

NSA

Conferencia internacional Juice PLUS+® 2010

La cita anual con las franquicias Juice PLUS+® de toda Europa tuvo lugar en Venecia los días 8 y 9 de octubre. La conferencia incluyó muchas actividades de motivación y formación. Entre las principales novedades que han visto la luz y que merecen ser mencionadas por la respuesta entusiasta que han recibido de los más de 500 asistentes al evento, destacan los nuevos sitios web:



www.juiceplusscience.eu, dirigido tanto a médicos y terapeutas que ya conocen y recomiendan Juice PLUS+® como a profesionales de la salud.
www.juiceplussports.eu, plataforma que reúne el testimonio de atletas que consumen Juice PLUS+® a nivel internacional.
www.juiceplusfacts.eu, sitio web que recopila datos sobre Juice PLUS+® y su sistema de distribución con el objetivo de proporcionar información neutra y real a toda persona interesada.

VITAMENTOS / VEROFIT

UN NUEVO IMPULSO XI Convención VEROFIT.

Los días 1 al 3 de Octubre tuvo lugar la XI Convención VEROFIT en el lujoso Asia Gardens en Benidorm, emplazamiento único para celebrar los éxitos del pasado año y, en especial, lanzar las muchas novedades para el próximo año. Como es habitual en todas las Convenciones de la Compañía, la formación ocupó un lugar prioritario con intervenciones de reconocidos médicos, científicos y comunicadores. El lanzamiento de nuevos productos, diversas promociones y reconocimiento a las personas con más éxito fueron otros aspectos importantes de una completa agenda. Este año destacó el lanzamiento de los productos y programas Protein Plus que se caracterizan por su alto contenido en proteínas y fibra que ayudan a preservar la masa muscular y tienen un alto grado de saciedad. También la nueva línea "for men" que junto con la línea facial, corporal y Oro 24K permite a todos los clientes VEROFIT conseguir una belleza saludable.

La noche de gala fue el momento elegido para nombrar las nuevas distribuciones, los ganadores al viaje de Nueva York 2011 y anunciar el triple destino del viaje 2012 (Caribe Maya, Jamaica e Islas Caiman). La XI Convención hizo honor a su lema, Un Nuevo Impulso y llenó de motivación, satisfacciones y nuevos objetivos a los más de 250 asistentes.



Empresas asociadas

ACN • AMC • Amway • Avon • Captain Tortue • Círculo de Lectores • Cristian Lay • Enzacta • Exclusivas CIL
 • FMG Fragancias • 4LIFE • Herbalife • Mary Kay • NSA • NU SKIN • Oriflame • Stanhome • Vitamentos • Yanbal

Asociación de Empresas de Venta Directa Aragón, 210 • 08011 Barcelona

Tel. 93 451 56 17 • Fax 93 451 59 42 • E-mail: avd@avd.es • http://www.avd.es

YANBAL

Yanbal International presenta su gran descubrimiento anti-edad: Sentiva Elixir de Vida

Sentiva, la línea de tratamiento facial de Yanbal International, recoge el poder de la uva roja, para ofrecer lo último en tecnología: NUEVO Sentiva ELIXIR DE VIDA. Una crema de tratamiento anti edad que contiene el exclusivo complejo VID+A, capaz de activar las proteínas de la juventud o Sirtuínas, para que tenga una apariencia 10 años más joven como en sus mejores tiempos.

ELIXIR DE VIDA contribuye a disminuir los 5 signos más notorios del envejecimiento: arrugas, flacidez, opacidad, deshidratación y desnutrición. Los resultados de las pruebas clínicas dermatológicas efectuadas en el Instituto EVIC en Brasil a 69 mujeres de 30/60 años, tras cuatro semanas de aplicación muestran unos resultados extraordinariamente positivos en un 98% de los casos.



Las Sirtuínas son PROTEÍNAS DE LA JUVENTUD que se hallan en nuestro cuerpo y en nuestra piel, pero normalmente están dormidas. Funcionan como un mecanismo de emergencia para reparar el ADN de nuestras células, siendo un auténtico elixir de la juventud.

El Resveratrol despierta nuestras Sirtuínas y su asombrosa reparación de forma automática. Es la nueva fuente de la juventud.

ORIFLAME

La supermodelo Natalia Vodianova presentó en Noviembre Midnight Pearl de Oriflame, una nueva y lujosa fragancia inspirada en el exotismo de las perlas negras de Tahití. Sus notas olfativas dominantes de Pera, Jazmín y Madera de Agar, convierten esta fragancia floral y afrutada en una irresistible tentación que deleita los sentidos. Esta nueva creación se presenta en un artesanal y trabajado frasco decorado con un exclusivo colgante de auténticas perlas tahitianas y en un tamaño único de 50 ml de capacidad. Este original colgante convertible en collar, constituye el complemento perfecto al estilo elegante y atemporal del perfume. Sin duda, Midnight Pearl, representa una auténtica joya para los coleccionistas de fragancias por su elegancia y delicada artesanía.

Oriflame se enorgullece de presentar a Natalia Vodianova como imagen de la fragancia Midnight Pearl. La top model rusa conocida por sus campañas publicitarias para las más importantes firmas de moda y cosmética en todo el mundo, encarna la esencia del glamour y la belleza, condiciones que hacen de ella la imagen perfecta para esta nueva fragancia.

Las diseñadoras de joyas Stephanie Bascou y Marie Cluzel, reconocidas por su trabajo en la prestigiosa firma francesa de joyería Baccarat, son las creadoras del exclusivo frasco del Eau de Parfum Midnight Pearl. Una vez más, Oriflame se rodea de los profesionales de mayor prestigio internacional.



OLETÍN ASOCIACION DE EMPRESAS DE VENTA DIRECTA Directa

Código europeo de la Venta Directa

Desde siempre, el sector de la Venta Directa ha sido líder en desarrollar y aplicar todas las medidas que dirigidas al público consumidor redundan en **los más altos niveles de profesionalidad y de servicio**

El crecimiento de las ventas transfronterizas en la Unión Europea y la aprobación próximamente de la nueva Directiva sobre Derechos de los Consumidores, así como la necesidad de la puesta al día de algunos de los principios contenidos en el Código de FEDSA en vigor desde la década de los 80, motivó a la Junta Directiva de FEDSA a encargar a un grupo de trabajo de expertos el redactado de un nuevo Código Europeo.

El grupo de trabajo bajo la Presidencia del Profesor de la Facultad de Derecho de la Universidad de Lovaina, Jules Stuyck, está compuesto por Anders Berglund, Abogado y anteriormente Secretario General de la Asociación de Venta Directa de Suecia; Philippe Dailey, antiguo Presidente de FEDSA quien ocupó hasta fecha reciente la Secretaría General de la Asociación Francesa de Venta Directa y actualmente Presidente de la Comisión de Negocios Internacionales de la citada Asociación y por nuestro Secretario General, en su calidad de Abogado y experto en temas de consumo y derecho comunitario. Por su parte, Maurits Bruggink, Director Ejecutivo de FEDSA forma parte también del grupo de trabajo por razón de su cargo.

Este nuevo Código de ámbito europeo cubre **las relaciones de las empre-**

sas con sus clientes, así como las relaciones entre aquellas y sus equipos de venta, con un total de 62 artículos que cubren todos los supuestos que se dan en el mercado.

Este Código bajo ningún concepto sustituye a las leyes en vigor, sino que cubre todos aquellos aspectos que la

o futuros y la obligación de entrega de los productos objeto de una venta dentro del plazo pactado con el comprador.

Con todo ello, la Venta Directa en Europa se coloca en posición destacada en el ámbito de protección de los derechos de los consumidores por



Los componentes del grupo de trabajo en las oficinas de FEDSA en Bruselas, acompañados del Presidente de FEDSA. De izquierda a derecha: Anders Berglund, Jules Stuyck, Maurits Bruggink, Philippe Jacquelinet Presidente de FEDSA, Philippe Dailey y Juan Turró

Ley no prevé pero que el sector de la Venta Directa considera adecuados para una mejor y más eficiente labor en el mercado.

A título de ejemplo, **el Código define las prácticas prohibidas**, indicando la información que los vendedores deben facilitar a sus clientes, así como los apartados que deben constar en los impresos de pedido, las garantías y el servicio post-venta, el respeto a la privacidad de los clientes actuales

medio de las buenas prácticas que se han venido aplicando históricamente y que el nuevo Código reafirma.

FEDSA prevé aprobar el nuevo Código en la primavera del próximo año. Como es habitual en estos casos, el texto completo se publicará en la web de FEDSA: www.fedsa.eu y por parte de nuestra Asociación, una vez traducido al español, también estará en la web: www.avd.es para información de toda persona o entidad interesada.

AVON

Más de tres mil personas se unen a la iniciativa solidaria de Avon Contra el Cáncer de Mama

Un año más, el 17 de Octubre, las calles de Madrid se sumaron a esta convocatoria que la Compañía de Venta Directa Avon Cosmetics celebra en más 50 países del mundo a favor de la recaudación de fondos para la lucha contra el Cáncer de Mama.

La recaudación íntegra de esta marcha, iba destinada a la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), entidad con la que Avon colabora desde hace más de una década y uno de los estandartes del apoyo a esta causa en nuestro país. Silvia Camacho, presidenta de la Junta Provincial de la AECC, afirmó -"una de cada ocho mujeres sufrirá cáncer de mama, por eso en la prevención esta nuestra ventaja y nuestro apoyo a los enfermos, es nuestra fuerza"-.



Con esta nueva Marcha y la reciente edición celebrada en Canarias, AVON supera los más de 4 millones de euros recaudados a favor de la lucha contra el cáncer de Mama en España, una cifra ejemplar en los tiempos que corren "Ojala Avon sea un ejemplo para muchas otras marcas en el mundo y entre todos terminemos con esta enfermedad, es nuestra obligación" afirmó Marco Midali, Presidente de Avon en España.

El evento cubría un recorrido de cerca de 4 kilómetros a lo largo del Paseo de la Castellana de Madrid, su "marea rosa" y su batucada no dejaban indiferente a nadie. Una vez finalizado el recorrido, los participantes se dirigieron al escenario donde unas Madrinas de excepción (Beatriz Rico, Norma Ruiz y Mabel Lozano, la presentadora Arancha de Benito y la diseñadora María Lafuente) así como miembros de la AECC y del Centro Nacional de Investigaciones Oncológicas y la dirección de Avon, dedicaron unas emotivas palabras al público.

CAPTAIN TORTUE



El Grupo CAPTAIN TORTUE ha presentado en Barcelona el 16 de Diciembre, su nuevo programa promocional y sus nuevas colecciones MISS CAPTAIN (mujer) y CAPT'N TORTUE (niños) de la temporada Primavera Verano 2011.

Se invita a todas las personas interesadas en formar parte del apasionante mundo de la moda en el campo de la Venta Directa a

ponerse en contacto con:
sandraromano@captaintortuegroup.com

CRISTIAN LAY

Cristian Lay elige Portugal para la presentación internacional de la colección otoño-invierno "THE SECRET"

Cristian Lay ha vuelto a organizar una macropresentación para dar a conocer su nueva colección para la temporada otoño - invierno. Pero esta ocasión ha sido especial, ya que entre todos los países en los que está presente, un total de quince, repartidos entre Latinoamérica, Europa y Norte de África, la multinacional extremeña ha elegido uno en los que tiene mayor implantación, y en el que empezó su expansión internacional, por la cercanía con la sede de la empresa: Portugal.

El Convento do Beato, edificio emblemático de la capital lisboeta, cerca de la desembocadura del río Tajo, fue el lugar escogido para desvelar las propuestas del diseñador creativo de Cristian Lay Miguel Ángel Leal incluidas en la nueva colección, bautizada como "The Secret", y de ellas fueron testigo no solo la red de asesoras de imagen de la firma, sino también importantes personalidades de la sociedad portuguesa, entre ellos el actor Ricardo Pereira, que condujo la velada, o la siempre glamurosa Lili Caneças. El acontecimiento tuvo una amplia repercusión, como lo demuestra que un buen número de medios de comunicación portugueses se hicieron eco del mismo, destacando el éxito de la puesta en escena, la altura de las personalidades asistentes y de las tendencias de esta esperada colección de Cristian Lay.



STANHOME



Porque el planeta es nuestro hogar, te brindamos productos eco-responsables Stanhome siempre comprometido con el medio ambiente te ofrece Respect +

Respect+

una línea de productos que respetan además de los compromisos Stanhome, las normas establecidas por la Ecolabel

MARY KAY

Transforma un instante en un recuerdo

Cualquier mujer sabe qué es aquello que hace que su vida sea plena. El placer de la amistad. El poder del amor. La confianza en sí misma para marcar la diferencia. El nuevo y perfecto para regalo Eau de Parfum Thinking of You™ Mary Kay® lleva las fragancias a otro nivel, ya que ha conseguido captar las emociones que nos unen para dejar una huella duradera. Este frutal y floral oriental eau de parfum incluye notas altas que transmiten una sensación de alegría y felicidad: mandarina chispeante, succulenta nectarina y jugosa ciruela. Notas medias inspiradas en el poder del amor, de la familia y en el placer de la amistad, incluyendo jazmín, madre selva rosada y lirio del valle. Y notas bajas de haba de tonka y vainilla que completan esta fragancia transmitiendo recuerdos duraderos de calidez y belleza universal. No hay mejor momento que ahora para transformar un instante en un recuerdo con el Eau de Parfum Thinking of You™, la última fragancia de Mary Kay®.



4 LIFE

Big fue el gran evento de 4Life

Después de 18 meses de planificación, la convención Internacional BIG fue el evento más grande de 4Life Research y con la mayor cantidad de recursos invertidos hasta la fecha. Este fantástico evento, celebrado en Salt Lake City, Utah, entre los días 8 y 11 de septiembre, reunió en un solo lugar a todos los Distribuidores Diamantes Internacionales Platino y los Fundadores de 4Life. Fue un evento lleno de emocionantes avances en la ciencia, grandes celebraciones del éxito y oportunidades fantásticas de servicio.

Algunos datos de Interés:

- Nuestros 7 Diamantes Internacionales Platino reunidos en un sólo lugar junto con los Fundadores de 4Life, David y Bianca Lisonbee.
- Más de 5.000 asistentes provenientes de 55 países
- Más de quince idiomas hablados
- 75.000 dólares en dinero en efectivo y premios
- Miles de distribuidores visitaron las oficinas corporativas centrales
- Más de 4.000 distribuidores caminaron sobre el escenario como reconocimiento a su liderazgo y crecimiento
- Más de 3.000 distribuidores unieron sus esfuerzos en la actividad de servicio de Foundation 4Life® la que permitió preparar 2.000 mochilas escolares para los niños de honduras ¡y todo en menos de una hora!
- En la tienda de la convención se hicieron más de 4.000 pedidos, hubo alrededor de 72 cajas registradoras y se sirvieron más de 170.000 raciones de Transfer Factor® RioVida® Tri-Factor®



HERBALIFE

Herbalife es patrocinador del FC Barcelona y de Leo Messi

Herbalife ha firmado un convenio de tres años con el F.C. Barcelona, el cual convierte a Herbalife en su Patrocinador Oficial de Nutrición. A su vez, Leo Messi ha firmado un contrato de patrocinio personal.



El convenio con F.C. Barcelona incluye la adquisición por parte de Herbalife de los derechos mundiales de afiliación, así como diversos activos publicitarios y derechos del club para promover su nombre a nivel internacional, lo cual incluye el logotipo de Herbalife en la manga izquierda de la camiseta del equipo en todos los partidos internacionales amistosos. La empresa además tendrá una fuerte presencia en las giras internacionales en los que participe el club cada año antes de que se inicien las competiciones oficiales. Asimismo, el contrato señala que como auspiciador de nutrición, los médicos y nutriólogos del Consejo Consultor de Nutrición de Herbalife se reunirán con integrantes del club para desarrollar programas específicos de nutrición para apoyarles. Una de las características más destacables del convenio es que un porcentaje del monto del patrocinio se destinará a la Fundación FCB, cuyos centros XICS benefician a niños en alto riesgo alrededor del mundo. De manera paralela, el convenio con Messi incluye el desarrollo de programas para ayudar con iniciativas de salud y educación, que serán efectuadas por la Fundación Leo Messi en colaboración con la Fundación Familia Herbalife.

NU SKIN

Nu Skin® recibió recientemente el premio al Mejor Lanzamiento de Producto del Año en los International Business Awards del 2010, por el sistema de cuidado cutáneo ageLOC® Transformation. Este sistema antiedad ataca al envejecimiento desde su mismo origen y representa el mayor lanzamiento de un producto llevado jamás a cabo por Nu Skin®, con 150 millones de dólares en ventas desde su lanzamiento hace nueve meses.

El vicepresidente de asuntos generales de Nu Skin Korea KyungSub Han tuvo el honor de recibir el galardón en la ceremonia de entrega celebrada en Estambul, Turquía.

Al respecto, Joe Chang, director científico de Nu Skin® y vicepresidente ejecutivo dedicado al desarrollo de productos, declaró que "al atacar al envejecimiento desde su mismo origen con nuestra ciencia patentada ageLOC®, nuestro equipo de I+D tiene la ventaja de haber desarrollado productos realmente revolucionarios, con una gran capacidad preventiva y correctiva ante el envejecimiento." "En un estudio realizado por un evaluador clínico independiente, el 100% de los sujetos que usaron ageLOC® Transformation declararon haber notado una mejora en los signos del envejecimiento tras sólo siete días."

No es la primera vez que Nu Skin® recibe un premio en los International Business Awards, también llamados Premios Stevie, ya que en la edición de 2009 el cofundador y presidente de la junta directiva, Blake Roney, fue elegido Presidente del Año y Nu Skin® Korea fue honrada como la Compañía Más Innovadora de Asia. La historia de Nu Skin® con los premios Stevie también incluye dos American Business Awards, uno como Compañía Más Innovadora en 2005 y otro por el Mejor Programa de Responsabilidad Social Corporativa en 2007.

