

## **Comparaison entre la vente pyramidale et le programme de marketing de réseau**

Qu'est-ce qu'une pyramide?

Vous êtes nombreux à nous demander si le programme de rémunération d'USANA est une opération de vente pyramidale. La réponse est un « NON » retentissant. Il vous serait utile de connaître la définition d'une « pyramide » afin de pouvoir ensuite expliquer à vos clients potentiels pourquoi USANA n'en est pas une.

Contrairement aux programmes de marketing de réseau, la vente pyramidale (aussi connue sous le nom de « chaîne sans fin » ou de « vente boule de neige » est illégale. Les lois interdisant la vente pyramidale proscrivent les programmes qui récompensent les participants pour le recrutement et l'adhésion d'autres participants. Une entreprise de marketing de réseau rémunère les participants pour la vente de produits ou de services à des « utilisateurs finals » comme le font les entreprises de marketing de réseau légitimes. Les utilisateurs finals englobent les distributeurs qui utilisent le produit, ainsi que leurs clients.

Lorsqu'on étudie un programme de rémunération, la question primordiale à se poser est de savoir si les participants sont rémunérés simplement ou en substance pour l'adhésion d'autres participants ou s'il apparaît que les distributeurs sont rémunérés pour la vente de produits et services à des utilisateurs finals. Si un programme rétribue les participants en contrepartie du recrutement et de l'adhésion, c'est un cas classique de vente pyramidale.

Par contre, s'il apparaît que les distributeurs sont rétribués pour la vente de produits ou services à des utilisateurs finals, comme c'est le cas chez USANA, il est moins probable que ce soit une opération de vente pyramidale. N'hésitez pas à communiquer à nos Services juridiques toute question concernant la légalité du programme de rémunération d'USANA.

**James Bramble**

*Le directeur exécutif des Services juridiques*

*USANA Health Sciences Inc.*

[www.usanacanada.com](http://www.usanacanada.com)