite identique à la garantie de reprise de la Société que le Vendeur Direct représente.

Les Revenus perçus par des Vendeurs Directs pour la vente de matériels de formation et de promotion proposés pour devenir ou rester un Vendeur Direct sont, en réalité, une rémunération pour le Recrutement de Vendeurs Directs dans un système de vente qui doit être interdit.

Les Sociétés doivent prendre des mesures sérieuses et raisonnables pour s'assurer que les Matériels d'aide à la vente et les matériels similaires produits par des Vendeurs Directs respectent les règles du Code de Conduite et ne sont pas abusifs ou trompeurs.

2/7 Expiration du contrat

À la rupture du contrat d'un Vendeur Direct, la Société doit reprendre les stocks de Produits commercialisables, les mallettes de démonstration, le matériel de promotion ou de formation, les Matériels d'aide à la vente, acquis au cours des 12 derniers mois en état de revente ou d'utilisation, et les créditer sur la base du coût réel d'acquisition net éventuellement réduit d'une somme à la charge du Vendeur Direct qui ne peut dépasser 10% du coût réel d'acquisition net.

La Société peut réduire le montant remboursé de tout Revenu reçu par le Vendeur Direct à l'occasion de l'achat des Produits retournés.

2/8 Frais de stock et garantie de reprise

Les Sociétés traitent directement les commandes transmises par tous les Vendeurs Directs pour des achats de Produits destinés à la vente aux Consommateurs ou à la consommation personnelle des Vendeurs Directs et leur versent en contrepartie les commissions, primes et remises. Les Sociétés ne doivent pas exiger ou encourager les Vendeurs Directs à acheter des stocks de Produits d'un montant irréaliste, sans rapport avec le potentiel des ventes lié à la nature et à la compétitivité de ces Produits sur le marché. Les Sociétés doivent prendre des dispositions claires et raisonnables pour s'assurer que les Vendeurs Directs qui ont perçu des Revenus pour les ventes de leur équipe de Vendeurs Directs, ont également consommés ou vendus les Produits qu'ils ont achetés afin d'être admis à recevoir ces Revenus.

La politique de reprise des stocks invendus doit être clairement communiquée aux Vendeurs Directs.

L'exigence ou l'encouragement auprès d'un Vendeur Direct d'acheter des montants irréalistes de stock ou d'aides à la vente doit être considéré comme une pratique de Recrutement déloyale et trompeuse.

2/9 Non-discrimination

Les offres d'activité de vente des Sociétés sont proposées aux candidats potentiels sans aucune discrimination de genre, de race, d'appartenance religieuse, d'incidence spirituelle ou d'opinion politique.

Les Sociétés doivent interdire par écrit toute forme d'interaction entre l'activité professionnelle et les éléments précités de la vie privée.

2/10 Formation

Les Sociétés forment les Vendeurs Directs et ceux-ci forment le cas échéant les Vendeurs Directs qu'ils animent, grâce à des informations adaptées en contenu et en temps et comprenant au moins les lois spécifiques à la Vente Directe et les règles du Code de Conduite, les autres obligations légales du Vendeur Direct, la présentation de la Société et de ses Produits, ainsi que les conditions de vente ou de prestation et de crédit.

Les entreprises et les Vendeurs Directs ne doivent pas utiliser les programmes de formation en tant que source de profit.

3 La Conduite à l'égard des Adhérents

3/1 Principe

Les Sociétés adhérentes de la FVD s'engagent à pratiquer une concurrence loyale vis-à-vis d'autres Sociétés.

3/2 Recrutement

Les Sociétés et les Vendeurs Directs ne doivent attirer ou solliciter, directement ou indirectement, un Vendeur Direct ou un employé de l'organisation de vente ou de l'administration d'une autre Société par des annonces ou des communications se référant spécifiquement à cette Société. Ils s'interdisent tout débauchage systématique envers une Société.

3/3 Dénigrement

Les Sociétés s'engagent à ne pas dénigrer ni inciter les Vendeurs Directs à dénigrer les Produits, les ventes, le plan de marketing ou tout autre aspect d'une Société.

4 Application du Code de Conduite

4/1 Responsabilité de la Société

La responsabilité première du respect du Code de Conduite incombe d'abord à chaque Société, qui s'y est engagée en adhérant à la FVD. À ce titre, la Société contrôle la bonne application du Code de Conduite par ses Vendeurs Directs et met en place une structure disposant d'un pouvoir de sanctions. Dans le cas d'un manquement concernant le Code de Conduite, les Sociétés doivent faire tous les efforts raisonnables pour résoudre une plainte.

Chaque Société adhérente se doit de désigner un responsable du Code de Conduite. Ce responsable du Code de Conduite a la charge de faciliter la conformité de sa Société avec les règles du Code de Conduite et de répondre à toute demande de renseignement. Il est aussi le premier contact de la Société pour communiquer les principes du Code de Conduite aux Vendeurs Directs, aux employés, aux clients et d'une manière générale au public.

4/2 Rôle de la FVD

L'adhésion d'une Société à la FVD s'effectue suivant une procédure qui comprend l'examen de ses documents à l'attention des Consommateurs et des documents contractuels ou d'information et de formation destinés à son réseau de Vendeurs Directs afin d'apprécier le respect par la Société des obligations légales et du Code de Conduite.

4/3 Plainte d'une Société

Les plaintes d'une Société envers une autre Société ou la FVD peuvent être réglées par un médiateur indépendant proposé par la FVD ou par le Conseil d'Administration de la FVD.

4/4 Administrateur du Code de Conduite

La FVD nomme une personne physique ou morale indépendante en tant qu'Administrateur du Code de Conduite. Cette personne s'assurera que les Entreprises se conforment au Code de Conduite par les moyens appropriés.

L'Administrateur du Code de Conduite règlera toute réclamation non résolue basée sur des violations du Code de Conduite et produira un rapport annuel relatif au fonctionnement du Code de Conduite. Sur demande, l'administrateur du Code pourra donner un avis sur les pratiques de l'entreprise entrant dans le champ d'application de ces Codes.

Les décisions de l'Administrateur du Code de Conduite à la suite d'une plainte entre une Société et un Vendeur Direct concernant un manquement au Code de Conduite peuvent inclure la rupture du contrat du Vendeur Direct, le remboursement de frais, un avertissement à la Société ou à ses Vendeurs Directs, ou toute autre décision justifiée.

Ces décisions ou sanctions font l'objet d'une publication.

Les Sociétés, la FVD et l'Administrateur du Code de Conduite doivent établir une procédure de traitement des plaintes. Elles s'assureront que la réception d'une plainte soit traitée dans un délai maximal de deux semaines et que les décisions soient prises dans un délai maximal de 3 mois suivant la date de confirmation de la réception de la plainte.

4/5 La diffusion du Code de Conduite

La FVD et les Sociétés doivent prendre les mesures nécessaires pour diffuser le Code de Conduite aussi largement que possible.

Des imprimés du Code de Conduite sont disponibles gratuitement à la FVD et sur son site www.fvd.fr.



[USANA.com](https://www.usana.com)

USANA Health Sciences (France) SAS
121 Av. Des Champs Élysées
75008 Paris, France

Date d'entrée en vigueur : le 25 avril 2025
CCR-023128 fr FR 03/25