



ISAGENIX ANNEXE AUX POLITIQUES ET PROCÉDURES

Rabais, concours, promotions et tirages commandités par les associés

Nous valorisons les efforts des dirigeants qui motivent et soutiennent les membres de leurs équipes en reconnaissant les réalisations exceptionnelles au sein de leurs entreprises indépendantes, et nous encourageons l'utilisation appropriée des promotions et des autres mesures similaires pour bâtir une entreprise et soutenir une équipe. Même si nous souhaitons encourager l'esprit entrepreneurial de chacun, nous voulons quand même nous assurer que tout le monde suit les mêmes règles. Nous pourrions ainsi garantir la sécurité de notre entreprise et de la vôtre tout en offrant des chances équitables à l'ensemble des associés indépendants Isagenix.

Il se pourrait que certains associés se demandent ce qui est autorisé et ce qui ne l'est pas au chapitre des incitatifs commandités. Afin de réduire au minimum toute confusion possible, nous publions ces lignes directrices générales et précisons les raisons et les principes qui sous-tendent ces lignes directrices.

1. Les concours commandités par les associés au sein de leurs équipes respectives sont autorisés s'ils sont mis en œuvre de façon responsable et en conformité avec les politiques et les lignes directrices d'Isagenix. Si chaque situation est unique et que d'autres directives pouvaient s'avérer nécessaires, les dirigeants qui souhaitent gérer leurs propres promotions doivent garder à l'esprit certaines considérations importantes :
 - a. a. Les récompenses et les incitatifs accordés, quels qu'ils soient, doivent varier selon la vente de produits aux consommateurs, et jamais selon le nombre d'adhésions;
 - b. b. Les promotions visent à récompenser les dirigeants qui ont trouvé des consommateurs qui achètent nos produits sans avoir à subventionner l'achat des produits par ces consommateurs;
 - c. c. Les dirigeants doivent proposer des promotions abordables et présentées de telle façon que les autres membres de l'équipe ne se sentent pas contraints de lancer leurs propres promotions;
 - d. d. La communication et l'annonce des promotions d'équipe doivent se limiter aux membres de l'équipe
 - e. (par exemple, aucun message public sur les médias sociaux), pour protéger les dirigeants d'allégations de recrutement croisé, et pour éviter qu'une équipe paraisse plus attrayante qu'une autre.
 - f. e. Lorsqu'un concours est offert uniquement aux membres actuels d'une équipe, les personnes qui se joignent à cette équipe après le début du concours peuvent être admissibles à participer, mais n'ont pas à l'être (toutefois, si les détails du concours deviennent accessibles au public, le concours pourrait être considéré comme une incitation à rejoindre cette équipe en particulier, et par conséquent, seules les personnes qui faisaient partie de l'équipe avant que les renseignements ne soient rendus publics sont admissibles à participer).

Encore une fois, ces règles ont notamment pour but d'offrir des chances équitables à l'ensemble des associés.

2. Les concours et les promotions commandités par les associés au sein de l'équipe d'un associé pour récompenser les activités des bâtisseurs d'entreprise (comme des recommandations, les récompenses fidélité, les essais de nouveaux produits, la participation ou la participation à des réunions, les organisations de réunions ou la promotion de l'utilisation et de la réussite des produits et des programmes Isagenix, l'obtention de nouveaux clients, la progression de rang, le perfectionnement du leadership et l'uniformité) sont autorisés, sous réserve des lignes directrices ci-dessus.
3. Les promotions commanditées par les associés et qui sont destinées au grand public ne sont pas autorisées si elles offrent de subventionner des achats de produits ou si elles fournissent d'autres réductions spéciales, des rabais, des primes d'introduction de produits partagées et d'autres incitatifs financiers qui permettent de subventionner les achats réalisés par les consommateurs. Cette règle ne s'applique pas aux réductions et aux promotions offertes par l'entreprise, qui sont accessibles à tous, ou aux défis de mise en forme d'équipe ouverts au public, s'il n'y a pas d'échange d'argent pour participer au défi, si le prix est conforme à l'alinéa 1c) et si les critères pour déterminer le gagnant du prix sont fondés sur des transformations physiques sécuritaires. Les objectifs de la règle sont multiples :

- a. Offrir des chances équitables à tous et éviter de donner un avantage indu à certains dirigeants mieux établis qui disposent de plus de ressources que d'autres associés;
- b. Éviter que certains associés se sentent contraints d'égaliser ces promotions afin de pouvoir livrer concurrence dans l'obtention de nouveaux clients;
- c. Éviter de créer un précédent dans l'utilisation d'incitatifs coûteux qui pourraient décourager de nouveaux membres de se lancer dans le secteur;
- d. Interdire les activités qui pourraient être considérées comme :
 - i. une manipulation du Plan de rémunération des équipes Isagenix,
 - ii. l'« achat d'adhésions » ou
 - iii. toute autre activité potentiellement illégale dans certaines circonstances;
- e. Protéger l'image de marque et la réputation d'Isagenix en limitant la confusion qui entoure nos prix et nos promotions.

4. Tirage : Les tirages commandités par les associés sont autorisés pourvu que les exigences ci-après soient respectées :

- a. Le tirage ne s'adresse qu'aux clients et aux associés existants ou est offert à un rassemblement en personne, comme un salon commercial ou une réunion sur les occasions d'affaires;
- b. L'associé qui commandite le tirage ne peut pas accepter d'argent dans le cadre du tirage;
- c. L'associé commanditaire ne peut pas faire la promotion du tirage ou permettre la participation au tirage à une personne qui fait partie d'une autre organisation d'Isagenix;
- d. L'associé commanditaire doit assumer la responsabilité de s'assurer que le tirage n'enfreint aucune loi applicable (de nombreux territoires interdisent la tenue de tirages avec des exclusions limitées à des fins caritatives. Isagenix ne peut pas donner de conseils sur la légalité d'un tirage ou d'une compétition.);
- e. L'associé commanditaire doit s'assurer que le tirage est conforme aux principes énoncés aux articles 1 et 3 ci-dessus relatifs aux concours et aux promotions;
- f. L'utilisation d'un tirage pour encourager ou subventionner l'ouverture d'un compte Isagenix n'est pas autorisée. L'ouverture d'un nouveau compte ne peut constituer ni une obligation d'inscription à un tirage ni un prix dans un tirage;
- g. Un tirage aux fins des présentes lignes directrices est un concours dans lequel les participants paient des frais ou participent à une activité de bâtisseur d'entreprise qui leur donne une chance de gagner un prix.

5. Exemples de concours, de promotions et de tirages potentiels qui pourraient être conformes aux présentes lignes directrices :

- a. Dans le cadre d'un événement commandité par un associé, un associé pourrait inviter un client actuel et les participants associés à s'inscrire (sans frais) à un tirage pour courir la chance de gagner la totalité ou une partie d'un produit affiché. Ce type de tirage serait acceptable pour un événement virtuel, pour autant que l'admission au tirage soit fondée sur la participation ou sur une autre forme de participation à l'événement virtuel et non sur l'adhésion.
- b. Un associé pourrait organiser un tirage pour les membres de son équipe actuels, dans le cadre duquel le membre de l'équipe pourrait courir la chance de gagner un prix s'il obtient un avancement de rang dans un délai donné.
- c. Un associé pourrait organiser un défi de mise en forme pour les membres actuels de son équipe, dans le cadre duquel le membre de l'équipe pourrait gagner un prix pour avoir participé à certaines activités. Par exemple : Participez à un défi de mise en forme privé, publié un message dans un groupe Facebook d'équipe une fois par semaine, et participez à des appels d'équipe hebdomadaires. Comme une adhésion est liée à l'esprit du concours et que le concours était
- d. offert uniquement aux membres actuels de l'équipe, même les membres de l'équipe qui se joignent à l'équipe après le début du concours peuvent participer.

Si vous avez des questions au sujet de ces lignes directrices et de leur potentielle incidence sur une promotion que vous aimeriez lancer, ou si nous pouvons vous aider pour quoi que ce soit, veuillez communiquer avec l'équipe de conformité Isagenix à l'adresse Compliance@IsagenixCorp.com.

Les lignes directrices d'Isagenix décrivent l'avis actuel de l'entreprise sur un sujet. Isagenix se réserve le droit de modifier ce document ou de fournir des lignes directrices supplémentaires, s'il y a lieu. Les normes énoncées dans les présentes lignes directrices seront appliquées conformément des politiques et procédures. Comme chaque cas est unique, vous devriez consulter le service de la conformité (Compliance@IsagenixCorp.com) si vous avez des questions à propos de l'application de ces lignes directrices, ou d'autres lignes directrices, dans votre situation.