

# PHOTOS AVANT ET APRÈS

Pour les Brand Affiliates Nu Skin (EMEA)

*Des témoignages de qualité peuvent avoir un impact positif sur les clients potentiels ou les sales leaders. En tant que Brand Affiliate, vous représentez Nu Skin. Il est impératif que les témoignages soient représentatifs et fidèles à l'image et aux normes de la marque Nu Skin, et qu'ils soient conformes, véridiques et non trompeurs. Les témoignages révèlent des faits importants qui permettront aux consommateurs de faire des choix éclairés et d'acheter les produits qui répondent le mieux à leurs besoins et à leurs attentes.*



Pour vous assurer que vos témoignages répondent à nos normes internationales, veuillez suivre les lignes directrices de base décrites ici ainsi que nos Règles commerciales et administratives détaillées. Veuillez vous engager à n'utiliser que des témoignages qui répondent à ces normes.

# PRINCIPES CLÉS

Le public d'aujourd'hui peut se montrer sceptique sur les allégations de propriétés des produits, les allégations d'opportunités, l'industrie de vente directe dans son ensemble et ses capacités à prospérer dans ce modèle commercial.

Keep their perspective in mind when communicating with them.

PARCE QU'ILS PENSENT SOUVENT QUE LE MESSAGE EST...	VEILLENZ À...
« Trop beau pour être vrai... »	<p><b>ÊTRE AUTHENTIQUE</b></p> <p>Faites simple et n'exagérez pas</p> 
« Trop peu étayé »	<p><b>DONNER DES PREUVES</b></p> <p>Effacer des détails scientifiques pour atténuer les préoccupations</p> 
« Trop lourd, trop vite »	<p><b>ADOPTER UNE APPROCHE SUBTILE</b></p> <p>Rencontrez votre public où il se trouve aujourd'hui</p> 

# PHOTOS AVANT ET APRÈS

Les photos avant et après sont des outils puissants qui offrent une représentation visuelle de l'impact positif et de l'efficacité que les produits Nu Skin peuvent avoir pour le consommateur moyen. Cependant, elles sont considérées comme des « allégations de performance d'un produit » et, par conséquent, elles doivent suivre nos directives internationales en matière de publicité et de marketing pour s'assurer que les photos soient authentiques et ne soient ni manipulées ni trompeuses.

## 1

Pour prendre des photos avant et après, il est essentiel d'adopter une méthodologie cohérente. Cette liste de paramètres n'est pas exhaustive, mais contribuera à assurer la cohérence :

- a) Éclairage
- b) Vêtements
- c) Arrière-plan
- d) Maquillage (doit rester minime, lorsqu'il y en a)
- e) Clarté et résolution
- f) Position du corps
- g) Pose
- h) Angle du visage
- i) Expression faciale

## 2

Les photos doivent décrire avec précision les bienfaits qui peuvent être obtenus par un consommateur moyen utilisant le produit.

3 Les photos ne doivent illustrer que les propriétés de produits légalement approuvées applicables à votre région ou à votre marché. (Ces propriétés sont disponibles dans les fiches explicatives produits sur [www.nuskin.com](http://www.nuskin.com))

4 Vous devez être habillé(e) modestement et convenablement pour le type de produit que vous mettez en avant. Les photos excessivement suggestives ou celles qui révèlent trop de peau ne répondent pas aux normes de marketing mondiales.

5 Vos photos doivent être originales et non retouchées ou modifiées. Assurez-vous de posséder la preuve datée que les photos sont authentiques et n'ont pas été manipulées.

6 Obtenez la permission de reproduire les photos avant de les utiliser si elles ne vous appartiennent pas. N'utilisez pas de célébrités ou d'autres marques de commerce sans autorisation.

7 Petits caractères et qualifications. Les avertissements ne doivent pas servir de carte blanche pour excuser des activités ou impressions autrement interdites. Si la publicité est intrinsèquement trompeuse, elle le reste indépendamment de tout avertissement ou qualificatif y étant superposé.

# PHOTOS AVANT ET APRÈS

## Annexe



Les lignes directrices suivantes sont fournies à titre d'exemple uniquement et ne constituent pas une liste exhaustive de toutes les utilisations autorisées ou non autorisées des photos avant/après.

# BONS EXEMPLES

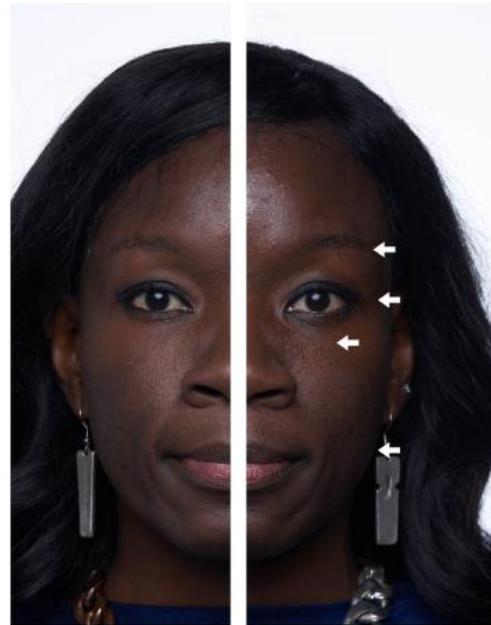


BEFORE



AFTER

AP-24® Whitening Fluoride Toothpaste



BEFORE

AFTER

ageLOC® LumiSpa™ Accent & IdealEyes



BEFORE



AFTER

ageLOC® Galvanic Body Trio



BEFORE

AFTER

ageLOC® LumiSpa™



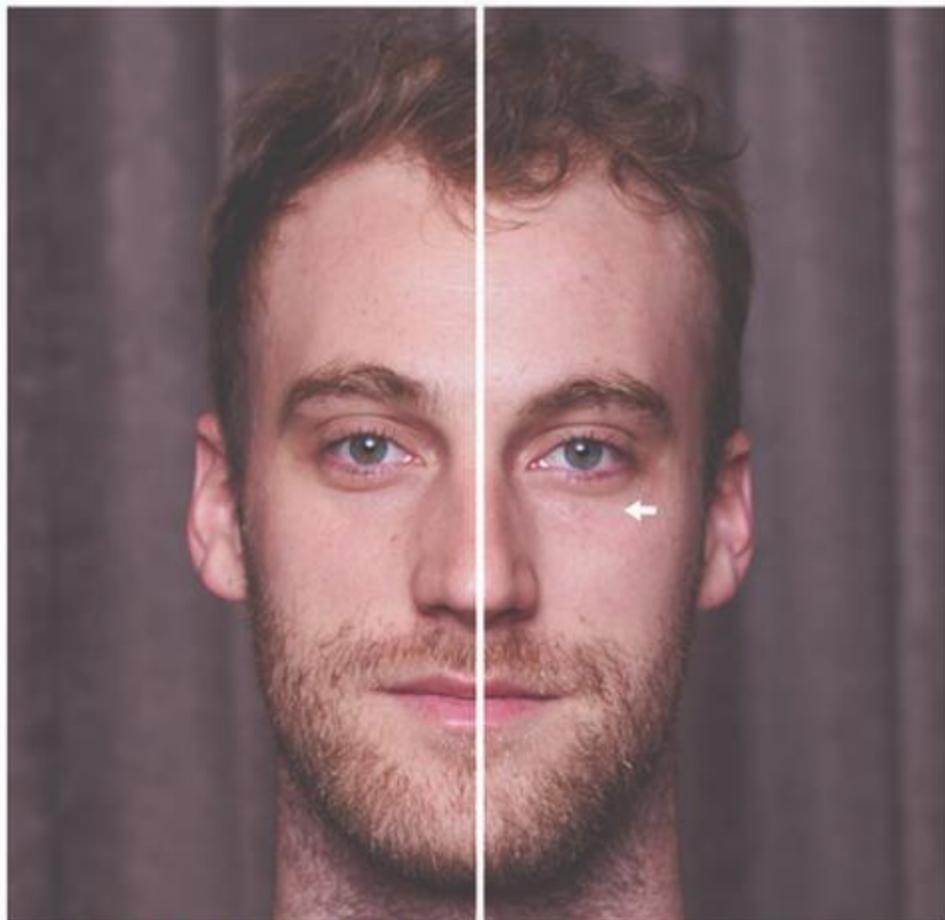
BEFORE AFTER

ageLOC® LumiSpa™



BEFORE AFTER

ageLOC® LumiSpa™



BEFORE AFTER

ageLOC® LumiSpa™



BEFORE

ageLOC® Galvanic Body Trio

AFTER



BEFORE



AFTER

Nu Colour® Lip Plumping Balm



BEFORE



AFTER

Nu Colour® Curling Mascara Black

BEFORE



AFTER

ageLOC® Galvanic Body Trio



**BEFORE**      **AFTER**

Dr. Dana Nail Renewal System



**BEFORE**      **AFTER**

ageLOC® LumiSpa™ Accent & IdealEyes



**BEFORE**      **AFTER**

ageLOC® LumiSpa™ Accent & IdealEyes



**BEFORE**      **AFTER**

Dr. Dana Nail Renewal System

# EXEMPLE INAPPROPRIÉ



Des propriétés médicales et conditions non autorisées sont illustrées.



La cohérence n'est pas pertinente. L'éclairage, le maquillage et l'angle sont différents.



Des allégations de propriétés de produit non autorisées sont illustrées.



Des allégations de propriétés de produit non autorisées sont illustrées.



NU SKIN®  
DISCOVER THE BEST YOU®