



La notation BFH des entreprises: une aide pour choisir une entreprise de marketing de réseau.

L'industrie du marketing de réseau compte plusieurs milliers d'entreprises. **Il est donc important pour le futur entrepreneur indépendant de disposer d'outils qui lui permettront de faire le choix d'une société** dans laquelle il pourra bâtir son indépendance financière en toute sérénité.

Le système de notation des entreprises mis en place par Business For Home (BFH) est un de ces outils. **Il permet d'une part d'éviter les arnaques pyramidales (de type chaînes de Ponzi), et d'autre part, il renseigne sur le potentiel de gain qu'un entrepreneur indépendant peut espérer d'une entreprise de vente directe.**

I - Brève histoire de la notation

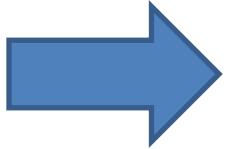
1

- On connaît déjà les agences qui font du « **credit rating** », la **notation de crédit**. Les plus célèbres sont **Moody's**, **Fitch** et **Standard & Poor's (S&P)**. Elles sont aussi connues sous l'appellation de « **Big Three** », c'est-à-dire « **Les Trois Grandes** ».
- Elles détiennent à elles seules près de **95% du marché mondial de la notation financière**.
- **La pratique de la notation par ces trois agences est très anciennes** : depuis l'année **1860** pour **Standard & Poor's**, depuis **1909** pour **Moody's**, et depuis **1913** pour **Fitch**.



La notation par **Standard & Poor's, Fitch et Moody's** détermine les conditions des opérations d'emprunts.

2



Ces trois agences réalisent une **évaluation de la capacité des Etats, des collectivités et des entreprises privées ou publiques à rembourser des éventuelles emprunts**. Ces agences évaluent donc **la solvabilité** des emprunteurs.

L'évaluation consiste en **l'attribution d'une note**.

Plus la note sera élevée, plus l'entreprise ou l'organisme public va **emprunter des fonds à des taux d'intérêt faibles**.

À l'inverse, plus la note sera faible, plus l'entreprise ou l'organisme public va **emprunter des fonds à des taux d'intérêt élevés**. Ces taux d'intérêt élevés constituent une **prime de risque**.

II - Le principe de **notation** appliqué aux entreprises de marketing de réseau



Dini Noorlander



Ted Nuyten

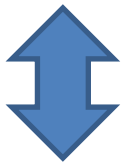
- La notation des entreprises de marketing de réseau dont il est question dans ce diaporama a été mise en place par la **Fondation Business For Home (BFH)**.
- **Business For Home** a été créée en **2007** au Pays-Bas par deux co-fondateurs, **Dini Noorlander** et **Ted Nuyten**.
- **BFH** c'est aussi un site internet businessforhome.org qui cumule par an **plus de 4 millions de visiteurs du monde entier** !



- **Business For Home** s'attache à présenter **les faits et les chiffres** sur le marketing de réseau.
- De même, elle publie **les actualités sur les entreprises du marketing de réseau, leurs dirigeants et les distributeurs indépendants**.
- **BFH** précise qu'elle n'est **pas experte des Pyramides de PONZI**. Toutefois, elle réalise au préalable une investigation sur les entreprises qui souhaitent faire l'objet d'une publication sur son site internet businessforhome.org.
- Autrement dit, malgré tout le soin que BFH peut mettre dans l'analyse de chaque opportunité d'affaire, **certaines entreprises, dans une infime proportion, peuvent échapper à son système de détection des arnaques (échapper au « radar BFH»)**.

- Par exemple, sur près de 670 entreprises « passées en revue » par Business For Home depuis sa création en 2007, **seulement quatre (4) se sont avérées être des arnaques ou des pyramides de Ponzi. Soit seulement 0,6% des 670 entreprises.**

In the past we have reported about the top earners in Zeek Rewards, Banner Brokers, TelexFree, as OneCoin, proven Ponzi systems or scams.

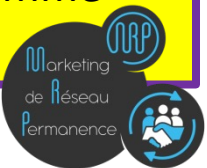


Source :

<https://www.businessforhome.org/ponzis-and-pyramids/>

Traduction en français:

« Dans le passé, nous avons publié des articles sur des personnes ayant les plus gros revenus au sein des entreprises Zeek Rewards, Banner Brockers, TelexFree, tout comme OneCoin, qui se sont avérées être des systèmes de Ponzi ou des arnaques. »



III - Pourquoi la notation Business For Home est pertinente ?



- La fondation **Business For Home sert régulièrement d'intermédiaire** entre les investisseurs, les sociétés de capital-risque et les entreprises de marketing de réseau.
- **L'expertise de BFH est donc très demandée** dans le cas du lancement d'une nouvelle société de marketing de réseau, pour l'ouverture d'une opportunité d'affaire à de nouveaux pays, mais aussi pour trouver des financeurs (business angel) afin de booster la croissance d'une entreprise de marketing de réseau.

- La fondation **Business For Home ne mène son travail analytique qu'à la demande d'une entreprise** de marketing de réseau.
- À partir de ce moment, l'entreprise de marketing de réseau doit **fournir à BFH tous les éléments pour que l'analyse soit exclusivement fondée sur les faits, sur des chiffres, etc.**
- L'entreprise de marketing de réseau **accepte de facto que sa note soit rendue publique** (publication sur le site businessforhome.org) - *que la note soit bonne ou mauvaise !*
- Business For Home réalise aussi un **contrôle en continu des entreprises de marketing de réseau notées. La note d'une entreprise peut donc évoluer (amélioration ou abaissement).**

IV - La notation BFH, une aide non exclusive à la prise de décision.

8

- La notation de Business For Home est prospective, **elle renseigne sur l'état d'une entreprise de marketing de réseau sur une période plus longue que le moment où un prospect rencontre cette entreprise.**
- Par ailleurs, la notation BFH dit **comment se porte une entreprise par rapport à ses pairs.**

Les chercheurs d'opportunités d'affaires peuvent utiliser cette notation pour choisir une entreprise de marketing de réseau plutôt qu'une autre, qu'ils soient des **investisseurs** ou des potentiels **distributeurs**.

Dans un **principe de responsabilité individuelle**, BFH recommande **cependant à tout un chacun de mener en parallèle ses propres recherches**, avant d'investir dans une entreprise ou de rejoindre une entreprise comme distributeur indépendant.

V - Quelques critères sur lesquels s'appuie Business For Home pour la notation des entreprises de vente directe.

9

- Le classement en fonction du « **MOMENTUM** »
- Le classement en fonction du « **ON EN PARLE SUR FACEBOOK** »
- Le classement en fonction du « **NOMBRE DE VUES DE LA PAGE DE LA SOCIETE** »
- Le classement en fonction du « **NOMBRE DE LIKE SUR FACEBOOK** »
- Le classement en fonction du « **NOMBRE DE DISTRIBUTEURS FAISANT L'OBJET D'UN ARTICLE DANS LES REVUES SPECIALISEES SUR LE MARKETING DE RESEAU** »
- Le classement en fonction du « **NOMBRE DE VUES SUR YOUTUBE** »
- Le classement en fonction du « **NOMBRE D'INSCRITS SUR LA CHAINE YOUTUBE** »



- Le classement en fonction du « **NOMBRE DE FOLLOWERS SUR TWITTER** »
- Le classement en fonction de « **LA CROISSANCE DU REVENU DE LA SOCIETE EN POURCENTAGE** »
- Le classement en fonction de « **LA CROISSANCE DU REVENU DE LA SOCIETE EN MILLIONS DE DOLLAR** »
- Le classement en fonction du « **NOMBRE DE DISTRIBUTEURS AYANT UN REVENU DE PLUS DE 5 000 DOLLAR PAR MOIS** »
- Les déplacements de « **VISITES DES SIEGES INTERNATIONAUX ET AUTRES BUREAUX ET SERVICES DE LA SOCIETE** » par les équipes de BFH
- Les déplacements et « **PARTICIPATIONS AUX GRANDS EVENEMENTS DE LA SOCIETE (CONVENTIONS) PARTOUT DANS LE MONDE** »
- Les autres « **INFORMATIONS INTERNES NON ACCESSIBLES AU GRAND PUBLIC** »

VI - Le système d'évaluation des entreprises de la vente directe par Business For Home comporte **quatre (4) notes.**

AAA+

GRADE

- Business For Home recommande l'entreprise. Il y a une **forte certitude** que l'avantage net est substantiel pour un distributeur. **C'est la plus haute recommandation !**

AA+

GRADE

- Business For Home recommande cette opportunité. Il y a une certitude élevée que l'avantage net est modéré, ou **il y a une certitude modérée** que l'avantage net est modéré à substantiel pour le distributeur.



A+

GRADE

- Business For Home recommande sélectivement cette offre basé sur un jugement professionnel. Il existe au moins une **certitude modérée que l'avantage net est faible pour un distributeur.**

B

GRADE

- Business For Home conclut que les informations actuelles sur l'entreprise sont insuffisantes pour évaluer l'équilibre des avantages. **Les informations sont insuffisantes, de mauvaise qualité ou contradictoires, et l'équilibre des avantages ne peut être déterminé.**

VII - 670 entreprises ont demandé à être notées par Business For Home.

- Seulement **5% ont la note AAA+** (la plus forte recommandation) ➡ **33 entreprises**
- **30% ont la note AA+** ➡ **201 entreprises**
- **35% ont la note A+** ➡ **235 entreprises**
- Et **30% ont la note B** (la plus faible recommandation) ➡ **201 entreprises**



Liste des entreprises

AAA+

Business For Home



| Entreprises notées AAA+ | Classement en 2021 dans le Top 500, en fonction des revenus générés en 2020 | Pays |
|-------------------------|---|-----------|
| Malaleuca | 8 ^{ème} | USA |
| Young Living | 13 ^{ème} | USA |
| DoTerra | 14 ^{ème} | USA |
| PM International | 16 ^{ème} | Allemagne |
| Jeunesse | 22 ^{ème} | USA |
| Lyconet | 32 ^{ème} | Autriche |
| Success Factory | 33 ^{ème} | Hollande |
| Sene Gence | 34 ^{ème} | USA |
| Optavia - Medifast | 36 ^{ème} | USA |
| IM Master Academy | 59 ^{ème} | USA |
| Total Life Changes | 65 ^{ème} | USA |
| Monat Global | 68 ^{ème} | USA |
| Neora | 75 ^{ème} | USA |
| Secret Direct | 80 ^{ème} | USA |

Liste des entreprises

AAA+

Business For Home



| Entreprises notées AAA+ | Classement en 2021 dans le Top 500, en fonction des revenus générés en 2020 | Pays |
|-------------------------|---|----------------|
| ARIIX | 97 ^{ème} | USA |
| Life Vantage | 100 ^{ème} | USA |
| Vida Divina | 114 ^{ème} | USA |
| My Daily Choice | 123 ^{ème} | USA |
| Elepreneurs | 139 ^{ème} | USA |
| Healy World | 159 ^{ème} | Allemagne |
| APL GO | 171 ^{ème} | Chypre |
| Valentus | 176 ^{ème} | USA |
| Be | 180 ^{ème} | Emirats arabes |
| Opulence | 218 ^{ème} | Canada |
| QuiAri | 238 ^{ème} | USA |
| ibuumerang | 262 ^{ème} | USA |
| By Dzyne | 296 ^{ème} | USA |
| Velovita | 411 ^{ème} | USA |

Pour connaître la notation de l'entreprise de vente directe de votre choix, cliquez sur « companies ». Puis cliquez sur le nom de l'entreprise (classement des entreprises par ordre alphabétique)

<https://www.businessforhome.org/>

BFH MLM News > Direct Selling Facts x +

businessforhome.org

Gmail YouTube Maps

BFH | Business For Home
DIRECT SELLING FACTS AND FIGURES & MLM NEWS




NEWS **COMPANIES** MOMENTUM RANKS TOP

For recommended distributor please click here

BUSINESS FOR HOME
GROWTH CONFERENCE

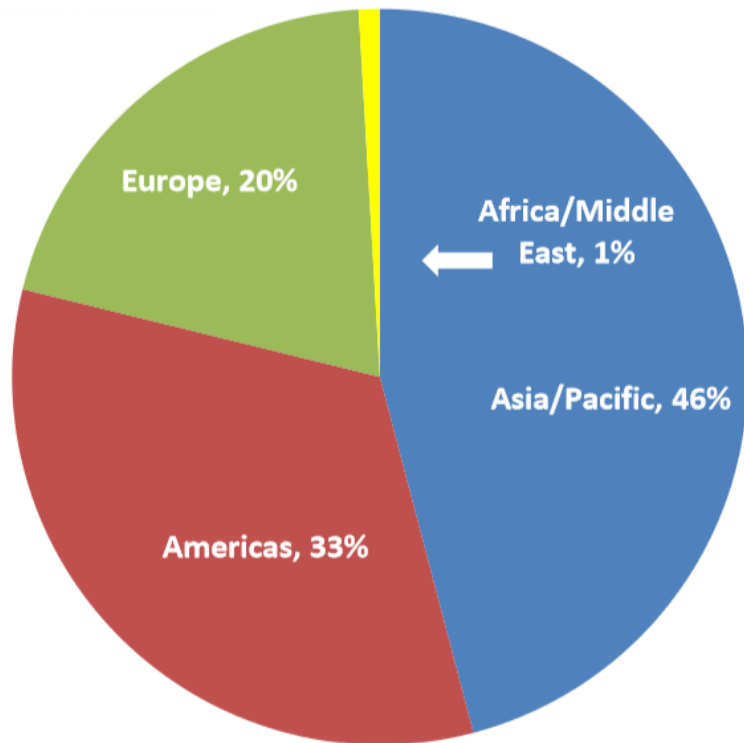
ADA CABALLERRO - AIKA LORRAINE UY - ANA CANTERA - ANDREEA CIMBALA - CHAR

VIII - Ce qu'on apprend de la liste des 28 entreprises notées .

- **Les entreprises de l'Amérique du nord sont les plus représentées** (21 entreprises des USA + 1 entreprise du Canada)  **soit 78,6% des entreprises AAA+.**
- On a **4 entreprises d'Europe** (2 entreprises allemandes + 1 entreprise autrichienne + 1 entreprise hollandaise),  **soit 14,3% des entreprises AAA+.**
- Et seulement **2 entreprises d'Asie** (1 entreprise de Chypre + 1 entreprise des Emirats arabes),  **soit 7,1% des entreprises AAA+.**



On constate ce que l'on peut qualifier de **paradoxe asiatique**.

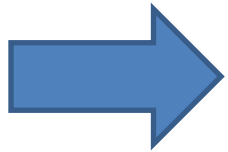


- Quand on regarde la **répartition des ventes marketing de réseau par continent** (diagramme circulaire ci-contre), elle montre que **l'Asie est la région dominante**.
- Ce qui est en **contradiction avec le fait que les entreprises asiatiques sont sous-représentées en pourcentage dans la liste des sociétés notées AAA+**.

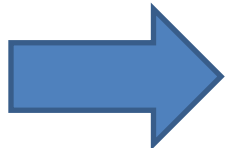
- Comment comprendre le paradoxe asiatique ?



Rappelons que la notation par Business For Home ne se fait qu'à la demande de l'entreprise de marketing de réseau elle-même.



Il y a donc **très peu d'entreprises asiatiques qui demandent à être notées par Business For Home**. Contrairement aux entreprises nord-américaines qui voient la notation BFH comme un réel atout, un message de confiance adressé au grand public et aux investisseurs. Il y a donc **plus d'entreprises nord-américaines qui demandent à être notées par BFH**.



Ainsi, ce sont **421 entreprises nord-américaines** (403 entreprises des Etats-Unis + 18 entreprises du Canada) qui ont demandées à être notées par BFH (soit 62.8%), **contre seulement 106 entreprises asiatiques** (soit 15,8%).

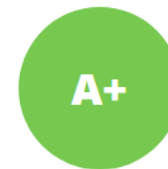
- Certaines entreprises asiatiques de vente directe peuvent ne pas demander la notation BFH car **elles savent que leurs produits ne remplissent pas les normes des marchés occidentaux** (Europe et Amérique du Nord).
- Ces entreprises asiatiques craignent le **standard occidental de la notation Business For Home**. En effet, **le standard de notion BFH est un nivellement par le haut**.
- Une autre explication serait que **le marché asiatique, qui est déjà un immense marché, leur suffit**. Conquérir les marchés occidentaux ne fait pas forcément partie de la vision stratégique des entreprises asiatiques.

- De plus, dans le contexte culturel asiatique, on a plus l'habitude d'acheter des produits sur la base de la recommandation d'un ami ou d'un membre de la famille – et moins sous l'influence de la publicité traditionnelle.
- Enfin, en Asie, on a l'habitude d'entreprendre en famille ou entre amis. **Les partenariats d'affaire se nouent et sont très forts, du fait de l'éducation, de la culture et de la relation déjà entretenue entre les individus sur une longue période.**
- Le marketing est donc « si relationnel » en Asie que les entreprises asiatiques de vente directe peuvent se passer de la recommandation par une institution, **y compris celle d'une agence de notation comme BFH.**

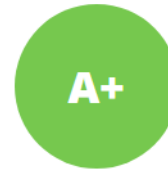
IX - La place des géants du marketing de réseau dans la notation BFH.



- **Les entreprises historiques de la vente directe n'ont pas forcément la notation maximale.**



GRADE



GRADE



GRADE



GRADE

- **Les entreprises historiques méritent néanmoins le respect de tous les acteurs du MLM.** En effet, elles ont été et sont **toujours en première ligne dans toutes les batailles juridiques pour défendre l'industrie du marketing de réseau.**
- On pourrait se dire qu'il est **préférable de devenir entrepreneur indépendant en partenariat avec ces entreprises historiques, car elles ont résisté à l'épreuve du temps.** **Business For Home ne voit pas les choses ainsi, étrangement !**
- **BFH a examiné des faits. Et les faits sont têtus !**

Quand on prend l'entreprise historique Tupperware (fondée en 1946) :

24

- C'est une entreprise qui ne compte pas exclusivement sur ses représentants indépendants. Elle **noue des partenariats commerciaux avec « la grande distribution »** pour vendre ses bouteilles carrées, ses bols pouces, ses shakers, ses boîtes frigo ventilées, ses saladiers et ses sets de raviers.
- Par exemple, en 2019, **les clients des magasins Carrefour pouvaient avoir des « Tupperware » pour un nombre de vignettes collectionnées après plusieurs achats.**



REDÉCOUVREZ

Tupperware®

**L'ORIGINAL,
LE VRAI.**

AVEC LA CARTE DE FIDÉLITÉ
EN COLLECTIONNANT
LES VIGNETTES

10€
D'ACHAT

= 1
VIGNETTE

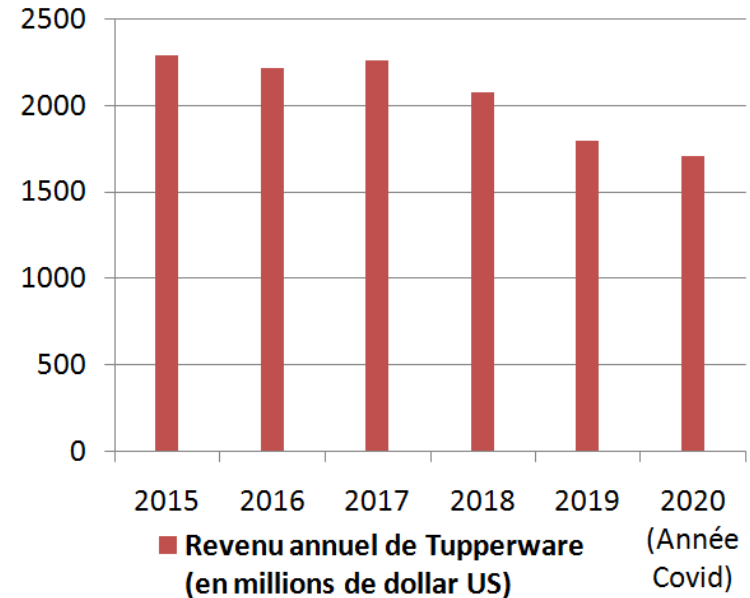


- **Les opérations avec la grande distribution sont très avantageuses pour Tupperware.**

- Cette stratégie a permis à Tupperware de réaliser 2 milliards et 883 millions de dollar US de ventes en 2015, et 1 milliard et 700 millions de dollar US de ventes en 2020. **Les ventes annuelles de Tupperware sont donc phénoménales, malgré une baisse de 25% en 5 ans.**



Tupperware®



Par contre, ces opérations viennent concurrencer les distributeurs indépendants.

L'avantage net est de ce fait modéré pour les distributeurs indépendants.

Cela pourrait expliquer la note **AA+** attribuée par **BFH** à Tupperware.

Curieusement, il n'existe aucun distributeur et aucun leader touchant de gros revenus renseignés sur **BFH** pour Tupperware !



Top Earners: **N/A**

Recommended Distributors: **N/A**