

# Directives pour les témoignages sur les produits



## APERÇU

Des témoignages de haute qualité peuvent avoir un impact positif sur les clients ou leaders de vente potentiels.

En tant que Distributeur, vous représentez Nu Skin. Il est impératif que les témoignages soient vrais, non trompeurs, et conformes à l'image de marque et aux standards de Nu Skin. Les témoignages doivent divulguer des faits importants qui sont pertinents pour les consommateurs dans le cadre de leur décision d'achat.

---

AVANT TOUT TÉMOIGNAGE, AFIN DE VOUS ASSURER QU'ILS SOIENT CONFORMES À NOS NORMES DE COMMERCIALISATION GLOBALES, NOUS VOUS DEMANDONS DE SUIVRE LES DIRECTIVES ESSENTIELLES QUE VOUS TROUVEREZ DANS CE DOCUMENT. VEUILLEZ N'UTILISER QUE LES TÉMOIGNAGES RESPECTANT CES DIRECTIVES.

# TABLE DES MATIÈRES

1

PRINCIPES CLÉS DE  
COMMUNICATION

2

NORME JURIDIQUE  
POUR LES  
ALLÉGATIONS  
COMMERCIALES

3

TÉMOIGNAGES  
ÉCRITS SUR  
LES PRODUITS

4

PHOTOS  
AVANT & APRÈS

5

TÉMOIGNAGES  
VIDÉO

6

RÉSUMÉ DES  
DIRECTIVES

# Principes clés de communication

LE PUBLIC ACTUEL PEUT ÊTRE SCEPTIQUE QUANT AUX ALLÉGATIONS CONCERNANT LES PRODUITS ET LES OPPORTUNITÉS, LA VENTE DIRECTE EN GÉNÉRAL ET LEUR CAPACITÉ À RÉUSSIR DANS CE MODÈLE ÉCONOMIQUE.

GARDEZ À L'ESPRIT LEUR PERSPECTIVE LORSQUE VOUS COMMUNIQUEZ AVEC EUX.

PARCE QU'ILS PENSENT SOUVENT QUE LE MESSAGE EST...

VEILLEZ À...

« Trop beau pour être vrai... »

ÊTRE AUTHENTIQUE  
Faites simple et n'exagérez pas



« Trop peu étayé »

DONNER DES PREUVES  
Effacer des détails scientifiques pour atténuer les préoccupations



« Trop lourd, trop vite »

ADOPTER UNE APPROCHE SUBTILE  
Rencontrez votre public où il se trouve aujourd'hui



# Norme juridique globale de Nu Skin quant aux allégations commerciales

NOUS NOUS ENGAGEONS À RESPECTER LES NORMES LES PLUS STRICTES EN MATIÈRE D'ÉTHIQUE ET D'HONNÊTÉTÉ, NOTAMMENT DANS NOS ALLÉGATIONS CONCERNANT NOS PRODUITS ET NOTRE OPPORTUNITÉ D'AFFAIRES.

L'UTILISATION EXCLUSIVE D'ALLÉGATIONS APPROUVÉES EST ESSENTIELLE POUR MAINTENIR NOTRE RÉPUTATION ET PROMOUVOIR UNE ACTIVITÉ SAINES ET PROSPÈRE.

## 1 SOYEZ HONNÊTE

Les allégations doivent être vraies et non trompeuses.

## 2 SUIVEZ LES ALLÉGATIONS DE LA SOCIÉTÉ POUR LES PRODUITS

Toutes les allégations doivent être conformes aux Fiches explicatives produit de Nu Skin, et aux Directives commerciales et de formation qui régissent le produit.

## 3 LA VÉRITÉ NE SUFFIT PAS TOUJOURS. QUE FAIRE SI UN RÉSULTAT EST VRAI, MAIS QU'IL N'EST PAS CARACTÉRISTIQUE OU APPROUVÉ PAR LA SOCIÉTÉ ?

Même si vous dites la vérité, un témoignage, une expérience produit ou une allégation personnels ne sont pas autorisés s'ils ne sont pas conformes aux documents commerciaux de la société.\*

### \* POURQUOI ?

Tous nos produits ont des bénéfices cliniquement prouvés. Par ailleurs, les allégations commerciales sont soumises à des règles juridiques strictes. Ces règles ne permettent de faire que des allégations conformes à nos études cliniques ET observées par la plupart des consommateurs.



# Témoignages écrits sur les produits

LES TÉMOIGNAGES PRODUIT NE PEUVENT PAS SUGGÉRER QU'UN PRODUIT SOIGNERA, GUÉRIRA OU EMPÊCHERA UNE QUELCONQUE MALADIE OU PROBLÈME DE SANTÉ OU QUE LE PRODUIT A GUÉRI VOTRE PROPRE MALADIE—MÊME SI C'EST VRAI.\* LES TÉMOIGNAGES PRODUIT DOIVENT SOULIGNER LES BIENFAITS, LES ALLÉGATIONS APPROUVÉES ET LES RÉSULTATS CARACTÉRISTIQUES DU PRODUIT TOUT EN SUIVANT CES DIRECTIVES :

## \* POURQUOI ?

NU SKIN MÈNE DES RECHERCHES CLINIQUES SCIENTIFIQUES POUR ÉTAYER SES PRODUITS. DANS UN SECTEUR RÉGLEMENTÉ, IL EST IMPORTANT DE NE FAIRE QUE DES ALLÉGATIONS RESPECTANT LE CADRE LÉGAL ET QUE NOUS POUVONS PROUVER.

1 Doivent contenir le nom du produit

2 Ne doivent faire que les allégations produit approuvées

3 Doivent inclure votre nom et votre marché

4 Doivent divulguer que vous êtes Distributeur

TÉMOIGNAGE PRODUIT QUI EST VRAI ET CONFORME AUX ALLÉGATIONS DE LA SOCIÉTÉ



TÉMOIGNAGE PRODUIT QUI PEUT ÊTRE VRAI, MAIS QUI N'EST PAS CONFORME AUX ALLÉGATIONS DE LA SOCIÉTÉ

**DISTRIBUTOR** This is the most amazing thing ever. For 20 years I have had back pain. After using R2 for 4-5 months, it's gone. For me, that is a miracle...I sleep better, wake up refreshed and ready to go! I've even started training for my first 5K, something my doctor told me I could forget about! Never say never ! Thank you Pharnanex, for this amazing product! I wish Facebook had a LOVE button !

# 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.

TÉMOIGNAGE ALLÉGATION APPROUVÉE



TÉMOIGNAGE ALLÉGATION INAPPROPRIÉE CONCERNANT UNE MALADIE



# Photos Avant Et Après

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.

DES ALLÉGATIONS DE PROPRIÉTÉS DE PRODUIT NON AUTORISÉES SONT ILLUSTRÉES.



LA COHÉRENCE N'EST PAS PERTINENTE. L'ÉCLAIRAGE, LE MAQUILLAGE ET L'ANGLE SONT DIFFÉRENTS.



# Témoignages vidéo

LES TÉMOIGNAGES VIDÉO DOIVENT SUIVRE LES MÊMES CRITÈRES QUE LES AUTRES TÉMOIGNAGES, AVEC QUELQUES DIRECTIVES SUPPLÉMENTAIRES :

1 Portez des tenues professionnelles appropriées (business casual ou business) qui représentent les normes de la marque Nu Skin.

2 Dégagez vos cheveux ou coiffez-les de manière à ce qu'ils ne couvrent pas votre visage.

3 Portez un maquillage approprié pour correspondre à la marque Nu Skin (frais, propre et visiblement sain, pas surfait).

4 Utilisez suffisamment de lumière.

5 Obtenez une permission de l'auteur avant d'utiliser des vidéos qui ne vous appartiennent pas et n'utilisez pas de célébrité ou d'autres marques déposées de la société sans permission.

6 Suivez les directives approuvées pour les témoignages produit dans toutes les vidéos.

## EXEMPLES DE VIDÉOS APPROUVÉES





# Résumé des directives\*

1

Soyez toujours honnête et ne trompez pas votre public.

2

Les photos et vidéos doivent être conformes aux normes et à l'image de marque prestigieuse de Nu Skin (propre, jeune, de bon goût et ambitieux).

3

Indiquez que vous êtes Distributeur Nu Skin.

4

Les témoignages produit doivent uniquement vanter des bienfaits correspondant aux bienfaits du produit étayés et approuvés par Nu Skin.

5

Référez-vous aux documents commerciaux et aux Fiches explicatives produit comme guide pour les allégations sur les produits.

6

Donnez un aperçu réaliste et exact de l'efficacité et des bienfaits du produit que la plupart des consommateurs peuvent observer.

7

Les témoignages produit ne peuvent pas suggérer qu'un produit soignera, guérira ou empêchera une quelconque maladie ou problème de santé ou que le produit a guéri votre propre maladie—même si c'est vrai.

8

Les photos avant/après doivent être d'origine, non retouchées ou modifiées, et utiliser une lumière, des angles de vue et une résolution identiques.

9

Les photos et vidéos ne peuvent pas représenter des résultats choc, extrêmes ou « trop beaux pour être vrais » car elles ne pourront pas être étayées ou refléter l'expérience d'un consommateur ordinaire.

10

Obtenez la permission de l'auteur avant d'utiliser des photos ou vidéos qui ne vous appartiennent pas et n'utilisez pas de célébrité ou d'autres marques déposées de la société sans permission.

\* Ces directives ne sont qu'un résumé. Pour plus de détails, veuillez vous référer aux Règles commerciales et administratives de Nu Skin ou contactez la société.

## BONS EXEMPLES DE TÉMOIGNAGES AUX ALLÉGATIONS MODÉRÉES MONTRANT LE PRODUIT ET FAISANT UNE ALLÉGATION APPROPRIÉE CONCERNANT LES BIENFAITS

« En tant qu'hôtesse de l'air, j'avais l'habitude de mettre beaucoup de maquillage pour paraître au top. Je n'étais jamais satisfaite de ma peau et je souffrais de tous les signes du vieillissement. Après avoir utilisé les produits ageLOC, je sens que ma peau est très rafraîchie et je ne porte qu'un maquillage léger. C'est comme si j'avais visiblement 10 ans de moins ! »

« Depuis que j'ai commencé à prendre ageLOC R<sup>2</sup>, je démarre chaque journée du bon pied. Le produit me donne beaucoup d'énergie et j'ai l'impression d'être plus jeune. Je n'ai aucun problème à me lever le matin et je me sens rechargée et prête à affronter une nouvelle journée avec le bon état d'esprit ! »

Monica B., Australie

