



## Nature's Sunshine Products, Inc

### Профиль компании

**Nature's Sunshine Products** — ведущая компания в области натурального здоровья и благополучия, которая продает и распространяет продукты питания и личной гигиены через глобальную сеть прямых продаж, состоящую из более чем 500 000 активных независимых менеджеров, дистрибьюторов и клиентов в более чем 40 странах.

**Nature's Sunshine** производит большую часть своей продукции на собственных современных предприятиях, чтобы гарантировать, что ее продукция продолжает устанавливать стандарт высочайшего качества, безопасности и эффективности на современном рынке.

#### All Products

<https://www.naturessunshine.com/all-products>



## Nature's Sunshine Products

[https://en.wikipedia.org/wiki/Nature%27s\\_Sunshine\\_Products](https://en.wikipedia.org/wiki/Nature%27s_Sunshine_Products)

### История [ редактировать ]

Nature's Sunshine была основана в 1972 году Джином и Кристин Хьюз, которые начали инкапсулировать перец на домашней кухне. Компания использует многоуровневую маркетинговую бизнес-модель, в которой их продукция в первую очередь продается потребителям независимыми дистрибьюторами, которые получают комиссионные на основе собственных продаж, а также бонусы за регистрацию и комиссионные на основе продаж любых привлеченных ими дистрибьюторов.

### Иск о взяточничестве SEC [ редактировать ]

В 2006 году KPMG, которая предоставляла аудиторские услуги компании, отказалась от счета. Они обвинили тогдашнего генерального директора Дугласа Фаджиоли в том, что он лгал аудиторам о «предполагаемом мошенничестве» и одобрил взяточничество.<sup>[5]</sup> В июле 2009 года компания согласилась выплатить 600 000 долларов штрафа после того, как SEC обвинила ее в даче взятки бразильским чиновникам на сумму более 1 000 000 долларов в 2000 и 2001 годах. Это было сделано «для того, чтобы импортировать в страну незарегистрированные пищевые продукты, а затем сфальсифицировала свои книги, чтобы скрыть платежи».<sup>[6][7]</sup>

## Multi-level marketing

[https://en.wikipedia.org/wiki/Multi-level\\_marketing](https://en.wikipedia.org/wiki/Multi-level_marketing)

**Многоуровневый маркетинг (MLM)**, также называемый **сетевым маркетингом**<sup>[1]</sup> или **пирамидой продаж**<sup>[2][3][4]</sup> — это спорная<sup>[4]</sup> и иногда незаконная маркетинговая стратегия продажи продуктов или услуг, в которой доход компании MLM формируется за счет неоплачиваемой рабочей силы, продающей продукты или услуги компании, в то время как доходы участников формируются за счет пирамидальной или бинарной системы компенсационных комиссий.<sup>[5]</sup>



# Многоуровневый маркетинг (MLM)

## Multilevel Marketing (MLM)

Стратегия, при которой продукты и услуги продаются через неоплачиваемую рабочую силу в пирамидальной системе комиссионных.

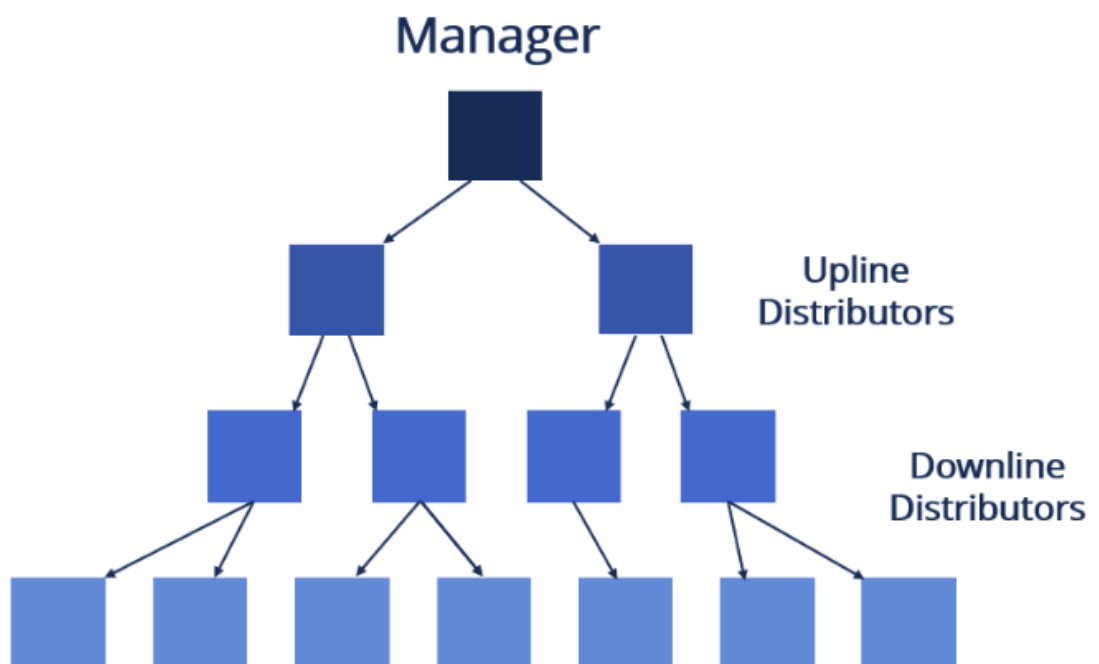
<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/multilevel-marketing-mlm/>

### Как работает многоуровневый маркетинг

В многоуровневом маркетинге существует несколько уровней торгового персонала. Торговый персонал известен как дистрибьюторы, которые являются независимыми неоплачиваемыми участниками. У дистрибьютора есть два источника дохода. Один из них — комиссия за прямую продажу продукции клиентам. Другой — через привлечение новых дистрибьюторов.

Дистрибьютору не платят, когда набирается новый (нижестоящий) участник. Тем не менее, продажи от его нижестоящих дистрибьюторов также относятся к нему. Дистрибьютор получает компенсацию в виде определенного процента от продаж от своей нижестоящей команды.

Многие дистрибьюторы с крупными командами нижестоящих линий даже не продают продукцию самостоятельно. Они могут получать достаточные комиссионные от продаж своих команд нижестоящих линий. Система комиссионных эффективно мотивирует существующих дистрибьюторов наращивать или расширять свои команды нижестоящих линий. Она позволяет компании нанимать большее количество продавцов и, таким образом, получать доступ к большей клиентской базе.



## Что такое MLM? Как работает многоуровневый маркетинг

### What Is MLM? How Multilevel Marketing Works

Updated October 09, 2024

<https://www.investopedia.com/terms/m/multi-level-marketing.asp>

#### КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- Многоуровневый маркетинг — это законная бизнес-стратегия, используемая некоторыми компаниями прямых продаж для продажи товаров и услуг.
- Действующим членам рекомендуется продвигать и продавать свои предложения другим лицам, а также привлекать в бизнес новых людей.
- Участникам выплачивается процент от продаж их рекрутов.
- Участники на всех уровнях получают определенную форму комиссии, а это значит, что чем больше уровней, тем больше денег люди могут заработать.
- Федеральная торговая комиссия расследует программы MLM, чтобы убедиться, что они не работают как финансовые пирамиды, что является незаконным.

**Многоуровневый маркетинг — это законный подход к продажам, но он имеет некоторые общие черты с нелегальными финансовыми пирамидами. Ключевое отличие MLM от финансовой пирамиды заключается в том, что MLM фокусируется на продажах, в то время как финансовые пирамиды обычно фокусируются на наборе персонала. Несмотря на то, что MLM фокусируется на продажах, зарабатывать деньги сложно, не будучи также успешным в наборе дополнительных продавцов и, таким образом, увеличивая комиссионные.**

# Global direct selling market - statistics & facts

## Глобальный рынок прямых продаж — статистика и факты

Jan 14, 2025

<https://www.statista.com/topics/4883/direct-selling-market/>

### Ведущие MLM-компании

Некоторые из крупнейших в мире [многоуровневых маркетинговых и прямых продажных предприятий](#) включают такие компании, как eXp Realty, Natura &Co, Coway, Nu Skin Enterprises, PM-International и т. д. Ведущими компаниями прямых продаж в Соединенных Штатах являются Amway и Herbalife. Более крупная из них, [Amway](#), заработала около семи с половиной миллиардов долларов США в 2023 году и предлагает широкий ассортимент продукции, при этом большую часть продаж компании составляют продукты питания, косметика и товары для дома. Вторая по величине компания, Herbalife, в первую очередь, предлагает продукты для контроля веса и питания, и сообщила о [годовом чистом объеме продаж около пяти миллиардов долларов США](#).

По всему миру индустрия прямых продаж переживала лучшие времена, и во многих компаниях и во многих странах зафиксирован спад продаж. Хотя эта модель далека от исчезновения, не будет преувеличением назвать личные прямые продажи несколько устаревшими. Похожая модель, которая стала гораздо более распространенной в последнее десятилетие, — это [электронная коммерция с прямыми продажами потребителям](#), модель, в которой производители продают свою продукцию напрямую на пороге своих клиентов с помощью онлайн-каналов, фактически исключая необходимость в сторонних розничных торговцах и продавцах.

## FORM 10-K for the fiscal year ended December 31, 2024

<https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/275053/000162828025012082/natr-20241231.htm>

Мы являемся компанией, занимающейся натуральным здоровьем и благополучием, в первую очередь занимающейся производством и прямой продажей продуктов питания и личной гигиены.

Наша линейка из более чем **800** продуктов включает несколько различных классификаций продуктов, таких как иммунные, сердечно-сосудистые, пищеварительные, средства личной гигиены, средства для контроля веса и другие общие продукты для здоровья.

Мы выплачиваем нашим независимым консультантам комиссионные за продажи или «поощрения за объем» на основе их собственных продаж продукции и продаж продукции их сбытовой организации.

Помимо возможности получать поощрения за объем, независимые консультанты, достигшие определенных уровней ежемесячных продаж продукции, имеют право на дополнительные программы поощрений, включая надбавки на автомобиль, привилегии на участие в торговых конференциях и награды за поездки.

**Значительная часть наших доходов на некоторых наших рынках зависит всего от нескольких независимых консультантов и их обширных сетей продаж.**

Мы конкурируем в сфере питания и личной гигиены с компаниями, которые продают через розничные магазины, а также с другими компаниями прямых продаж. Например, мы конкурируем с производителями и розничными торговцами продуктами питания и личной гигиены, которые распространяются через супермаркеты, аптеки, магазины здорового питания, витаминные магазины, дисконтные магазины и розничные продавцы товаров массового спроса и т. д. Мы конкурируем за продажи продукции и независимых консультантов со многими другими компаниями прямых продаж, включая [Herbalife](#), [LifeVantage](#), [Nu Skin](#) и [USANA](#) и т. д.

Компании прямых продаж подчиняются законам и постановлениям различных государственных органов по всему миру. Эти законы и постановления, как правило, направлены на предотвращение мошеннических или обманных практик, на обеспечение того, чтобы продажи осуществлялись потребителям продукции и чтобы компенсация основывалась в первую очередь на добросовестной продаже продукции потребителям, а не на привлечении других лиц в качестве участников программы компенсации.

FTC в Соединенных Штатах и аналогичные государственные органы в иностранных юрисдикциях периодически расследуют и принимают меры принудительного характера в отношении компаний прямых продаж на основании предполагаемой деятельности по пирамидальным продажам и/или ложных и вводящих в заблуждение заявлений, сделанных компанией прямых продаж или ее независимыми консультантами. Компании прямых продаж, которые стали объектом мер принудительного характера FTC, как правило, были обязаны внести существенные изменения в свою бизнес-модель и заплатить значительные денежные штрафы. Став объектом расследования или мер принудительного характера со стороны FTC в Соединенных Штатах или аналогичного государственного органа в иностранной юрисдикции, может оказать существенное неблагоприятное воздействие на наши результаты операций и финансовое положение.

Если требования в соглашениях FTC или судебных делах приведут к новым отраслевым стандартам или правилам, наш бизнес может пострадать, и нам, возможно, придется внести поправки в наш глобальный план компенсации за продажи.

FTC и генеральные прокуроры штатов в прошлом принимали меры принудительного характера в отношении компаний и производителей косметики, диетических добавок и продуктов питания за ложную и вводящую в заблуждение рекламу некоторых из их продуктов. FTC и генеральные прокуроры штатов время от времени инициировали расследования и меры принудительного характера в отношении компаний прямых продаж, утверждая, что компании управляли финансовой пирамидой. Хотя FTC и генеральные прокуроры штатов проявляют значительную степень субъективности при определении того, управляет ли компания финансовой пирамидой, FTC и генеральные прокуроры штатов рассматривают вопрос о том, основана ли компенсация, полученная независимыми консультантами, в первую очередь на привлечении других лиц в качестве участников программы компенсации, а не на добросовестных продажах продукции потребителям.

Как компания прямых продаж, наш доход зависит в первую очередь от количества и производительности наших независимых консультантов.

В 2024 году мы признали приблизительно 71,8 процента наших чистых продаж на рынках за пределами США, большинство из которых были признаны в соответствующей местной валюте каждого рынка.

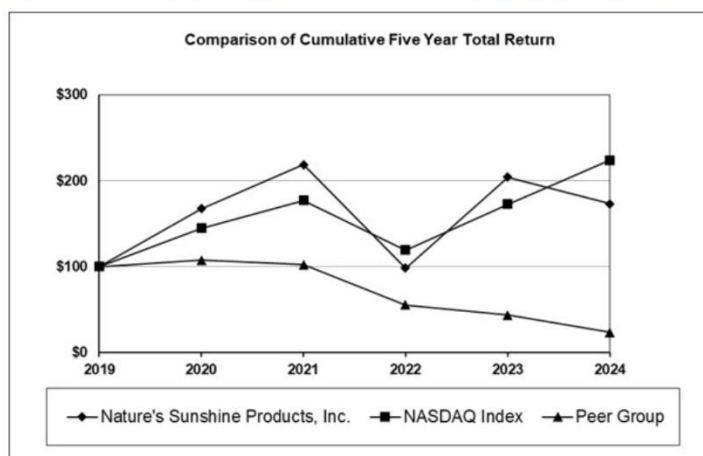
Мы продаем нашу продукцию по всему миру через отдел продаж независимых консультантов, которые используют продукцию самостоятельно или перепродают ее клиентам. **Независимые консультанты не являются сотрудниками и ведут свой собственный бизнес отдельно и отдельно от нас.**

Время от времени мы изменяем компоненты наших компенсационных планов, чтобы поддерживать их конкурентоспособность и привлекательность для существующих и потенциальных независимых консультантов, учитывать меняющуюся динамику рынка, предоставлять нашим независимым консультантам стимулы, которые, по нашему мнению, помогут развитию нашего бизнеса, соответствовать местным нормам и учитывать другие деловые соображения.

## Performance Graph

### График производительности

На графике ниже наши обыкновенные акции показаны как индекс, при условии, что 31 декабря 2019 года было инвестировано 100,00 долл. США, а также композитные цены компаний, котирующихся на фондовой бирже NASDAQ, и выборки из нашей группы аналогов. Данную информацию предоставила Standard & Poor's Investment Services. Сравнения на графике не предназначены для прогнозирования или указания возможной будущей эффективности наших обыкновенных акций. Публичные компании, входящие в эту группу аналогов, включают Herbalife International, Ltd., LifeVantage Corporation, NuSkin Enterprises, Inc. и USANA Health Sciences, Inc. Мы считаем эти компании репрезентативными для нашей группы аналогов, поскольку у них схожие линейки продуктов и методы дистрибуции.



The material in this section captioned "Performance Graph" is being furnished and shall not be deemed "filed" with the SEC for purposes of Section 18 of the Exchange Act or otherwise subject to the liability of that section, nor shall the material in this section be deemed to be incorporated by reference in any registration statement or other document filed with the SEC under the Securities Act of 1933, except to the extent we specifically and expressly incorporate it by reference into such filing.

	12/31/2019	12/31/2020	12/31/2021	12/31/2022	12/31/2023	12/31/2024
<b>Nature's Sunshine Products, Inc.</b>	\$ 100.00	\$ 167.41	\$ 218.75	\$ 98.38	\$ 204.44	\$ 173.34
<b>NASDAQ Index</b>	100.00	144.92	177.06	119.45	172.77	223.87
<b>Peer Group</b>	100.00	107.57	102.17	55.76	43.88	23.64

Материал в этом разделе, озаглавленный «График эффективности», предоставляется и не должен считаться «поданным» в SEC для целей Раздела 18 Закона о биржах или иным образом подпадать под ответственность этого раздела, а также материал в этом разделе не должен считаться включенным посредством ссылки в какое-либо регистрационное заявление или другой документ, поданный в SEC в соответствии с Законом о ценных бумагах 1933 года, за исключением случаев, когда мы специально и прямо включаем его посредством ссылки в такую подачу.

Наши независимые консультанты рекламируют и продают наши продукты клиентам и спонсируют других независимых консультантов, которые также рекламируют наши продукты клиентам.

Поскольку значительная часть дохода генерируется за счет продаж наших независимых консультантов, на наш доход может влиять количество и производительность наших независимых консультантов.

Мы стремимся мотивировать и предоставлять стимулы нашим независимым консультантам, предлагая высококачественные продукты, поддержку продуктов, обучающие семинары и финансовые стимулы, среди прочего.

**Year Ended December 31, 2024, as Compared to the Year Ended December 31, 2023**

*Net Sales*

The following table summarizes the changes in net sales by operating segment with a reconciliation to net sales, excluding the impact of currency fluctuations for the years ended December 31, 2024 and 2023 (dollar amounts in thousands).

	Net Sales by Operating Segment				
	2024	2023	Percent Change	Impact of Currency Exchange	Percent Change Excluding Impact of Currency
Asia	\$ 207,794	\$ 201,251	3.3 %	\$ (8,548)	7.5 %
Europe	84,837	81,101	4.6 %	1,085	3.3 %
North America	138,849	139,804	(0.7)%	(162)	(0.6)%
Latin America and Other	22,884	23,164	(1.2)%	(70)	(0.9)%
	<u>\$ 454,364</u>	<u>\$ 445,320</u>	<u>2.0 %</u>	<u>\$ (7,695)</u>	<u>3.8 %</u>

Consolidated net sales for the year ended December 31, 2024, were \$454.4 million compared to \$445.3 million in 2023, or an increase of approximately 2.0 percent. The increase was related to product sales increases in our Asia and Europe operating segments. Excluding the impact of foreign currency exchange rate fluctuations, consolidated net sales for the year ended December 31, 2024 would have increased by 3.8 percent from 2023.

Консолидированные чистые продажи за год, закончившийся 31 декабря 2024 года, составили **454,4** млн долларов США по сравнению с **445,3** млн долларов США в 2023 году, или увеличились примерно на 2,0 процента. Увеличение было связано с ростом продаж продукции в наших операционных сегментах Азии и Европы. Без учета влияния колебаний валютных курсов консолидированные чистые продажи за год, закончившийся 31 декабря 2024 года, увеличились бы на 3,8 процента по сравнению с 2023 годом.

Мы продаем нашу продукцию в Австрии, Беларуси, Канаде, Китае, Колумбии, Чехии, Дании, Доминиканской Республике, Эквадоре, Сальвадоре, Финляндии, Германии, Гватемале, Гондурасе, Гонконге, Исландии, Индонезии, Ирландии, Италии, Японии, Казахстане, Латвии, Литве, Малайзии, Мексике, Молдове, Монголии, Нидерландах, Норвегии, Панаме, Польше, России, Сингапуре, Словакии, Словении, Южной Корее, Испании, Швеции, Тайване, Таиланде, Украине и США. Мы также продаем нашу продукцию через оптовую модель в Австралии, Новой Зеландии, Норвегии и Великобритании.

Теперь перейдем к некоторым проблемам бизнес-модели компаний MLM. Проблем, немало, но следующая статья, которая была опубликована в далеком 2012 году, наглядно освещает некоторые из них.

# THE WALL STREET JOURNAL.

## The Einhorn-Herbalife Exchange Transcript

## Стенограмма обмена Einhorn-Herbalife

May 1, 2012

<https://www.wsj.com/articles/BL-MB-41783>

Вот расшифровка разговора между Дэвидом Эйнхорном из Greenlight Capital и руководителями Herbalife во время утренней телефонной конференции, любезно предоставленная FactSet Research.

(Q – David Einhorn): У меня к вам пара вопросов. Во-первых, какая часть продаж, которые вы сделаете с точки зрения конечных продаж, будет продана за пределами сети, а какая часть будет потреблена внутри дистрибьюторской базы?

(A): Итак, Дэвид, у нас есть 70% пользовательского правила, которое в основном гласит, что 70% всех продуктов, проданных потребителям или фактически потребленных моими дистрибьюторами для их личного использования. Поэтому очевидно, что мы увидели с клубами питания, что теперь мы впервые видим наших клиентов. Мы знаем, что мы впервые сообщили на этом звонке о количестве коммерческих клубов по всему миру, которое превышает 30 000, так что это дало нам возможность реализовать огромное количество продуктов, которые продаются напрямую потребителям, и мы видим это как растущую тенденцию в нашем бизнесе.

(Q – David Einhorn): Итак, каков процент фактических продаж потребителям, не являющимся дистрибьюторами?

(A): Итак, у нас нет точного процента, Дэвид, потому что у нас нет возможности оценить этот уровень детализации.

(Q – David Einhorn): У вас есть приблизительная оценка?

(A): Итак, вернемся к нашим 70%, и мы считаем, что это те самые 70% или потенциально больше.

(Q – David Einhorn): Хорошо. Какой стимул для супервайзера подписать кого-то, чтобы он стал дистрибьютором, а не просто продавать им продукт ради наценки, если они просто будут потреблять для себя. Как дистрибьютор — как супервайзеру лучше?

(A): Конечно.

(A): Итак, я думаю, есть две причины для этого. Итак, мы знаем из нашего сегодняшнего бизнеса, что многие из наших будущих руководителей и строителей бизнеса приходят как клиенты, а затем становятся дистрибьюторами. Таким образом, преимущество руководителя заключается в возможности большего удержания этого клиента/дистрибьютора, потому что теперь они получают скидку 25%. Вторая проблема заключается в том, что это сохраняет родословную. Поэтому, очевидно, если я подпишу вас, Дэвид, в качестве дистрибьютора, я надеюсь и ожидаю, что, основываясь на потрясающем результате продукта, которого вы достигнете, к вам будут подходить друзья и семьи и говорить: Боже, Дэвид, ты отлично выглядишь, чего ты хочешь. Вы ответите им: «Я на Herbalife», и это побудит вас сказать: «Ого, возможно, это бизнес-возможность, которая могла бы меня заинтересовать». Таким образом, для меня как вашего руководителя выгода заключается, во-первых, в скидке, которую вы получите, и в том, что для меня больше шансов сохранить постоянного клиента, а во-вторых, в надежде, что на каком-то этапе вы решите заняться бизнесом, и, следовательно, вы уже находитесь в моей родословной и являетесь частью моей группы.

(Q – David Einhorn): Правильно. Но просто пытаюсь понять это ясно, если я продаю клиенту, я купил это — я супервайзер, я покупаю со скидкой 50%, я продаю клиенту, я зарабатываю 50 баллов, если он платит полную цену. Если он подписывает контракт с дистрибьютором и покупает это сам, он получает скидку 25%, а я получаю семь баллов в качестве роялти. Так это работает?

(A): Нет, вы получите оставшиеся 25%.

(Q – David Einhorn): Я получу 20% плюс 7%.

(A): Итак, если вы не на роялти, вы просто будете в разнице. Итак, вы в 50%-ной скидке, вы продаете со скидкой 25%, и поэтому разница между ними — это ваша прибыль от этой продажи.

(Q – David Einhorn): Правильно. Так что если он подпишется с дистрибьютором и купит его для себя у Herbalife, я все равно получу 25%.

(A): Это верно.

(Q – David Einhorn): Хорошо. Хорошо. Последний вопрос: когда у вас был предыдущий 10-K, вы раскрыли три группы дистрибьюторов в нижнем сегменте. Вы назвали 29% потребителей, 57% мелких розничных торговцев и 14% потенциальных лидеров продаж, а затем это раскрытие не повторялось в последующем 10-K. Итак, у меня два вопроса: во-первых, как вы это отслеживаете и как вы характеризуете и узнаете, кто из них кто? И, во-вторых, почему вы перестали раскрывать это в последнем 10-K? Это то, что вы перестали отслеживать или просто перестали раскрывать?

(A – John Desimone): Дэвид, привет, это Джон. Критерии для группировки дистрибьюторов по разным классам основывались на их объемах закупок, и мы делаем предположения, что люди ниже определенного объема. Во время ведения бизнеса они покупали мягкое потребление, и я не помню точных сумм, но я могу вам их предоставить после звонка, как мы разграничили три класса.

И одна из причин, по которой мы вывели 10 тыс., — это смена финансового директора, и я не увидел в этом ценной информации для бизнеса или инвесторов. Однако мы можем легко предоставить точно такую же разбивку в будущем, если вы хотите [неразборчиво] для наших инвесторов. Опять же, я не помню точное разграничение между тремя классами, но я, безусловно, могу вам его предоставить. Наша цель — быть полностью прозрачными, поэтому.

(Q – David Einhorn): Спасибо [неразборчиво], я ценю такое продолжение, это будет полезно.

(A): Спасибо.

(Q – David Einhorn): Большое вам спасибо, ребята.

# BUSINESS INSIDER

David Einhorn Singlehandedly Crushed A Stock Today By Asking These Questions

Дэвид Эйнхорн в одиночку раздавил сегодня акции, задавая эти вопросы

May 1, 2012

<https://www.businessinsider.com/david-einhorn-herbalife-2012-5>

Компания **Herbalife**, производитель товаров для фитнеса и здорового питания, провела чуть более 36 минут в своем телефонном разговоре, когда оператор перевел второй вопрос Дэвиду Эйнхорну из **Greenlight Capital**.

Через несколько секунд акции рухнули почти на 20 процентов, потеряв около 2 миллиардов долларов рыночной капитализации.

Эйнхорн известен тем, что предсказал крах **Lehman Brothers** и поднял вопросы о мошенничестве в **Green Mountain Coffee Roasters** в конце прошлого года.

Эйнхорн задал три основных вопроса руководству **Herbalife**, сосредоточившись на отсутствии ранее раскрытой информации в годовых отчетах, а также на работе отдела продаж за пределами своей сети.

Ниже приведен полный список вопросов, которые стали причиной распродажи.

1. «Во-первых, какая часть продаж, которые вы могли бы осуществить с точки зрения конечных продаж, продается за пределами сети, а какая потребляется внутри дистрибьюторской базы?»
2. «Каков стимул для руководителя подписывать кого-то в качестве дистрибьютора, если он собирается потреблять для себя, а не просто продавать ему продукт ради наценки? Как дистрибьютору — как руководителю удается добиться большего?»
3. «Когда у вас был предыдущий отчет 10-K, вы раскрыли три группы дистрибьюторов в нижнем ценовом сегменте. Вы назвали 29% потребителей, 57% мелких розничных торговцев и 14% потенциальных лидеров продаж, а затем это раскрытие не повторялось в последующем отчете 10-K. Итак, у меня возникло два вопроса: во-первых, как вы это отслеживаете и как вы характеризуете и узнаете, кто из них кто? И, во-вторых, почему вы перестали раскрывать это в последнем отчете 10-K? Вы перестали отслеживать это или просто перестали раскрывать?»

В заключение Эйнхорн поблагодарил руководителей за то, что они действительно предложили предоставить инвесторам дополнительные данные, когда они не смогли ответить на вопрос во время телефонного разговора.



## A Close Look of Herbalife Clubs Worldwide: Part I

### Подробный обзор клубов Herbalife по всему миру: Часть I

Jun 11, 2015

<https://www.gurufocus.com/news/340730/a-close-look-of-herbalife-clubs-worldwide-part-i>

## A Close Look of Herbalife Clubs Worldwide: Part II

### Подробный обзор клубов Herbalife по всему миру: Часть II

Jun 11, 2015

<https://www.gurufocus.com/news/340731/a-close-look-of-herbalife-clubs-worldwide-part-ii>

## A Close Look Of Herbalife Clubs Worldwide: Part III

### Подробный обзор клубов Herbalife по всему миру: Часть III

Jun 11, 2015

<https://www.gurufocus.com/news/340732/a-close-look-of-herbalife-clubs-worldwide-part-iii>

Далее, история начинает набирать обороты...

We Have Never Seen Anything Like Bill Ackman's Dizzying Takedown Of Herbalife

Мы никогда не видели ничего подобного головокружительному разгрому компании Herbalife Биллом Экманом

Dec 21, 2012

<https://www.businessinsider.com/bill-ackmans-herbalife-presentation-2012-12>

Активист-инвестор Билл Экман, генеральный директор Pershing Square Capital Management, выступил с эпическим докладом о своей последней короткой позиции — Herbalife.

Экман, чей хедж-фонд имеет «огромную» короткую позицию, считает, что многоуровневая маркетинговая компания, которая продает средства для контроля веса и пищевые добавки, является финансовой пирамидой.

Он также установил целевую цену в размере 0 долларов и считает, что компания потерпит крах. Команда Pershing Square провела последний год, исследуя Herbalife.

## Who wants to be a Millionaire?

## Кто хочет стать миллионером?

<https://centerforinquiry.org/wp-content/uploads/sites/33/quackwatch/ackman.pdf>

Here's Bill Ackman's Epic Presentation On Why Herbalife Is Going To Implode

Представляем вашему вниманию эпическую презентацию Билла Экмана о том, почему Herbalife рухнет

<https://www.businessinsider.com/bill-ackman-herbalife-slides-2014-7>

Jul 23, 2014

Управляющий хедж-фондом Билл Экман во вторник выступил с, по его словам, «самой важной» презентацией в своей карьере.

В течение трех часов он представил презентацию, которую он назвал «смертельным ударом» по Herbalife — производителю питательных коктейлей, который Экман считает «финансовой пирамидой».

Он сказал, что его команда потратила 50 миллионов долларов на расследование компании и ее так называемых «клубов здорового питания».

Рынок не поверил его аргументам. Акции Herbalife резко выросли, завершив день ростом на 25%. Экман ведет крестовый поход против Herbalife уже почти 20 месяцев. Он считает, что компания работает как «финансовая пирамида», нацеленная на бедных людей. Экман утверждает, что регулирующие органы, в частности Федеральная торговая комиссия, закроют компанию.

Еще в марте FTC начала расследование в отношении компании.



## Federal Trade Commission (FTC)

[https://en.wikipedia.org/wiki/Federal\\_Trade\\_Commission](https://en.wikipedia.org/wiki/Federal_Trade_Commission)

Федеральная **торговая комиссия** ( **FTC** ) — независимое агентство правительства США, основной миссией которого является обеспечение соблюдения гражданского (неуголовного) антимонопольного законодательства и содействие защите прав потребителей . FTC разделяет юрисдикцию по обеспечению соблюдения федерального гражданского антимонопольного законодательства с Антимонопольным отделом Министерства юстиции . Штаб-квартира агентства находится в здании Федеральной торговой комиссии в Вашингтоне, округ Колумбия .

### Herbalife Will Restructure Its Multi-level Marketing Operations and Pay \$200 Million For Consumer Redress to Settle FTC Charges

Herbalife реструктурирует свои многоуровневые маркетинговые операции и выплатит 200 миллионов долларов в качестве компенсации потребителям для урегулирования обвинений FTC

July 15, 2016

<https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2016/07/herbalife-will-restructure-its-multi-level-marketing-operations-pay-200-million-consumer-redress>

Компания должна привязать вознаграждение дистрибьютора к проверяемым розничным продажам продукции и прекратить вводить потребителей в заблуждение относительно потенциальных доходов

### It's no longer business as usual at Herbalife: An inside look at the \$200 million FTC settlement

В Herbalife все по-другому: взгляд изнутри на урегулирование спора с FTC на сумму 200 миллионов долларов

July 15, 2016

<https://www.ftc.gov/business-guidance/blog/2016/07/its-no-longer-business-usual-herbalife-inside-look-200-million-ftc-settlement>

Redress checks and compliance checks: Lessons from the FTC's Herbalife and Vemma cases

Проверки возмещения ущерба и проверки соответствия: уроки из дел Herbalife и Vemma, рассмотренных FTC

January 10, 2017

<https://www.ftc.gov/business-guidance/blog/2017/01/redress-checks-and-compliance-checks-lessons-ftcs-herbalife-and-vemmas-cases>

FTC Sends Checks to Nearly 350,000 Victims of Herbalife's Multi-Level Marketing Scheme

FTC отправляет чеки почти 350 000 жертв многоуровневой маркетинговой схемы Herbalife

January 10, 2017

<https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2017/01/ftc-sends-checks-nearly-350000-victims-herbalifes-multi-level-marketing-scheme>

Федеральная торговая комиссия отправляет чеки почти 350 000 человек, которые потеряли деньги, управляя бизнесом Herbalife. Чеки являются результатом соглашения с FTC от июля 2016 года, которое потребовало от Herbalife выплатить 200 миллионов долларов и кардинально реструктурировать свой бизнес. Это представляет собой одно из крупнейших возмещений, которые агентство выплатило в рамках любого иска о защите прав потребителей на сегодняшний день.

## Herbalife Refunds

### Возврат средств Гербалайф

March 2023

<https://www.ftc.gov/enforcement/refunds/herbalife-refunds>

Федеральная торговая комиссия (FTC) рассылает третью партию чеков на общую сумму более 4,2 млн долларов людям, которые потеряли деньги, управляя бизнесом Herbalife.

В 2016 году FTC подала в суд на Herbalife, утверждая, что Herbalife и ее филиалы обманывали потребителей, заставляя их верить, что они могут заработать существенные деньги, продавая диетические продукты, пищевые добавки и средства личной гигиены. Herbalife урегулировала вопрос с FTC и согласилась выплатить 200 миллионов долларов в качестве компенсации потребителям и кардинально реструктурировать свой бизнес.

## Statement from Herbalife in Response to Bill Ackman's Three-Hour Presentation on Nutrition Clubs

## Заявление Herbalife в ответ на трехчасовую презентацию Билла Экмана о клубах здорового питания

Jul 22, 2014

<https://ir.herbalife.com/news-events/press-releases/detail/338/statement-from-herbalife-in-response-to-bill-ackmans>

ЛОС-АНДЖЕЛЕС (BUSINESS WIRE) — Компания Herbalife Ltd. (NYSE:HLF) сегодня опубликовала следующее заявление в ответ на трехчасовую презентацию Билла Экмана о клубах здорового образа жизни компании:

Herbalife — это 34-летняя компания по производству продуктов питания с 7400 сотрудниками по всему миру и миллионами участников. Сегодня г-н Экман подчеркнул множество причин, по которым мы гордимся нашей компанией, нашими достижениями и ценностью, которую мы приносим участникам, потребителям и сообществам по всему миру. Его презентация подтвердила, что:

- Herbalife — это прежде всего компания с отличной продукцией, которую хотят люди.
- Сотни тысяч участников и миллионы потребителей выбирают Herbalife за нашу продукцию и подход к здоровью и благополучию, основанный на участии сообщества.
- Для участников, стремящихся открыть собственный клуб здорового питания, существует комплексная система обучения, которая дает им полную информацию о времени, усилиях и навыках, необходимых для этого.

Билл Экман снова переобещал и невыполнил свою ставку в \$1 млрд против нашей компании. Потратив \$50 млн, два года и десятки тысяч человеко-часов, Билл Экман сегодня еще раз продемонстрировал, что факты на нашей стороне.

Мы продолжим фокусироваться на нашей миссии по обеспечению хорошего питания и экономических возможностей для сообществ по всему миру. Мы понимаем, что у него остается мало времени, чтобы оправдать свою неудачную ставку против Herbalife, эквивалентную 25,7 млн акций в опционах пут, которые истекают 17 января 2015 года. Сегодняшний день свидетельствует о том, что Билл Экман не добьется успеха.

## Herbalife Issues Statement Regarding Bill Ackman's Presentation

## Herbalife делает заявление относительно презентации Билла Экмана

Oct 30, 2015

<https://ir.herbalife.com/news-events/press-releases/detail/251/herbalife-issues-statement-regarding-bill-ackmans>

ЛОС-АНДЖЕЛЕС (BUSINESS WIRE) — Глобальная компания по производству продуктов питания Herbalife (NYSE: HLF) сегодня опубликовала следующее заявление относительно презентации Билла Экмана:

«Я надеюсь, что Билл Экман провел больше исследований по Valeant, чем по Herbalife, Target, Borders и JC Penny», — сказал Алан Хоффман, исполнительный вице-президент по глобальным корпоративным связям Herbalife.

## История на этом не заканчивается...

### CARL ICAHN: I Have Made \$500 Million On My Herbalife Position

КАРЛ АЙКАН: Я заработал 500 миллионов долларов на своей позиции в Herbalife

Aug 6, 2013

<https://www.businessinsider.com/carl-icahn-made-500-million-on-herbalife-2013-8>

Айкан был на Fox Business Network по телефону несколько минут назад и рассказывал ведущей Лиз Клэман, что он заработал 500 миллионов долларов на своей длинной позиции по Herbalife.

«Я не люблю об этом говорить, но да, мы заработали 500 миллионов долларов», — сказал Айкан изданию Claman.

Айкан и Экман — давние соперники.

Еще в декабре **Экман** публично заявил, что он продает более 20 миллионов акций Herbalife — многоуровневой маркетинговой компании, которая продает продукты питания.

**Экман** считает, что компания является «финансовой пирамидой» и что регулирующие органы, в частности **Федеральная торговая комиссия**, будут убеждены расследовать ее и закрыть.

Всего через несколько недель после того, как **Экман** раскрыл свою позицию, **Айкан** занял длинную позицию. Он признался на конференции **CNBC Delivering Alpha** в прошлом месяце, что тот факт, что ему не нравится **Экман**, был одной из причин, по которой он решил рассмотреть возможность инвестирования в компанию в первую очередь.

Согласно данным о ценных бумагах, собранным **Bloomberg**, **Icahn Associates** владеет 16 966 485 акциями, или 16,46% акций Herbalife.

### Icahn Cuts Herbalife Investment By More Than Half

Айкан сокращает инвестиции в Herbalife более чем вдвое

Published January 04, 2021

<https://www.investopedia.com/icahn-cuts-herbalife-investment-by-more-than-half-5094221>

Активист-инвестор продал компании акции на сумму 600 миллионов долларов

Айкан впервые инвестировал в Herbalife в период с декабря 2012 года по февраль 2013 года, купив почти 13% акций компании по цене покупки от \$6,93 до \$39,96.

С тех пор инвестор заработал более \$1 млрд на своих инвестициях.

# What Is the Icahn Lift?

## Что такое лифт Айкана?

Updated September 29, 2024

<https://www.investopedia.com/terms/i/icahn-lift.asp>

### Что такое лифт Икана?

Подъем Айкана — это название, данное росту цены акций, который происходит, когда профессиональный инвестор [Карл Айкан](#) начинает покупать акции базовой компании. Подъем Айкана происходит из-за репутации Айкана увеличивать стоимость акций, в которых он занимает существенную позицию.

#### КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- «Лифт Айкана» означает повышательный эффект на цену акций компании, которую покупает инвестор/активист-акционер Карл Айкан.
- Айкан приобретает значительную долю в компании, которую он считает недооцененной, а затем публично излагает причины этого (вместе со своими рекомендациями).
- Если другие инвесторы соглашаются, они также покупают акции компании, что приводит к росту ее стоимости — так называемому «подъему Айкана».

Carl Icahn: [https://en.wikipedia.org/wiki/Carl\\_Icahn](https://en.wikipedia.org/wiki/Carl_Icahn)

Website: <https://carlicahn.com>

**Положение дел компаний многоуровневого маркетинга (сетевого маркетинга), своеобразно и, вызывает множество вопросов.**

Ситуация такова, что помимо значительной конкуренции со стороны множества подобных компаний, которые конкурируют между собой частью продуктовой линейки, компании также конкурируют за человеческий ресурс, который выступает в роли сбытовой организации и тех же потребителей.

Также, компании находятся под пристальным вниманием регулирующих органов и некоторых деятелей инвестиционного сообщества.

При этом, не стоит сбрасывать со счетов потребительский интерес на продукцию той или иной компании, который в свою очередь, нередко является промежуточным звеном, так как основная цель в большинстве случаев, это получение прибыли от созданной сбытовой организации.

Таким образом, **“охоту за головами”** никто не отменял.

Преподносить все это можно по-разному и в разных формулировках, но суть остается та же. Созданные и модернизированные маркетинговые платы, направлены именно на создание сбытовых организаций, которые невозможно создать без привлечения новых участников, которые в свою очередь заключают договор с компанией, приобретают продукцию компании, которую частично потребляют сами и частично сбывают, и также, обязаны привлекать новых участников для построения своей сбытовой организации.

Нередко, компании сетевого маркетинга требуют от своих дистрибьюторов осуществлять ежемесячные заказы на определенную сумму для получения всех бонусов (накопление баллов) и прочего. Это называется – ежемесячной активностью, которую, активный дистрибьютор, по факту обязан поддерживать.

Таким образом, дистрибьюторы, обязаны **(если желают получать баллы)**, приобретать продукцию компании фактически на добровольно-принудительной основе, даже не имея еще своей более-менее значительной сбытовой организации, которая приносит прибыль. Все это, варьируется от одной компании к другой и, не может быть статично.

К большому сожалению, в данной бизнес-модели, существует множество уловок и махинаций, которые фактически могут и не исходить от самой компании, но будут внедряться в работу некоторыми дистрибьюторами, выстраивающими свой бизнес любыми доступными путями.

Иногда, сама компания может на это закрывать глаза...

Пожалуй, в данном случае, стоит напомнить, о чем говорил Бенджамин Грэм:  
**Если ты сделал вывод на основе конкретных фактов и знаешь, что твои рассуждения верны, действуй смело, даже если другие сомневаются или думают иначе.**

**Вы правы не потому, что “все так считают”.**

**Вы правы потому, что ваша информация верна, а выводы логичны.**

Nature's Sunshine Products, IncFORM 10-K for the fiscal year ended December 31, 2024

Company	Nature's Sunshine Products, Inc
Цена акций на 31.12.2024 \$	14.66
Количество обыкновенных акций	19 M
Рыночная стоимость обыкновенных акций \$	270 M
Привилегированные акции \$	-
Долг \$	-
Общая капитализация \$	270 M
Объем продаж \$	454 M
Чистая прибыль \$	8 M
Валовая прибыль %	71
Операционная прибыль %	4.5
Коэффициент покрытия процентов	-
Чистая прибыль/Продажи %	2
Рентабельность активов %	3.3
Рентабельность собственного капитала %	5
Рентабельность собственного капитала (скорректированная) %	5
Операционная прибыль/Акционерный капитал (скорректированная) %	12.5
Денежные средства	85 M
Коэффициент ликвидности	2.4
Текущие активы/Общие обязательства	2
Гудвилл и Нематериальные активы/Активы %	-
Нераспределенная прибыль	57 M
Долг/Собственный капитал	-
Оборотный капитал/Долг	-
Денежные потоки от операционной деятельности	25.3 M
Денежные потоки от инвестиционной деятельности	(11 M)
Денежные потоки от финансовой деятельности	(9.9 M)
Доход владельца	20 M
Внутренняя стоимость	200 – 250 M



### Отказ от ответственности

Данный материал предоставляется исключительно для информационных целей и не является предложением или просьбой купить, или продать ценные бумаги какой-либо компании.

Любое инвестиционное решение, сделанное вами, не должно быть сделано на основании информации, описанной в данном исследовательском отчете.

Автор не несет ответственность за потери или прибыли, полученные вами в ходе торговых операций на финансовых рынках.

Некоторая информация может не соответствовать действительности.

20.03.2025