



ORGANO[®]

SOCIAL MEDIA COMPLIANCE TRAINING



ORGANO® – SOCIAL MEDIA COMPLIANCE TRAINING
Recognisability and Transparency in Marketing Communications

Pag. 3-5



ORGANO® – FORMAZIONE SULLA CONFORMITÀ DEI SOCIAL MEDIA
Riconoscibilità e Trasparenza nelle Comunicazioni di Marketing

Pag. 6-8



ORGANO® - FORMACIÓN SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS EN LAS REDES SOCIALES
Reconocibilidad y transparencia en las comunicaciones de marketing

Pag. 9-11



ORGANO® - FORMATION A LA CONFORMITE DES MEDIAS SOCIAUX
Reconnaissabilité et transparence dans les communications marketing

Pag. 12-14



ORGANO® – KÖZÖSSÉGI MÉDIA MEGFELELÉSI TRÉNING
A marketingkommunikáció felismerhetősége és átláthatósága

Pag. 15-17



ORGANO® - TRAINING SOCIALE MEDIA COMPLIANCE
Herkenbaarheid en transparantie in marketingcommunicatie

Pag. 18-20



1. Why This Training?

- To protect our brand and your business
- To comply with European and national advertising standards
- To ensure transparency and consumer trust

2. What is a Marketing Communication?

Any content shared to promote a product, service, or business opportunity. This includes posts, videos, stories, comments, hashtags, and links shared by Distribution Partners.

Examples:

- An Instagram post showing ORGANO coffee
- A Facebook story talking about your business
- A TikTok video using product hashtags.

3. Always Be Clear That It's Promotional

You must make it clear that your post is commercial content.

Correct Examples:

- "As a Distribution Partner for ORGANO, I recommend this coffee."
- "#Ad - I work with ORGANO to promote this product."

Incorrect Examples:

- "Best coffee ever!" (No indication of your role)
- Only tagging @organogold without saying why

4. Which Labels to Use?

Approved labels:

- #Ad / #Advert / #Advertisement
- Sponsored by ORGANO
- ORGANO Distribution Partner / Consultant / Seller

Avoid these labels:

- #spon, #sp, #collab, or "Thanks ORGANO"
- Tagging @organogold without an explanation





5. Placement of the Disclosure

- Place the disclosure at the beginning of your message
- If you're posting a video or image only, the disclosure must be on the image or video
- Make sure it is visible, readable, and not hidden in hashtags or comments

Examples by platform:

- Instagram: Write the label in the caption and place it on the story
- TikTok: Include label in caption and over video
- Facebook: Put label at the beginning of the post or visible in the video
- YouTube: In the title or at the start of the video description

6. Disclose Gifts, Payments, or Benefits

If you receive something in exchange for a post, you must say so.

Correct Examples:

- "I received this product for free from ORGANO to review."
- "Use my discount code - I earn a commission from your purchase."

Incorrect Examples:

- Just showing the product without explanation
- Hiding the benefit in small text or buried hashtags

7. Be Honest and Do Not Exaggerate

- Do not make unrealistic claims about products or earnings
- Avoid using filters or edits that distort the real appearance

Incorrect Examples:

- "Lose 5kg in a week with this drink"
- "Earn thousands a month with no effort"

Correct Examples:

- "This product is part of my wellness routine"
- "I've worked to build my ORGANO business step by step"





8. Avoid Spam and Be Respectful

- Do not send messages to people who did not ask
- Do not tag many people in each post
- Never make negative comments about other brands or persons

Correct Behaviour:

- Contact people who show interest
- Maintain a positive and professional tone

9. Be Transparent in Referral Programmes

If you benefit from a referral or promotional code, you must clearly state this.

Correct Example:

- "If you buy using my link, I will receive a small bonus."

Incorrect Example:

- Sharing a link without explaining any benefit you receive

10. ORGANO's Right to Monitor

We regularly check marketing content to ensure compliance. **Violations may result in:**

- Warnings
- Requests to delete or modify posts
- Suspension or termination of your Distribution Partner status

Let's work together to protect your business and the ORGANO brand.

11. National Advertising Rules Still Apply

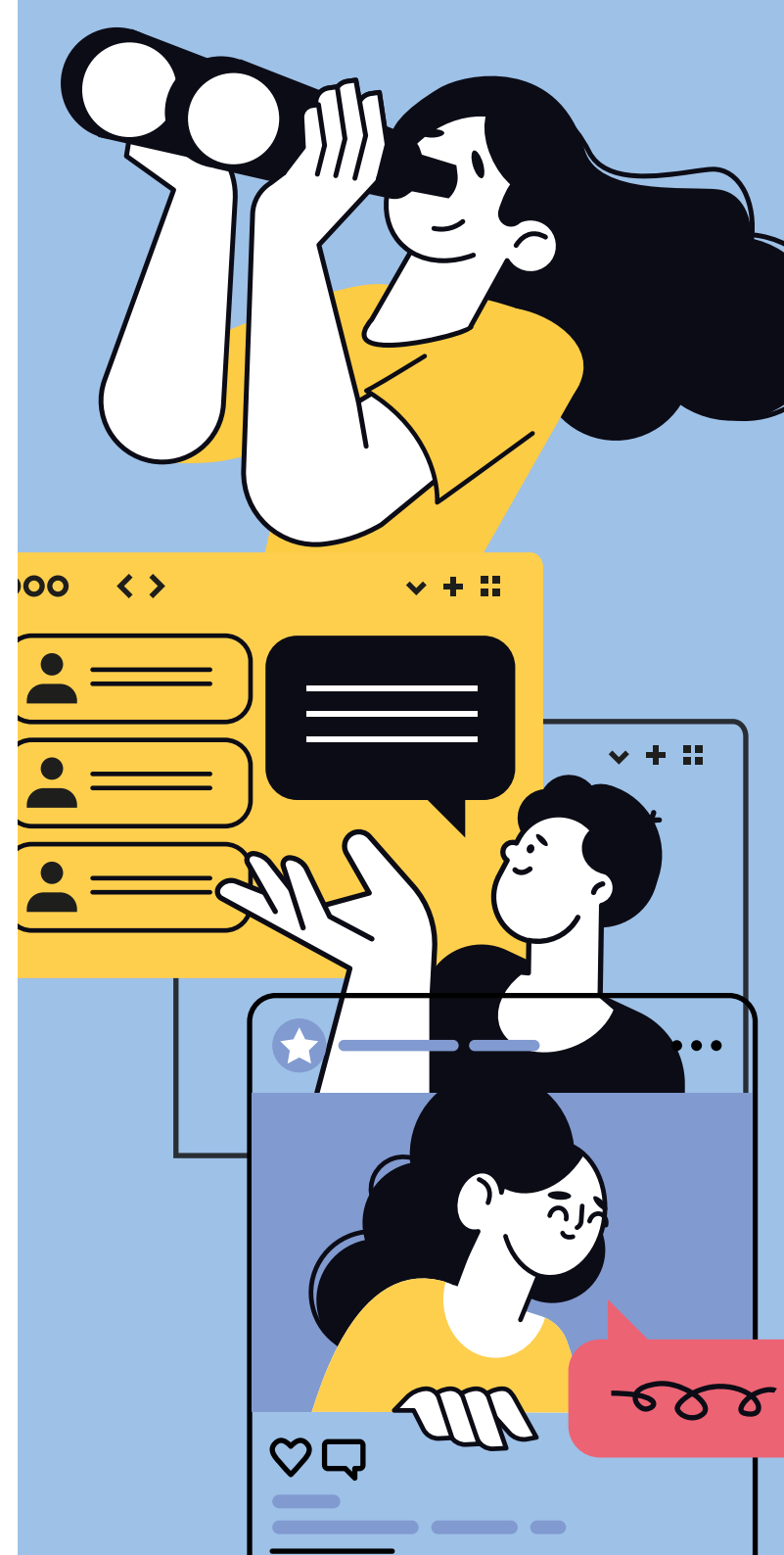
You must follow your country's national advertising rules in addition to ORGANO's guidelines.

- Please refer to the table below (ANNEX *1) pag.21

12. Thank You

Thank you for following these rules and helping to protect the reputation of ORGANO. Transparency builds trust with your audience. If you have any questions, please contact us at:

europe@organogold.com





1. Qual è lo scopo di questa formazione?

- Proteggere il nostro brand e la tua attività
- Rispettare le normative pubblicitarie europee e nazionali
- Garantire trasparenza e fiducia dei consumatori

2. Cos'è una Comunicazione di Marketing?

Qualsiasi contenuto condiviso per promuovere un prodotto, un servizio o un'opportunità di business. Questo include post, video, storie, commenti, hashtag e link condivisi dagli Incaricati Partner

Esempi: un post su Instagram che mostra il caffè ORGANO, una storia su Facebook che parla della tua attività, un video su TikTok che utilizza hashtag relativi ai prodotti.

3. Rendi Sempre Chiaro che si Tratta di Contenuti Promozionali

Devi rendere chiaro che il tuo post è un contenuto commerciale.

Esempi corretti:

- "Come Incaricato Partner di ORGANO, consiglio questo caffè."
- "#Ad - Collaboro con ORGANO per promuovere questo prodotto." Esempi sbagliati:
- "Il miglior caffè di sempre!" (Nessuna indicazione del tuo ruolo)
- Taggare solo @organogold senza spiegare il motivo

4. Quali Etichette Usare?

Etichette approvate:

- #Ad / #Advert / #Advertisement
- Sponsorizzato da ORGANO
- Incaricato Partner / Consulente / Venditore ORGANO

Evita queste etichette:

- #spon, #sp, #collab o "Grazie ORGANO"
- Taggare @organogold senza una spiegazione





5. Ubicazione dell'informativa • Inserisci la dichiarazione all'inizio del tuo messaggio

- Se stai pubblicando solo un video o un'immagine, la dichiarazione deve essere visibile direttamente nel video o sull'immagine
- Assicurati che sia visibile, leggibile e non nascosta tra hashtag o nei commenti

Esempi per piattaforma:

- Instagram: Scrivi la dichiarazione nella didascalia e inseriscila nella storia
- TikTok: Includi la dichiarazione nella didascalia e sopra al video
- Facebook: Metti la dichiarazione all'inizio del post o rendila visibile nel video
- YouTube: Inseriscila nel titolo o all'inizio della descrizione del video

6. Comunica Chiaramente Regali, Compensi o Vantaggi Ricevuti

Se ricevi qualcosa in cambio di un post, devi dichiararlo.

Esempi corretti:

- "Ho ricevuto questo prodotto gratuitamente da ORGANO per recensirlo."
- "Usa il mio codice sconto – guadagno una commissione sul tuo acquisto."

Esempi non corretti:

- Mostrare solo il prodotto senza spiegazioni
- Nascondere il vantaggio in testo piccolo o tra gli hashtag

7. Sii onesto e non esagerare

- Non fare affermazioni irrealistiche sui prodotti o sui guadagni
- Evita l'uso di filtri o modifiche che alterano l'aspetto reale

Esempi non corretti:

- "Perdi 5 kg in una settimana con questa bevanda"
- "Guadagna migliaia al mese senza alcuno sforzo"

Esempi corretti:

- "Questo prodotto fa parte della mia routine di benessere"
- "Ho costruito passo dopo passo la mia attività con ORGANO"





8. Evita lo Spam e Sii Rispettoso

- Non inviare messaggi a persone che non li hanno richiesti
- Non taggare molte persone in ogni post
- Non fare mai commenti negativi su altri marchi o persone

Comportamento corretto:

- Contatta solo persone che mostrano interesse
- Mantieni sempre un tono positivo e professionale

9. Sii Trasparente nei Programmi di Referenza

Se ottieni un vantaggio tramite un codice promozionale o di referenza, devi dichiararlo chiaramente.

Esempio corretto:

- "Se acquisti tramite il mio link, riceverò un piccolo bonus."

Esempi non corretti:

- Condividere un link senza spiegare il beneficio che ricevi.

10. Diritto di Controllo da Parte di ORGANO

Controlliamo regolarmente i contenuti di marketing per garantire il rispetto delle regole.

Le violazioni possono comportare:

- Avvertimenti
- Richieste di cancellazione o modifica dei post
- Sospensione o revoca dello status di Incaricato Partner

Lavoriamo insieme per proteggere la tua attività e il marchio ORGANO.

11. Le Normative Nazionali sulla Pubblicità Si Applicano Sempre

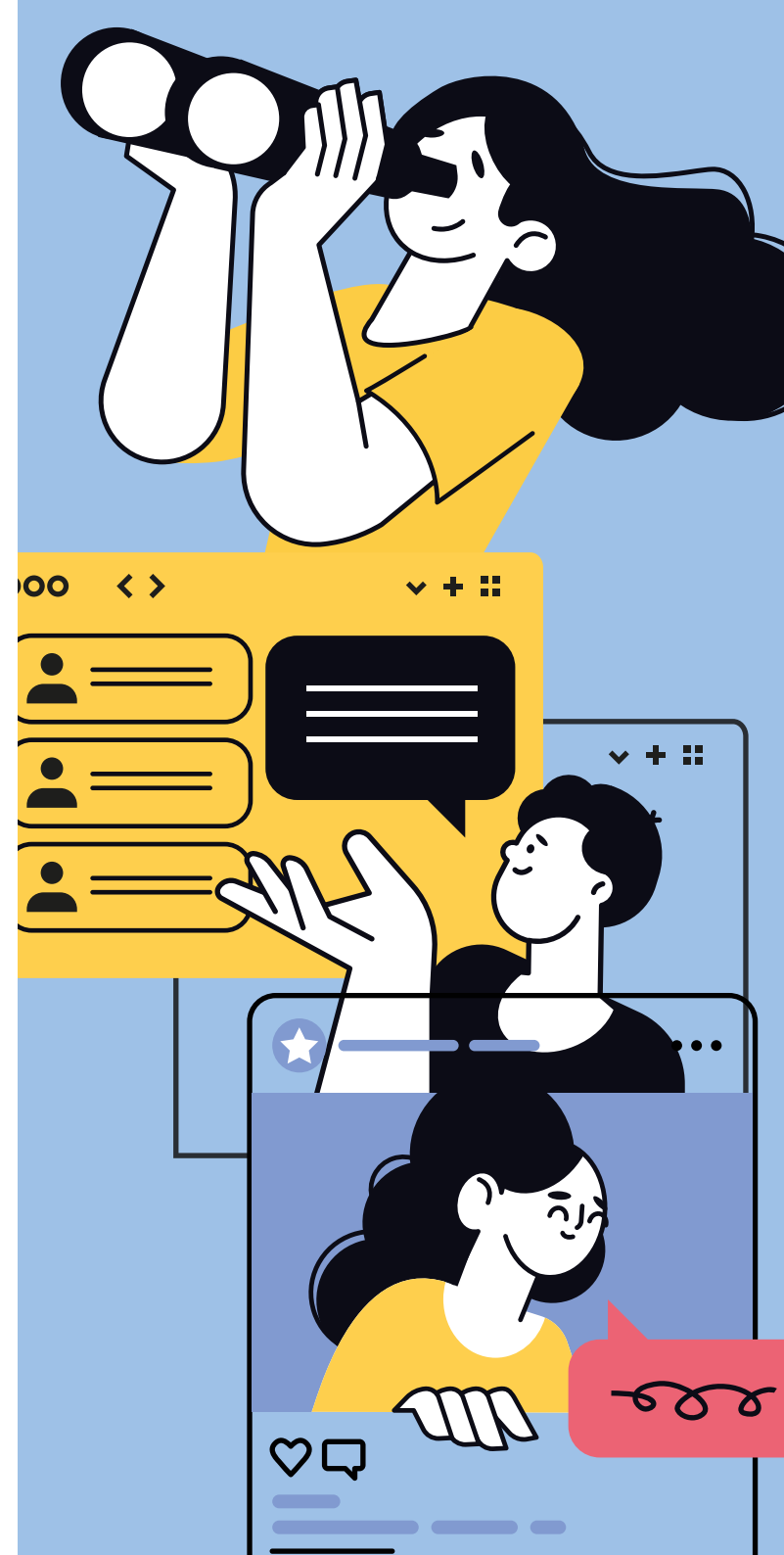
Devi rispettare le normative nazionali del tuo paese in materia di pubblicità, oltre alle linee guida di ORGANO.

- Consulta la tabella qui sotto (ANNEX *1) pag.21

12. Grazie

Grazie per seguire queste regole e per contribuire a proteggere la reputazione di ORGANO. La trasparenza costruisce fiducia con il tuo pubblico. Per qualsiasi domanda, contattaci a:

europe@organogold.com





1. ¿Por qué esta formación?

- Para proteger nuestra marca y tu negocio.
- Para cumplir las normas publicitarias europeas y nacionales.
- Para garantizar la transparencia y la confianza de los consumidores.

2. ¿Qué es una comunicación de marketing?

Cualquier contenido compartido para promocionar un producto, servicio u oportunidad de negocio. Esto incluye publicaciones, vídeos, historias, comentarios, hashtags y enlaces compartidos por socios de distribución.

Ejemplos: una publicación en Instagram que muestra café ORGANO, una historia en Facebook sobre tu negocio, un vídeo en TikTok usando hashtags de productos.

3. Aclara siempre que es promocional.

Siempre debes aclarar que tu post es contenido comercial.

Ejemplos correctos:

- “Como socio de distribución de ORGANO, recomiendo este café”.
- “#Ad - Trabajo con ORGANO para promocionar este producto”.

Ejemplos incorrectos:

- “¡El mejor café de la historia!” (Sin aclarar tu rol en la compañía).
- Etiquetar a @organogold sin explicar el motivo.

4. ¿Qué etiquetas uso?

Etiquetas autorizadas:

- #Ad/Advert/Publicidad
- Patrocinado por ORGANO
- Socio de distribución /Consultor/Vendedor ORGANO

Evita estas etiquetas:

- #spon, #sp, #collab o “Gracias, ORGANO”
- Etiquetar a @organogold sin una explicación.





5. Colocación de la declaración:

- Coloca la declaración al principio de tu mensaje.
- Si solo publicas un vídeo o una imagen, la declaración debe aparecer en ese vídeo o imagen.
- Asegúrate de que sea visible y legible, y no esté oculta entre hashtags o comentarios.

Ejemplos por plataforma:

- Instagram: escribe la etiqueta en el pie de foto y colócala en la historia.
- TikTok: incluye la etiqueta en el pie de foto y sobre el vídeo.
- Facebook: incluye la etiqueta al principio de la publicación o en el vídeo.
- YouTube: En el título o al principio de la descripción del vídeo.

6. Revela regalos, pagos o beneficios: si recibes algo a cambio de una publicación, debes decirlo.

Ejemplos correctos:

- “Recibí este producto gratis de ORGANO para hacer una reseña”.
- “Usa mi código de descuento. Gano una comisión por tu compra”.

Ejemplos incorrectos:

- Mostrar el producto sin más explicación
- Comunicar el beneficio en letra pequeña o hashtags “enterrados” entre muchos otros

7. Sé honesto y no exageres

- No hagas afirmaciones poco realistas sobre productos o ganancias
- Evita utilizar filtros o ediciones que distorsionen la apariencia real

Ejemplos incorrectos:

- “Pierde 5 kg en una semana con esta bebida”.
- “Gana miles de euros al mes sin esfuerzo”.

Ejemplos correctos:

- “Este producto forma parte de mi rutina de bienestar”.
- “He trabajado para construir mi negocio ORGANO paso a paso”.





8. Evita el spam y sé respetuoso:

- No envíes mensajes promocionales a personas que no te lo han pedido.
- No etiquetes a muchas personas en cada publicación.
- Nunca hagas comentarios negativos sobre otras marcas o personas.

Comportamiento correcto:

- Contacta con personas que muestren interés.
- Mantén un tono positivo y profesional.

9. Sé transparente respecto a códigos promocionales/programas de recomendación

Si te beneficias de un código de recomendación o promocional, debes indicarlo claramente.

Ejemplo correcto:

- "Si compras usando mi enlace, recibiré una pequeña bonificación".

Ejemplo incorrecto:

- Compartir un enlace sin explicar ningún beneficio que se reciba.

10. Derecho de ORGANO a supervisar

Comprobamos regularmente el contenido de marketing para asegurar su cumplimiento. **Las violaciones pueden resultar en:**

- Advertencias
- Solicitudes para eliminar o modificar publicaciones
- Suspensión o terminación de tu estatus de socio de distribución.

Trabajemos juntos para proteger tu negocio y la marca ORGANO.

11. La normativa nacional de publicidad sigue siendo aplicable

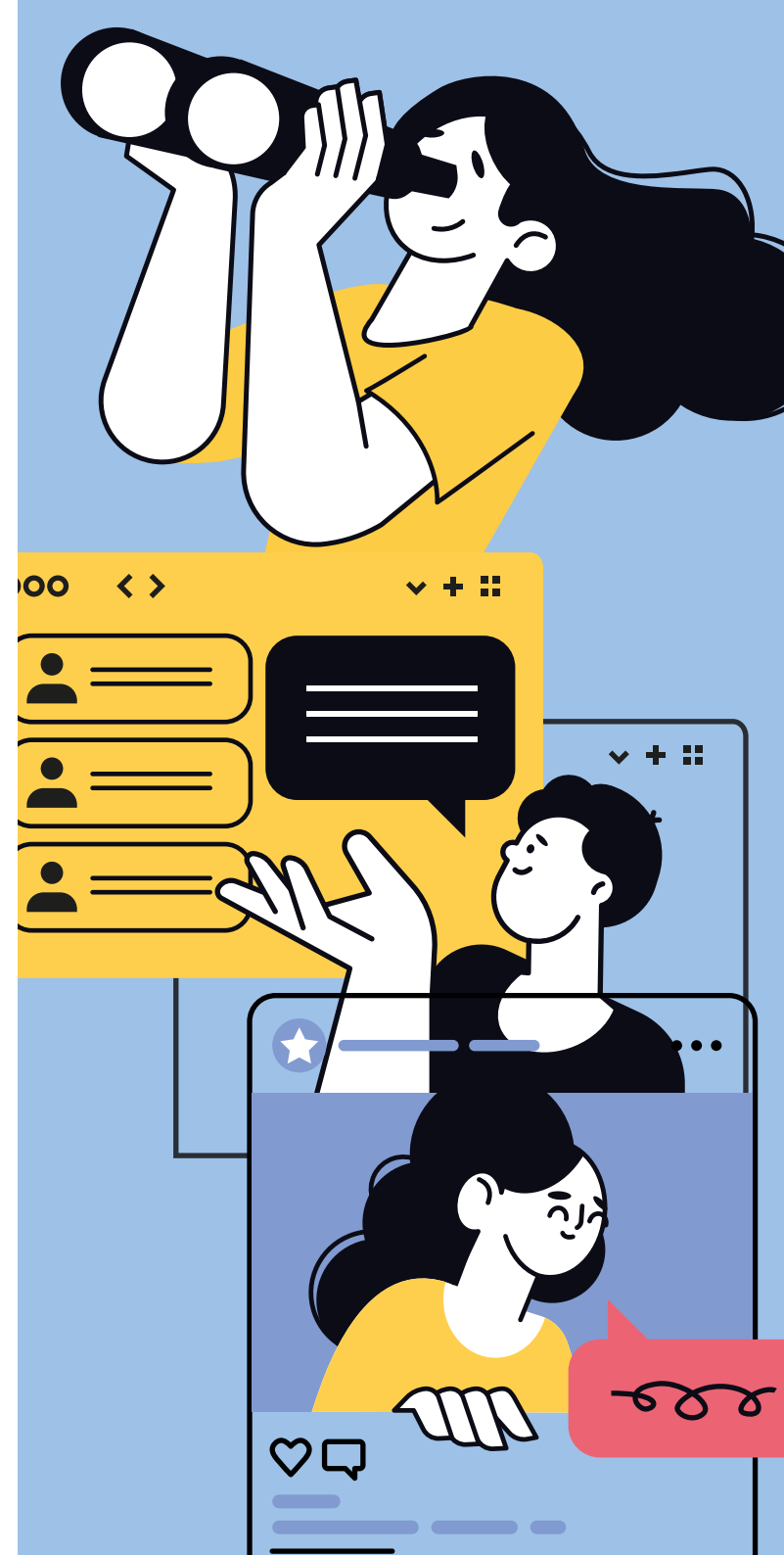
Además de las directrices de ORGANO, debes cumplir la normativa de tu país en materia de publicidad.

- Consulta el cuadro siguiente (ANNEX *1) pag.21

12. Gracias

Gracias por seguir estas normas y ayudar a proteger la reputación de ORGANO. La transparencia genera confianza en tu audiencia. Si tienes alguna pregunta, ponte en contacto con nosotros en:

europe@organogold.com





1. Pourquoi cette formation ?

- Pour protéger notre marque et votre entreprise
- Pour respecter les normes européennes et nationales en matière de publicité
- Pour garantir la transparence et la confiance des consommateurs

2. Qu'est-ce qu'une communication marketing ?

Tout contenu partagé pour promouvoir un produit, un service ou une opportunité commerciale. Cela inclut les posts, les vidéos, les histoires, les commentaires, les hashtags et les liens partagés par les Partenaires de distribution.

Exemples: un post Instagram montrant le café ORGANO, une histoire Facebook parlant de votre entreprise, une vidéo TikTok utilisant les hashtags du produit.

3. Indiquez toujours clairement qu'il s'agit d'un contenu promotionnel

Vous devez indiquer clairement que votre message est un contenu commercial.

Exemples corrects :

- « En tant que partenaire de distribution d'ORGANO, je recommande ce café ».
- #Ad - Je travaille avec ORGANO pour promouvoir ce produit.

Exemples incorrects :

- « Le meilleur café de tous les temps ! » (Sans indication de votre rôle)
- Vous ne faites que taguer @organogold sans dire pourquoi.

4. Quels labels utiliser ?

Étiquettes approuvées :

- #Ad / #Advert / #Advertisement
- Sponsorisé par ORGANO
- Partenaire de distribution de ORGANO / Consultant / Vendeur

Évitez ces étiquettes :

- #spon, #sp, #collab, ou "Merci ORGANO"
- Taguer @organogold sans explication





5. Emplacement de la divulgation

- Placez la divulgation au début de votre message
- Si vous publiez uniquement une vidéo ou une image, la divulgation doit figurer sur l'image ou la vidéo
- Assurez-vous qu'elle est visible, lisible et non cachée dans des hashtags ou des commentaires

Exemples par plateforme :

- Instagram : Écrire l'étiquette dans la légende et la placer sur la story
- TikTok : Inclure l'étiquette dans la légende et au-dessus de la vidéo
- Facebook : Mettre l'étiquette au début du post ou visible dans la vidéo
- YouTube : Dans le titre ou au début de la description de la vidéo

6. Divulguer les cadeaux, les paiements ou les avantages

Si vous recevez quelque chose en échange d'un article, vous devez le dire.

Exemples corrects :

- « J'ai reçu ce produit gratuitement de la part d'ORGANO pour l'évaluer ».
- Utilisez mon code de réduction - je touche une commission sur votre achat.

Exemples incorrects :

- Montrer le produit sans explication
- Cacher l'avantage dans un petit texte ou des hashtags cachés

7. Soyez honnête et n'exagérez pas

- Ne faites pas de déclarations irréalistes sur les produits ou les gains
- Évitez d'utiliser des filtres ou des montages qui déforment l'apparence réelle

Exemples incorrects :

- "Perdez 5 kg en une semaine avec cette boisson"
- "Gagnez des milliers par mois sans effort"

Exemples corrects :

- "Ce produit fait partie de mon programme de bien-être"
- "J'ai travaillé pour construire mon entreprise ORGANO étape par étape"





8. Évitez le spam et soyez respectueux

- N'envoyez pas de messages à des personnes qui ne vous l'ont pas demandé
- Ne taguez pas de nombreuses personnes dans chaque message
- Ne faites jamais de commentaires négatifs sur d'autres marques ou d'autres personnes

Comportement correct :

- Contactez les personnes qui montrent de l'intérêt
- Gardez un ton positif et professionnel

9. Soyez transparent dans les programmes de parrainage

Si vous bénéficiez d'un code de parrainage ou d'un code promotionnel, vous devez l'indiquer clairement.

Exemple correct :

- « Si vous achetez en utilisant mon lien, je recevrai un petit bonus ».

Exemple incorrect :

- Partager un lien sans expliquer les avantages que vous recevez.

10. Droit d'ORGANO de contrôler

Nous contrôlons régulièrement le contenu marketing afin d'en assurer la conformité. **Les violations peuvent entraîner :**

- des avertissements
- des demandes de suppression ou de modification des messages
- la suspension ou la résiliation de votre statut de partenaire de distribution

Travaillons ensemble pour protéger votre entreprise et la marque ORGANO.

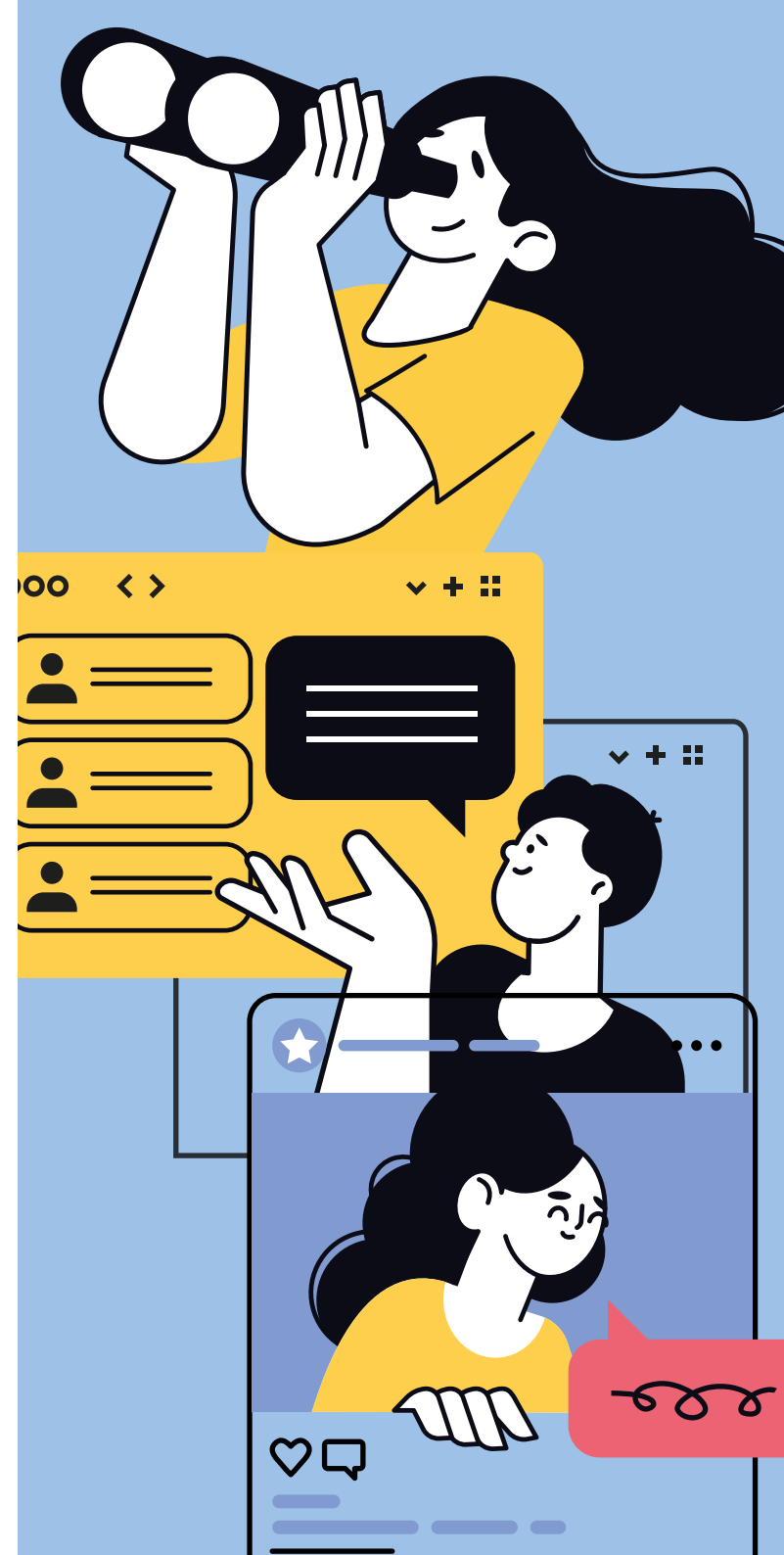
11. Les règles nationales en matière de publicité s'appliquent toujours

Vous devez respecter les règles nationales de votre pays en matière de publicité, en plus des directives d'ORGANO.

- Veuillez-vous référer au tableau ci-dessous (ANNEX *1) pag.21

12. Merci

Merci de respecter ces règles et de contribuer à protéger la réputation d'ORGANO. La transparence permet d'instaurer un climat de confiance avec votre public. Si vous avez des questions, n'hésitez pas à nous contacter à l'adresse suivante : europe@organogold.com





1. Miért van szükség erre a tréningre?

- A márkánk és az Ön vállalkozásának védelme érdekében
- Az európai és nemzeti reklámszabályozásoknak való megfelelés céljából
- Az átláthatóság és a fogyasztói bizalom biztosítása érdekében

2. Mi számít marketingkommunikációnak?

Bármely tartalom, amely terméket, szolgáltatást vagy üzleti lehetőséget népszerűsít. Ide tartoznak a Distribution Partnerek által megosztott bejegyzések, videók, történetek, kommentek, hashtagek és linkek.

Példák: egy Instagram-bejegyzés az ORGANO kávéval, egy Facebook történet, amely az Ön vállalkozásáról szól, egy TikTok videó termékhez kapcsolódó hashtagekkel.

3. Mindig jelezze, ha reklámról van szó

Világosan jeleznie kell, ha a bejegyzés kereskedelmi tartalom.

Helyes példák:

- „Az ORGANO Distribution Partnereként ajánlom ezt a kávé.”
- „#Hirdetés – Az ORGANO termékeit népszerűsítem.”

Helytelen példák:

- „Ez a legjobb kávé!” (nincs utalás az Ön szerepére)
- Csak @organogold megjelölése magyarázat nélkül

4. Milyen jelöléseket használjon?

Elfogadott jelölések:

- #Hirdetés / #Reklám / #Szponzorált
- Szponzorálta: ORGANO
- ORGANO Distribution Partner / Tanácsadó / Értékesítő

Kerülendő jelölések:

- #spon, #sp, #collab vagy „Köszönet ORGANO”
- Márka megjelölése magyarázat nélkül





5. Hol és hogyan tüntesse fel a jelölést?

- Mindig a bejegyzés elején szerepeljen
- Ha csak képet vagy videót tesz közzé, a jelölést a képen vagy videón kell feltüntetni
- Legyen látható, olvasható és ne legyen elrejtve hashtagek között

Példák platformonként:

- Instagram: Feliratban és történetben is megjelenik
- TikTok: Feliratban és videón megjelenő szöveggént
- Facebook: A bejegyzés elején vagy a videón belül
- YouTube: Címben vagy a leírás elején

6. Ajándékok, juttatások, fizetések közzététele

Ha bármit kap egy bejegyzésért cserébe, ezt egyértelműen jeleznie kell.

Helyes példák:

- „Ezt a terméket az ORGANO-tól kaptam ingyenes kipróbálásra.”
- „Használd a kedvezménykódot – jutalékot kapok a vásárlásod után.”

Helytelen példák:

- Csak a termék megjelenítése magyarázat nélkül
- Elrejtett megjegyzés, amely apró betűs vagy hashtagek között van

7. Legyen őszinte, ne túlozzon

- Ne tegyen túlzó, irreális állításokat termékekről vagy jövedelemről
- Ne használjon megtévesztő filtereket vagy szerkesztéseket

Helytelen példák:

- „Ezzel az itallal 1 hét alatt 5 kg-t fogysz”
- „Könnyedén kereshetsz havonta több ezer eurót”

Helyes példák:

- „Ez a termék része a mindennapi wellness rutinomnak”
- „Lépésről lépésre építettem fel az ORGANO üzletemet”





8. Ne spameljen, legyen tiszteletteljes

- Ne küldjön üzeneteket olyanoknak, akik nem kértek
- Ne taggeljen be túl sok embert egy bejegyzésben
- Ne nyilatkozzon negatívan más cégekről vagy személyekről

Helyes viselkedés:

- Érdeklődést mutató embereket keres meg
- Pozitív és professzionális hangnem használata

9. Átláthatóság az ajánló programoknál

Ha Ön bármilyen előnyt kap ajánló link vagy promóciós kód használatával, ezt közölnie kell.

Helyes példa:

- „Ha ezen a linken keresztül vásárolsz, kis jutalékot kapok.”

Helytelen példa:

- Link megosztása anélkül, hogy elmondaná, miért kap jutalékot

10. ORGANO ellenőrzési joga

Az ORGANO rendszeresen ellenőrzi a marketingtartalmakat a szabályok betartása érdekében. **A szabálysértések az alábbi következményekkel járhatnak:**

- Figyelmeztetés
- Felszólítás a bejegyzés törlésére vagy módosítására
- Distribution Partner státusz felfüggesztése vagy megszüntetése

Dolgozzunk együtt vállalkozása és az ORGANO márka védelmében.

11. A nemzeti reklámszabályok továbbra is érvényesek

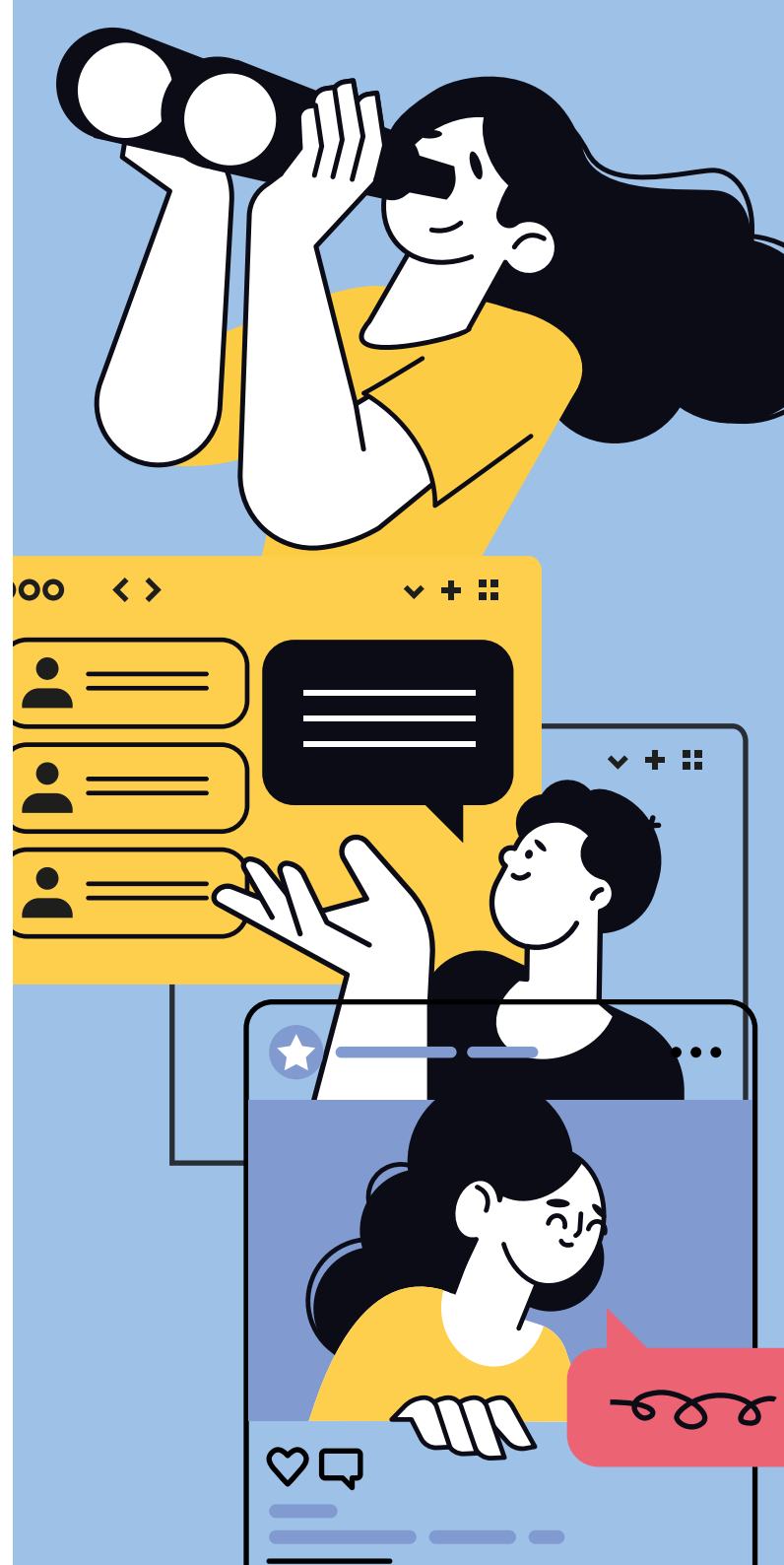
A saját országára vonatkozó nemzeti reklámszabályokat az ORGANO irányelvein felül is be kell tartani.

- Kérjük, tekintse meg az alábbi táblázatot (ANNEX *1) *pag.21*

12. Köszönjük

Köszönjük, hogy követi ezeket a szabályokat, és hozzájárul az ORGANO jó hírnevének megőrzéséhez. Az átláthatóság bizalmat épít a közönség felé.

Kérdés esetén írjon nekünk: europa@organogold.com





1. Waarom deze training?

- Ter bescherming van ons merk en jouw bedrijf
- Om te voldoen aan Europese en nationale reclameregels
- Voor transparantie en het vertrouwen van consumenten

2. Wat is marketingcommunicatie?

Elke inhoud die gedeeld wordt om een product, dienst of zakelijke kans te promoten. Dit omvat berichten, video's, verhalen, reacties, hashtags en links gedeeld door Distribution Partners.

Voorbeelden: een Instagram-post met ORGANO-koffie, een Facebook-story over je business, een TikTok-video met producthashtags.

3. Wees altijd duidelijk dat het reclame is

Je moet duidelijk maken dat je bericht commerciële inhoud bevat.

Correcte voorbeelden:

- "Als Distribution Partner van ORGANO raad ik deze koffie aan."
- "#Ad - Ik werk met ORGANO om dit product te promoten."

Foute voorbeelden:

- "Beste koffie ooit!" (geen vermelding van je rol)
- Alleen @organogold taggen zonder uitleg

4. Welke labels gebruiken?

Toegestane labels:

- #Ad / #Advert / #Advertisement
- Gesponsord door ORGANO
- ORGANO Distribution Partner / Consultant / Seller

Vermijd deze labels:

- #spon, #sp, #collab, of "Thanks ORGANO"
- @organogold taggen zonder uitleg





5. Plaatsing van de melding

- Plaats de melding aan het begin van je bericht
- Bij video of alleen beeld moet de melding op het beeld staan
- Zorg dat het zichtbaar, leesbaar en niet verstopt is tussen hashtags

Voorbeelden per platform:

- Instagram: In het bijschrift en zichtbaar op de story
- TikTok: In het bijschrift én zichtbaar op de video
- Facebook: Aan het begin van het bericht of zichtbaar in de video
- YouTube: In de titel of aan het begin van de videobeschrijving

6. Vermeld geschenken, betalingen of voordelen

Als je iets ontvangt in ruil voor een bericht, moet je dat vermelden.

Correcte voorbeelden:

- "Ik heb dit product gratis ontvangen van ORGANO om te beoordelen."
- "Gebruik mijn kortingscode – ik ontvang commissie bij aankoop."

Foute voorbeelden:

- Alleen het product tonen zonder uitleg
- Voordeel verstoppen in kleine lettertjes of hashtags

7 Wees eerlijk en overdrijf niet

- Geen onrealistische uitspraken over producten of inkomsten
- Geen filters of bewerkingen die het product onjuist voorstellen

Foute voorbeelden:

- "Verlies 5 kg in een week met dit drankje"
- "Verdien moeiteloos duizenden per maand"

Correcte voorbeelden:

- "Dit product is deel van mijn wellnessroutine"
- "Ik heb mijn ORGANO-bedrijf stap voor stap opgebouwd"





8. Vermijd spam en wees respectvol

- Stuur geen berichten naar mensen zonder toestemming
- Tag niet overdreven veel mensen per post
- Spreek nooit negatief over andere merken of personen

Correct gedrag:

- Benader mensen die interesse tonen
- Blijf positief en professioneel

9. Wees transparant over verwijzingsprogramma's

Als je voordeel haalt uit een verwijzing of kortingscode, vermeld dit.

Correct voorbeeld:

- "Als je via mijn link koopt, ontvang ik een kleine bonus."

Fout voorbeeld:

- Een link delen zonder uitleg over je voordeel

10. ORGANO heeft recht op controle

Wij controleren regelmatig marketinginhoud om te zorgen voor naleving. **Overtredingen kunnen leiden tot:**

- Waarschuwingen
- Verzoek tot verwijdering of aanpassing van berichten
- Schorsing of beëindiging van je Distribution Partner-status

Laten we samenwerken om jouw business en het ORGANO-merk te beschermen.

11. Nationale reclameregels blijven gelden

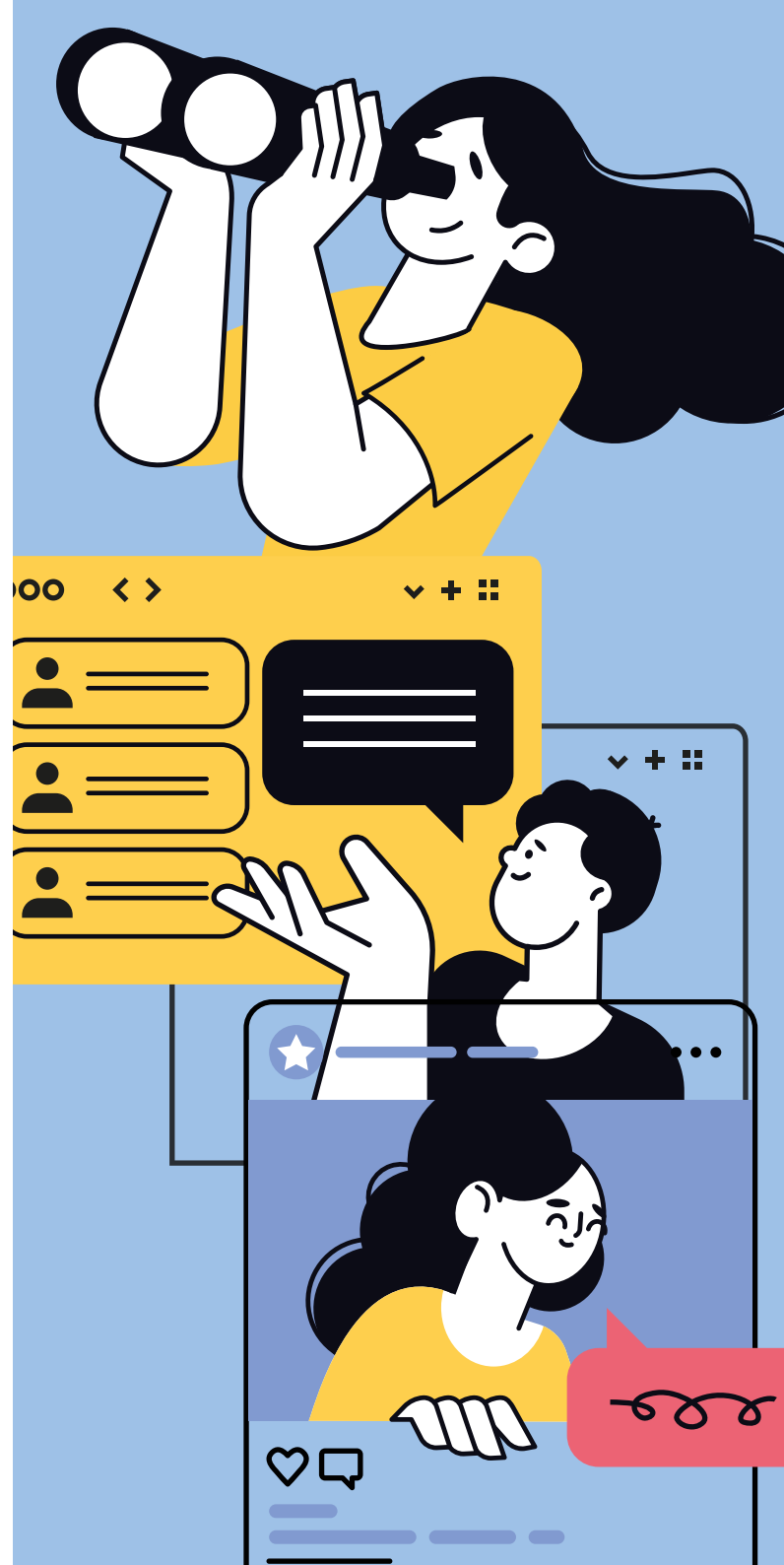
U moet zich houden aan de nationale reclameregels van uw land, naast de richtlijnen van ORGANO.

- Raadpleeg de onderstaande tabel (ANNEX *1) pag. 21

12. Dank je wel

Dank je voor het volgen van deze regels en voor het beschermen van de reputatie van ORGANO. Transparantie wekt vertrouwen bij je publiek.

Vragen? Mail ons op europa@organogold.com





ANNEX *1

Country	Guidelines	Date	Language
Austria	Part of Ethik-Codex der Werbewirtschaft (section 1.8)	2019	DE
Belgium	Belgian Advertising Council Recommendations on Online Influencers	2018	FR , NL
France	Recommendation on digital advertising communication and other influencer marketing guidance	2017/19	FR, EN
Germany	Influencer Marketing & Recht – Leitfaden zur Kennzeichnung von Werbung auf Instagram	2019	DE
Ireland	ASAI GUIDANCE NOTE – Recognisability of marketing communications	2016	EN
Italy	IAP DIGITAL CHART (social network and content sharing section)	2016	IT, EN
Netherlands	Social media & influencers marketing code	2019	NL
Portugal	Under development by auto-regulacaopublicitaria.pt	—	PT
Romania	Part of The Code of Advertising Practice (Ch.1, Art.4)	2018	EN, RO
Spain	Code of conduct on the use of influencers	2020	ES
Sweden	Swedish Consumer Agency Guidance on marketing in blogs and other social media	2018	SE
UK	Influencers' guide to making clear that ads are ads and other relevant guidance	2020	EN
Other countries	Refer to the relevant national authority.		

If in doubt, please contact us before publishing any content.