

*Codice
di CONDOTTA
per la comunicazione
digitale*



FOREVER®



CODICE DI CONDOTTA PER LA COMUNICAZIONE DIGITALE

PREMESSA	3
CHI SIAMO	3
DESTINATARI	3
PRINCIPI GENERALI	4
UTILIZZO DELLE IMMAGINI E TUTELA DELLA REPUTAZIONE DI FLP	5
LA COMUNICAZIONE ATTRAVERSO SITI INTERNET E BLOG.....	6
AMBITO DI APPLICAZIONE	6
REQUISITI GRAFICI E CONTENUTI DI SITI INTERNET E BLOG.....	6
MEDICAL / HEALTH CLAIM - CLAIM PRODOTTO	9
GUADAGNI	15
DICHIARAZIONI SUL REDDITO E AFFERMAZIONI SUI GUADAGNI	15
UTILIZZO DEL LOGO	17
CARATTERE.....	18
CONDIVISIONE DEI CONTENUTI	19
RIFERIMENTI ALLA CASA MADRE.....	19
TUTELA DEI DATI PERSONALI	19
TUTELA DEI DATI PERSONALI E TESTIMONIANZE.....	19
LANDING PAGE	20
SOCIAL MEDIA, LA COMUNICAZIONE ATTRAVERSO I SOCIAL NETWORK	21
INTELLIGENZA ARTIFICIALE	21
I REQUISITI DELLE PAGINE SOCIAL.....	21
VENDITA DEI PRODOTTI FOREVER LIVING.....	24
FACEBOOK MARKETPLACE E VENDITA PRODOTTI FOREVER	25
CONTEST/CONCORSI A PREMIO	26
PUBBLICITÀ ONLINE/ADVERTISING.....	27
PUBBLICITA' INGANNEVOLE IMMAGINI PRIMA/DOPO	29
PUBBLICITA' COMPARATIVA.....	32
GREEN CLAIMS.....	32
CODICE DI CONDOTTA PER UTILIZZO DI VOUCHER.....	33
CONSEGUENZE IN CASO DI VIOLAZIONE DEL CODICE	38
CONSEGUENZE DELLA INOSSERVANZA DELLE DISPOSIZIONI CONTENUTE NEL CODICE	38
BLOCCO DEL PAGAMENTO DEL BONUS PER UN TEMPO DETERMINATO	39
CHIUSURA DEFINITIVA DEL CODICE ATTIVITÀ.....	39



PREMESSA

Al giorno d'oggi la presenza online, per un'azienda, è indispensabile: tanto più essa è forte, tanto più la sua *brand identity* ne viene consolidata. I benefici che ne derivano sono molteplici, sia in termini di espansione del proprio business che di affermazione e conoscenza della società sul mercato. Se, inoltre, si vuole avere un successo solido e duraturo nel tempo, l'etica negli affari è decisamente un fattore chiave. Conseguentemente, il rispetto del presente Codice Condotta, unitamente alla Company Policy di cui il presente documento costituisce integrazione, è un dovere per chiunque collabori con Forever Living Products Italy S.r.l. (di seguito anche solo FLP o Forever).

CHI SIAMO

Forever Living Products è il maggiore coltivatore e produttore di aloe vera e di prodotti a base di aloe nel mondo. I prodotti FLP, a base di aloe vera, sono stati i primi a ottenere il marchio IASC (International Aloe Science Council) che ne certifica la purezza. Molti dei prodotti FLP sono certificati Kosher e Halal. FLP non testa i prodotti sugli animali.

DESTINATARI

Il presente Codice di Condotta si applica nei confronti degli Incaricati alle Vendite (di seguito anche solo IDV) che promuovono i prodotti Forever. FLP si impegna a diffondere il contenuto del presente documento e a promuoverne la divulgazione tra gli IDV con le forme e secondo le modalità che la società riterrà opportune.

PRINCIPI GENERALI

I destinatari del presente Codice devono attenersi ai principi e alle regole stabilite nelle Linee Guida, nel Codice Etico e nella Company Policy consultabili anche online.

Gli IDV, che svolgono l'attività di promozione online dei prodotti FLP mediante l'utilizzo del web (siti internet, blog, social media, app e/o qualsiasi altro mezzo digitale preesistente o successivo all'entrata in vigore del presente Codice), devono agire secondo correttezza, buona fede e nel rispetto delle disposizioni delle leggi vigenti.

Per quanto riguarda l'ambito di applicazione del presente Codice i destinatari si impegnano a:

- Osservare le regole di utilizzo dei social network.
- Garantire una rappresentazione attendibile del prodotto.
- Assicurare una rappresentazione veritiera di FLP.
- Assicurare trasparenza nella rappresentazione online dell'IDV e di FLP.
- Evitare ogni conflitto di interessi con FLP.
- Assicurare coerenza tra presenza online, immagine e reputazione FLP.
- Tutelare la reputazione online di FLP.
- Osservare il principio di precauzione*.
- Agire con tempestività e immediatezza nel porre rimedio a situazioni potenzialmente dannose e/o lesive dell'immagine e della reputazione di FLP e/o dell'IDV.
- Aggiornare costantemente il proprio sito, il proprio blog, nonché i social network, in linea con i contenuti e le novità comunicate da FLP.

() Per principio di precauzione, ai fini dell'applicazione del presente Codice, si intende un comportamento volto a evitare la diffusione di affermazioni, messaggi, immagini e contenuti in genere, attinenti alle caratteristiche, alla qualità e a ogni altro aspetto del prodotto commercializzato da FLP non veritiero, qualora sussistano dubbi e incertezze circa la loro veridicità e, in ogni caso, ogni qual volta gli stessi possano pregiudicare gli interessi di FLP e/o dell'IDV.*

UTILIZZO DELLE IMMAGINI E TUTELA DELLA REPUTAZIONE DI FLP

- Utilizzare parole e/o immagini e, in ogni caso, diffondere messaggi che possano arrecare un pregiudizio all'immagine e alla reputazione di FLP.
- Pubblicare immagini e/o testi che possano indurre l'utente a confondere FLP con l'IDV.
- Pubblicare immagini e/o testi dal contenuto non professionale come quelli che, per tipologia di contenuto, non costituiscono espressione corretta dell'attività di promozione svolta dagli IDV per FLP.
- Utilizzare immagini e/o espressioni sconvenienti o scurrili e/o immagini e/o fotografie che possano fornire un'immagine non coerente con i principi etici di FLP.
- Utilizzare immagini raffiguranti denaro o in grado di trasmettere l'idea di un guadagno facile.
- Pubblicare articoli, parti di essi e foto di professionisti e consulenti di cui FLP si avvale.



USARE SOLO IMMAGINI DI ALOE BARBADENSIS MILLER, NON USARE ALTRI TIPI PERCHÉ SAREBBERO NON ADEGUATI A RAPPRESENTARE I PRODOTTI FLP.

LA COMUNICAZIONE ATTRAVERSO SITI INTERNET E BLOG

AMBITO DI APPLICAZIONE

Al fine di garantire l'applicazione uniforme dei principi e delle disposizioni contenute nel presente Codice, gli IDV sono tenuti a richiedere l'approvazione preventiva alla società scrivendo all'indirizzo: **sviluppoweb@foreverliving.it**, specificando le modifiche/integrazioni che gli stessi vogliono apportare ai propri siti, blog, etc., qualora vi siano dubbi che queste possano porsi in contrasto con le previsioni del Codice. FLP, a seguito di apposita verifica, si riserva il diritto di autorizzare la modifica e/o l'integrazione richiesta dall'IDV. Fin quando l'IDV non avrà avuto l'autorizzazione scritta da parte dell'azienda, lo stesso non potrà procedere alle modifiche/integrazioni richieste sui siti, blog ed altri strumenti di comunicazione utilizzati per svolgere l'attività di IDV. Il reparto Sviluppo Web è a disposizione degli IDV per chiarire qualsiasi dubbio inerente al sito e alle pagine web di proprietà degli stessi IDV, al fine di consentire il pieno rispetto delle linee guida aziendali.

REQUISITI GRAFICI E CONTENUTI DI SITI INTERNET E BLOG

Siti internet e blog che promuovono i prodotti Forever devono essere conformi a standard grafici e di contenuto che evitino qualsiasi confusione tra i siti internet/blog degli IDV e quello ufficiale della società. Il nome "Forever Living Products Italy S.r.l." e i simboli FLP, nonché gli altri nomi che FLP potrebbe adottare, compresi quelli dei prodotti FLP, i nomi commerciali di proprietà e i marchi registrati della società, possono essere utilizzati solo se è presente l'indicazione chiara che si tratta di un sito/blog di IDV e non della società. La società ha individuato una serie di requisiti di base che i siti internet degli IDV devono tassativamente possedere per essere considerati idonei a promuovere i prodotti FLP.

ESEMPI CORRETTI



Forever con Giulia



Splendi con l'Aloe



Aloe per te

Sii creativo, ma ricorda che il tuo *business name* riflette chi sei e cosa offri ed è importante che sia professionale.

ESEMPI ERRATI



Forever Living Product



Forever Living Lazio



FIT Forever

Non è consentito tutto ciò che potrebbe indurre un cliente a pensare erroneamente che sei parte dello staff aziendale Forever e non un Incaricato indipendente. In generale, questo significa evitare i nomi che includano "Forever Living" o i nomi di prodotti Forever.

COSA SI PUÒ FARE



- **Dominio:** è consentito agli IDV, esclusivamente, l'utilizzo di domini contenenti il proprio nome e/o la denominazione della propria società (non FLP).
- **Mail:** è consentito agli IDV, esclusivamente, l'utilizzo di mail contenenti il proprio nome e/o la denominazione della propria società (non FLP).
- **Identificazione dell'IDV:** ciascun sito indipendente o blog deve riportare chiaramente l'indicazione dei dati personali dell'IDV, quali: nome, cognome, indirizzo, telefono, mail e ID. Il nominativo dell'IDV deve essere accompagnato dall'indicazione della qualifica rivestita per FLP (es.: Incaricato alle Vendite per FLP).
- **Logo personale:** qualora l'IDV abbia un proprio logo personale, può utilizzarlo per promuovere i prodotti FLP attraverso il proprio sito internet e/o blog, purché esso sia ben distinguibile da quello di FLP e non crei confusione.
- **Immagini:** è ammesso l'utilizzo delle sole immagini pubblicate sul sito internet messo a disposizione dalla casa madre: **foto.foreverliving.com**, password da utilizzare: **ForeverAloe1!**
Qualora l'IDV intenda utilizzare un'immagine diversa da quelle predette, dovrà preventivamente richiedere l'autorizzazione a: **marketing@foreverliving.it**.
- **URL:** da utilizzare quelli forniti dalla FLP sul sito aziendale come, ad esempio:
shop.foreverliving.it/shop-online-390000000000.html.

COSA NON SI PUÒ FARE



- ✘ **Domini:** registrare e/o, comunque, utilizzare domini contenenti in tutto o in parte la denominazione: Forever Living Products (es.: "Aloe Vera Forever Living").
- ✘ **Logo:** utilizzare, quale logo rappresentativo della propria persona o della propria società, quello di FLP (e/o parte di esso) e la denominazione anche se solo parziale di FLP.
- ✘ **Identificazione dell'IDV:** utilizzare come foto/immagini rappresentative della propria persona o della propria società/sede, immagini di FLP che possano indurre gli utenti a confondere l'identità dell'IDV con FLP (es.: utilizzare nella pagina web denominata "dove siamo" l'immagine della sede romana di FLP).
- ✘ **Utilizzare quale foto/immagine, rappresentativa della propria persona o della propria società, fotografie di terzi diversi dall'IDV stesso.**

ESEMPI DI IMMAGINI UTILIZZABILI AVENTI COME OGGETTO IL PRODOTTO ✓

I siti internet degli IDV dovranno riportare esclusivamente immagini di prodotti FLP estrapolate dal sito internet della Casa Madre o fornite direttamente da FLP o, comunque, preventivamente pubblicate e/o approvate dalla stessa. Ciascun prodotto dovrà essere accompagnato da una descrizione in linea con le disposizioni di legge e, in particolare, con quanto previsto nel presente Codice. Per quanto riguarda le immagini dei prodotti FLP, o della pianta di aloe, dovranno essere utilizzate solo quelle scaricabili da: **foto.foreverliving.com**.

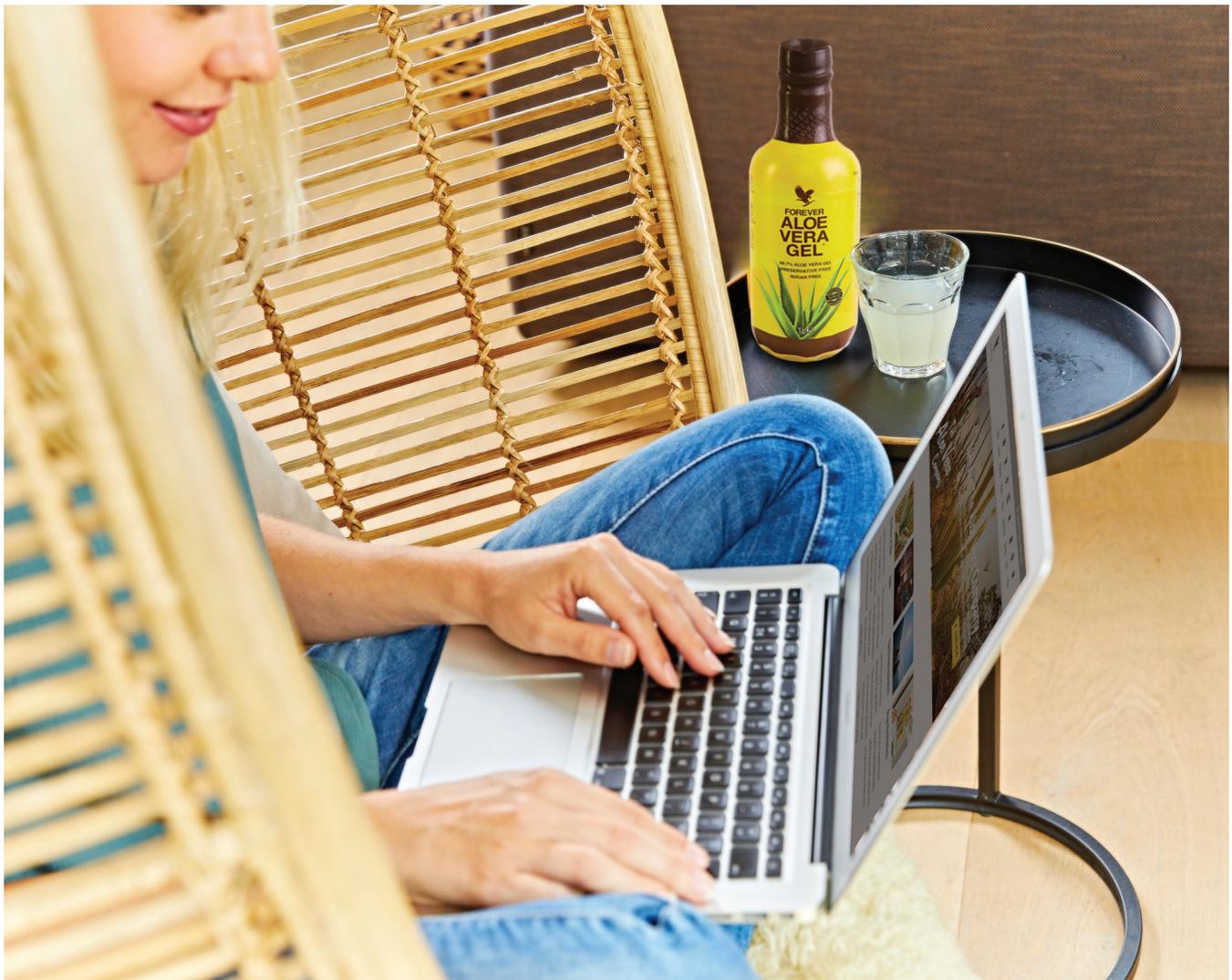


MEDICAL/HEALTH CLAIM - CLAIM PRODOTTO

In aggiunta a quanto previsto al punto precedente, gli IDV, nelle comunicazioni aventi come oggetto le proprietà dei prodotti commercializzati da FLP, con riferimento alle loro proprietà nutrizionali e agli effetti benefici, dovranno rigorosamente attenersi alla seguente regola: è severamente vietato attribuire ai prodotti FLP proprietà curative, di guarigione e di prevenzione di patologie. Queste caratteristiche sono attribuibili legalmente solo, ed esclusivamente, ai farmaci. I prodotti Forever destinati a essere ingeriti sono principalmente integratori, alimenti addizionati e alimenti. Quelli da applicare sul corpo sono regolamentati come cosmetici. FLP non produce, né distribuisce, prodotti considerati o descritti come medicinali e/o cure. I prodotti Forever non sono destinati alla diagnosi, al trattamento o alla prevenzione di alcun tipo di condizione medica, comprese le lesioni e le malattie. Chiunque abbia dubbi in merito a specifiche condizioni di salute deve obbligatoriamente consultare un medico.

I predetti principi devono essere rigorosamente applicati, al fine di non ingannare i clienti e per evitare l'insorgere di problemi legali che potrebbero avere un impatto negativo sia sull'attività svolta dall'IDV che sulla società.

Le asserzioni/indicazioni nutrizionali e sulla salute ammesse devono essere conformi al Regolamento CE 1924/2006, al Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale (in particolare all'articolo 23 bis) e in linea con il Regolamento UE 1169/2011 e alla Direttiva 2002/46/CE. Si ricorda, infine, che le sanzioni comminate dalle Autorità Garanti (AGCM e Antitrust) partono da euro 50.000 e arrivano fino a un massimo di euro 500.000 (in applicazione del Codice del Consumo D. Lgs. n° 206 del 06/09/2005 e successive modifiche).



COSA SI PUÒ FARE



- Elaborare riferimenti appropriati riguardo ai benefici generali che un integratore o un alimento hanno sullo stato di salute complessivo o sul benessere.
- Condividere testimonianze riguardo a esperienze personali con i prodotti Forever, evitando accuratamente di insinuare che questi possano diagnosticare, trattare o curare alcun tipo di malattia o condizione medica.
- Usare le comunicazioni marketing aziendali contenenti informazioni conformi al presente Codice in modo chiaro e senza esagerazioni.
- Consigliare vivamente ai clienti che abbiano dubbi in merito all'interazione di un eventuale prodotto FLP con il loro stato di salute, di consultare un medico prima di assumere il prodotto.

COSA NON SI PUÒ FARE



- ✗ Confondere i consumatori usando termini scientifici di difficile comprensione per parlare di condizioni comuni.
- ✗ Sostenere che un prodotto è in grado di curare malattie o disfunzioni, di diagnosticarle o trattarle.
- ✗ Rilasciare testimonianze, anche personali, sui benefici di un prodotto, contenenti indicazioni sulla salute non approvate o infondate.
- ✗ Propagandare i prodotti come dimagranti: il loro uso è, infatti, proponibile per coadiuvare una dieta ipocalorica.
- ✗ Fare riferimento ad approvazioni o ad avalli scientifici.
- ✗ Utilizzare testimonianze e/o di immagini volte a confrontare la situazione precedente all'uso dei prodotti con i risultati conseguiti all'utilizzo degli stessi.
- ✗ Far credere di poter ottenere risultati significativi in tempi rapidi e senza rinunce.
- ✗ Correlare l'accumulo di grassi con la ritenzione di liquidi.
- ✗ Correlare il peso corporeo con l'accumulo di gas intestinali.
- ✗ Tendere a mettere in cattiva luce la dieta mediterranea, ricca di carboidrati complessi e grezzi.
- ✗ Rivendicare particolari vantaggi per soggetti interessati da specifici disturbi o problemi (fame nervosa, metabolismo lento, etc.).
- ✗ Utilizzare parole come: artrite, artrosi, cancro, etc., così come fare riferimento a qualsiasi altra patologia, per evitare che si associ il prodotto alla guarigione.
- ✗ Affermare che l'utilizzo di un prodotto FLP sia risolutivo/curativo o preventivo di patologie.
- ✗ Citare studi che attribuiscono proprietà curative/risolutive, di guarigione o di prevenzione, relativamente ai componenti contenuti nella formulazione dei prodotti FLP.



Per gli Health claim utilizzabili si consiglia di visionare il manuale prodotti completo, per ogni prodotto vengono indicati gli Health claim consentiti per gli ingredienti presenti nelle formulazioni.

Si riportano sotto alcuni esempi di Health claim* o azioni fisiologiche di alcuni ingredienti contenuti nei prodotti:

- Il gel di Aloe vera ha azione emolliente e lenitiva sul sistema digerente.
- Il gel di Aloe vera ha funzioni depurative dell'organismo.
- Il gel di Aloe vera è utile al benessere della gola.
- La vitamina A contribuisce al mantenimento della capacità visiva normale.
- La vitamina C contribuisce alla normale funzione del sistema immunitario.
- La vitamina C contribuisce alla protezione delle cellule dallo stress ossidativo.
- La vitamina D contribuisce al mantenimento di ossa normali.
- Lo zinco contribuisce alla normale funzione cognitiva.
- Lo zinco contribuisce al mantenimento di una pelle normale.
- Lo zinco contribuisce al mantenimento della capacità visiva normale.
- La vitamina B6 contribuisce alla riduzione della stanchezza e dell'affaticamento.
- La vitamina B12 contribuisce alla riduzione della stanchezza e dell'affaticamento.
- I semi di Guaranà hanno effetto tonico (stanchezza fisica, mentale).
- I semi di Guaranà contribuiscono allo stimolo del metabolismo.
- I semi di Guaranà contribuiscono al metabolismo dei lipidi.
- I semi di Guaranà sono utili per l'equilibrio del peso corporeo.
- Le foglie di timo sono utili per la fluidità delle secrezioni bronchiali.
- Le foglie di timo hanno funzione digestiva.
- Le foglie di timo contribuiscono alla regolare motilità gastrointestinale ed eliminazione dei gas.
- Le foglie di timo hanno funzione antiossidante.
- Le foglie di timo sono utili per il benessere di naso e gola.
- I probiotici favoriscono l'equilibrio della flora intestinale.
- I prebiotici favoriscono l'equilibrio della flora intestinale.
- Il fagiolo bianco contribuisce al normale metabolismo dei carboidrati.
- Il fagiolo bianco contribuisce al normale drenaggio dei liquidi corporei.
- Il magnesio contribuisce alla riduzione della stanchezza e dell'affaticamento.

(*)per Health claim si intende effetto fisiologico o effetto benefico dell'ingrediente

ESEMPI DI IMMAGINI CONSENTITE AVENTI COME OGGETTO CLAIM/AFFERMAZIONI UTILIZZABILI





- ✘ Aloe, guaritrice cicatrizzante, che cura ferite.
- ✘ Antinfluenzale.
- ✘ Aumentare o rafforzare le difese immunitarie.
- ✘ Clinicamente testato.
- ✘ Controllo glicemia.
- ✘ Dà sollievo a dolori muscolari.
- ✘ Durante la riabilitazione in seguito a traumi.
- ✘ Effetto immunostimolante modulatore.
- ✘ Malattie da raffreddamento.
- ✘ Mantenere la giusta temperatura corporea.
- ✘ Mettere in cattiva luce la dieta mediterranea.
- ✘ Occlusione delle arterie (aterosclerosi).
- ✘ Peso ideale, linea ideale, etc.
- ✘ Prevenzione dell'artrite.
- ✘ Prevenzione dell'infarto.
- ✘ Prodotti al 100% naturali.
- ✘ Prodotto dimagrante.
- ✘ Quantificare i Kg persi in poco tempo.
- ✘ Rafforzamento del muscolo cardiaco.
- ✘ Abbassare la pressione.
- ✘ Reumatismi, depressione.
- ✘ Ricostruzione delle cartilagini.
- ✘ Riduzione degli stati infiammatori.
- ✘ Riparazione dei tessuti.
- ✘ Sensibilità all'insulina.
- ✘ L'accumulo di grasso è correlato alla ritenzione di liquidi o, per quanto riguarda il peso corporeo, all'accumulo di gas intestinali.
- ✘ Utilizzo generico della frase senza il riferimento allo specifico test: "Test clinici dimostrano che...";
"I dati scientifici dicono che...", se gli studi non riflettono le effettive condizioni di azione dei componenti interessati alle quantità di assunzione proposte.

ESEMPI DI IMMAGINI NON CONSENTITE AVENTI COME OGGETTO HEALTH CLAIM/AFFERMAZIONI NON UTILIZZABILI



Perdi peso senza recuperarli dopo pochi mesi (effetto yo-yo) con il Clean 9

Clean 9 riduce il carico di lavoro del fegato e migliora la capacità del fegato di metabolizzare il grasso.

La tossine e il rapporto di obesità

Clean 9
Clean 9 removes fat from the body, melts away excess fat, and helps control body moisture. Clean 9 takes care of your body, makes you feel better, and gives you a healthy, natural glow. Clean 9 is the best way to lose weight without losing your body. Clean 9 helps your body to replace the lost weight in a healthy way.

Dieta disintossicante
Dieta disintossicante riduce il peso corporeo e migliora il metabolismo. La dieta disintossicante riduce il peso corporeo e migliora il metabolismo. La dieta disintossicante riduce il peso corporeo e migliora il metabolismo.



Questa immagine non è conforme perché mostra la rappresentazione di una significativa perdita di peso non garantita. Inoltre posiziona il Clean 9 come dieta disintossicante che è un claim non consentito.

Pacchetto Acne

Soffri di macchie alla pelle? hai provato varie soluzioni senza successo? Anche i farmaci del tuo medico non ti hanno aiutato? Abbiamo la soluzione per te...

Propolis Crema - Aloe Vera e Bee Propolis così come la vitamina A ed E hanno prodotto buone proprietà per la pelle. Lascia una barriera protettiva sulla pelle.
Aloe Scrub - funziona per rimuovere le cellule morte della pelle, apre i pori e apre la strada alla pelle per rinnovarsi.
Aloe Gelly - Aloe Vera stabilizzata al 100%. Come se spremuto dalla foglia, viene assorbito rapidamente, calma la pelle irritata e aiuta a lenire la pelle sfregiata.
Aloe Face & Hand Sapone - Sapone detergente idratante naturale di lusso con delicatezza, perfetto per tutta la famiglia. Ideale da utilizzare durante la rasatura, delicato da utilizzare sul viso gentile per le pelli sensibili.
Aloe Vera Gel Bevanda - mantiene il sistema digestivo sano, un equilibrato di energia, oltre ad una pulizia dall'interno.



Questo post asserisce che i prodotti Forever curano l'acne e altre problematiche della pelle: questo è un medical claim non consentito. Quando prepari una descrizione, assicurati di utilizzare un testo conforme e approvato dall'azienda.

FOREVER

Conosci qualcuno che soffre di

ernia iatale allergie
sinusite osteoartrite
cistite ulcere alla stomaco
psoriasi fatica cronica
morbo di crohn IBS asma
sciatica ar...
ME diverticolite



Questo post associa il marchio Forever ad una serie di patologie più o meno gravi, inducendo a pensare che i prodotti Forever siano adatti a coloro che ne soffrono e che possano curare tali patologie. Anche se non ci sono immagini dei prodotti, è comunque presente il logo Forever. Un Incaricato Forever non dovrebbe mai utilizzare termini medici, anche se non li collega espressamente ai prodotti: lasciare intendere equivale ad asserire, il che non è conforme.

Aloe Vera Gel UTILE PER:

- Asma
- Artrite
- Gonfiore
- Colite
- Stitichezza
- Diabete
- Diarrea
- Dismenorrea
- Eczema
- Iperensione
- Brucciore di Stomaco
- Emorroidi
- Indurimento delle Arterie
- Disturbi Interni
- Mestruazioni Irregolari
- Calcoli Renali
- Prostiasi
- Reumatismi
- Sinusite
- Ulcera
- Infezioni Tratto Urinario

Shop Online



Publicare nello stesso post, o nello stesso profilo/pagina social, i prodotti Forever associati a un elenco di disturbi o condizioni di salute particolari, rimanda all'idea che questi possano avere proprietà curative. Questo non è permesso.

GUADAGNI

Viene escluso ogni utilizzo di immagini raffiguranti denaro o, in qualunque modo, in grado di trasmettere l'idea di un guadagno facile.

DICHIARAZIONI SUL REDDITO E AFFERMAZIONI SUI GUADAGNI

Gli IDV seguono un modello meritocratico di lavoro e, nelle dichiarazioni esplicite o implicite, devono far emergere tale circostanza, sia per quanto riguarda l'ammontare o il livello di reddito, sia per quanto concerne le aspettative di guadagno. Per quanto concerne le corrette dichiarazioni implicite sul reddito si intende, a titolo esemplificativo e non esaustivo, rappresentazioni e/o immagini utilizzate per dimostrare il modello meritocratico di lavoro indicando, ad esempio, uno stile di vita migliorato rispetto al passato e prima dell'inizio dell'attività lavorativa con FLP.

Gli IDV non possono rilasciare, espressamente o implicitamente, dichiarazioni o previsioni in merito ai ricavi potenzialmente ottenibili o riconosciuti dallo svolgimento dell'attività, in quanto, ogni esperienza, è individuale ed eterogenea. La regola chiave è quella di evitare affermazioni sul guadagno facile che varia, anche in modo significativo, in relazione all'impegno profuso, al tempo dedicato, alle capacità e agli obiettivi individuali che gli IDV si prefiggono di raggiungere e raggiungono. Si esorta ad evidenziare, sempre, il grande impegno richiesto per raggiungere risultati eclatanti e di specificare, inoltre, che solo una piccola percentuale di IDV raggiunge livelli di reddito particolarmente elevati. Inoltre, tutti gli IDV, hanno l'obbligo di assumere comportamenti eticamente e professionalmente ineccepibili al fine di tutelare l'immagine propria e dell'azienda

Per approfondimenti legali, i riferimenti di legge sono:

- Legge 17 agosto 2005, n. 173 rubricata "Disciplina della vendita diretta a domicilio e tutela del consumatore dalle forme di vendita piramidali" e in particolare l'art. 5 n. 2;
- Sent. Cass. n. 37049 del 2012 che ha esteso il divieto della L. 173/2005 anche alle pratiche pubblicitarie via internet;
- l'art. 20 del Codice del Consumo "Divieto delle pratiche commerciali scorrette".

COSA SI PUÒ FARE



- Condividere un'immagine onesta e veritiera dei propri risultati raggiunti.
- Fornire informazioni alle persone potenzialmente interessate su quanto possano aspettarsi di guadagnare in base alle dichiarazioni dei redditi del proprio Paese.
- Assicurarsi che le persone potenzialmente interessate, ed i membri del proprio team,

capiscano che è necessario un serio e costante impegno per perseguire i propri obiettivi di crescita personale, sviluppo e carriera.

- Proporre scenari di guadagni ipotetici: "Se sponsorizzi X persone che raccolgono ordini per Y Aloe Vera Gel, guadagnerai Z al mese", avendo cura di riportare sempre dati veritieri.

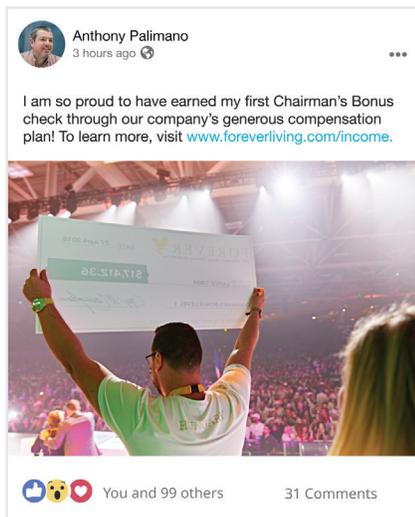
COSA NON SI PUÒ FARE



- ✗ Raccontare storie di successo della piccolissima minoranza di IDV che hanno guadagni molto elevati, tralasciando di dire che tali risultati sono il frutto di un impegno notevole, costante e che solo in pochi li hanno raggiunti e non in breve tempo.
- ✗ Rappresentare, con parole o immagini, stili di vita sontuosi, case di pregio, auto di lusso, vacanze esotiche, costose, ecc.) come se fossero alla portata di tutti.
- ✗ Alludere a qualsiasi tipo di previsione di reddito o dichiarare qualsiasi importo come reddito mensile/annuale. Esempio: "Ti dico come avere un reddito a sei cifre".

- ✗ Pubblicare l'immagine di prodotti di consumo pregiati (es: un'auto di lusso) associati a uno o più prodotti Forever.
- ✗ Fare affermazioni esagerate relative al proprio reddito o al proprio successo.
- ✗ Fornire una visione non equilibrata e veritiera dei propri guadagni o dei guadagni che si possono ottenere in qualità di IDV.

ESEMPI DI IMMAGINI UTILIZZABILI



Il risultato di quanto ottenuto dagli Incaricati Forever in queste foto, è frutto del loro notevole lavoro e di quello dei propri team. Tali risultati non sono garantiti e dipendono completamente dall'impegno personale nel raggiungimento del programma incentivo, dalla perseveranza e dal successo nel percorso di carriera. Se vuoi saperne di più, se ti interessa approfondire il regolamento Chairman's Bonus consulta la nostra Company Policy e il sito web shop.foreverliving.it



Questo annuncio rappresenta in modo corretto l'attività, senza fare alcuna dichiarazioni su quanto si possa guadagnare.



Questo post fa riferimento ad una personale esperienza degli FBO durante un evento. Si intuisce che il viaggio è qualcosa che hanno guadagnato attraverso Forever, ma è anche vero che è frutto della loro esperienza e del loro impegno e non garantisce a chi legge che può vincere un viaggio.

ESEMPI DI IMMAGINI NON UTILIZZABILI



Questa è una dichiarazione sul reddito non conforme perché suggerisce un'aspettativa di guadagno non garantita.



Non è consentito pubblicare sul proprio sito o blog annunci di opportunità di business senza aver esplicitato in modo chiaro la propria qualifica di Incaricato di Vendita di FLP di modo che, il soggetto offerente, sia ben distinguibile da Forever Living Products Italy. E' inoltre importante non far intendere che si sta offrendo un lavoro da dipendente con un fisso mensile, bensì un'opportunità di lavoro autonomo.



Questo post non è conforme perché suggerisce un'aspettativa di guadagni non garantita e implica uno stile di vita di lusso.

UTILIZZO DEL LOGO

L'utilizzo del logo di FLP da parte degli IDV è consentito secondo quanto previsto nella Company Policy e dovrà rispettare le seguenti condizioni:

- Ciascun sito internet/blog deve contenere il logo FLP;
- Il logo deve apparire in ciascuna pagina del sito dell'IDV in posizione laterale e in alto alla pagina;
- Il logo potrà essere posizionato a destra o a sinistra della pagina, a discrezione dell'IDV;
- La scelta della dimensione del logo è rimessa all'IDV.

È consigliato l'utilizzo di un logo le cui dimensioni siano simili a quelle del logo contenuto nel sito ufficiale della casa madre, il quale può essere rappresentato, esclusivamente, come di seguito indicato:



FOREVER®



CARATTERE

Il carattere **Primario** Forever è **Helvetica Neue**.

PER I TITOLI HELVETICA NEUE CONDENSED.

PER I TESTI SECONDARI

Light & *light italic.*

Regular & *italic.*

Medium & *medium italic.*

Bold & *bold italic.*

Il carattere **Helvetica Neue** è un carattere a pagamento. Per questo motivo, in alternativa ad esso, è consentito utilizzare il carattere **Arial** (royalty free), graficamente molto simile.

CONDIVISIONE DEI CONTENUTI

RIFERIMENTI ALLA CASA MADRE

Al fine di garantire una presenza quanto più possibile omogenea di FLP sui siti internet e sui blog degli IDV, nonché di assicurare la tutela dell'immagine di FLP, è necessario definire le regole a cui gli IDV devono attenersi nello svolgimento della propria attività. Per assicurare la maggiore trasparenza nei confronti degli utenti, i siti internet e i blog degli IDV devono riportare, all'interno di una delle pagine del sito/blog, la descrizione dell'attività svolta da FLP. A tal fine, possono fare riferimento e verificare periodicamente le descrizioni ufficiali contenute nel sito internet: **shop.foreverliving.it**. Qualsiasi descrizione, diversa da quella ufficiale, dovrà essere preventivamente approvata da parte di FLP.

TUTELA DEI DATI PERSONALI

Ciascun sito internet/blog deve essere in linea con gli adempimenti previsti dal Regolamento UE 679/2016 o GDPR, recepito in Italia con il D. Lgs. 108/2018 (disposizioni per l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del Regolamento UE 2016/679), al fine di tutelare i dati degli utenti con i quali gli IDV vengono in contatto. In particolare, al primo accesso al sito internet, deve essere data la possibilità all'utente di ricevere adeguata informativa riguardo al trattamento dei propri dati e all'utilizzo dei cookies.

Per questo motivo deve essere predisposta un'apposita pagina all'interno del sito internet contenente l'informativa, di cui all'art. 13 del Regolamento UE 2016/679, collegata a un link nella schermata iniziale del sito, in modo da consentire all'utente di:

- Individuare il titolare del trattamento dei dati.
- Conoscere le finalità e le modalità di trattamento dei dati.
- Conoscere le modalità attraverso le quali è possibile richiedere la cancellazione dei propri dati.

Qualora il sito permetta la registrazione degli utenti e raccolga dati anche a fini promozionali e pubblicitari, deve essere richiesto il consenso espresso con apposito tasto di accettazione.

Inoltre, ciascun sito internet, deve possedere i requisiti di sicurezza necessari a prevenire attacchi informatici da parte di terzi che possano arrecare pregiudizio al sito stesso o a FLP. A tale fine, ciascun IDV, deve garantire l'adozione di ogni accorgimento necessario per assicurare quanto sopra.

TUTELA DEI DATI PERSONALI E TESTIMONIANZE

Per quanto riguarda le testimonianze in merito ai prodotti FLP, eventualmente pubblicate da parte degli IDV sul proprio sito/blog, le stesse devono rendere palese la loro natura ed essere autentiche e responsabili.

Gli IDV richiederanno apposita espressa liberatoria per l'utilizzo delle immagini e dei nomi dei soggetti che rendono le testimonianze, le quali non potranno essere pubblicate né ove manchi tale consenso né quando le affermazioni, in esse contenute, contrastino con le prescrizioni riportate nel presente Codice.

LANDING PAGE

FLP offre la possibilità, agli IDV che non vogliono creare un proprio sito, di poter usufruire di uno spazio all'interno di quello della Società.

Previa accettazione del Regolamento Europeo 2006/679 O GDPR, sia la tutela dei dati personali che alla nomina come responsabile esterno.

Gli IDV potranno avere una Landing page dove caricare testi, contenuti, immagini, foto e video messi a loro disposizione dall'azienda.

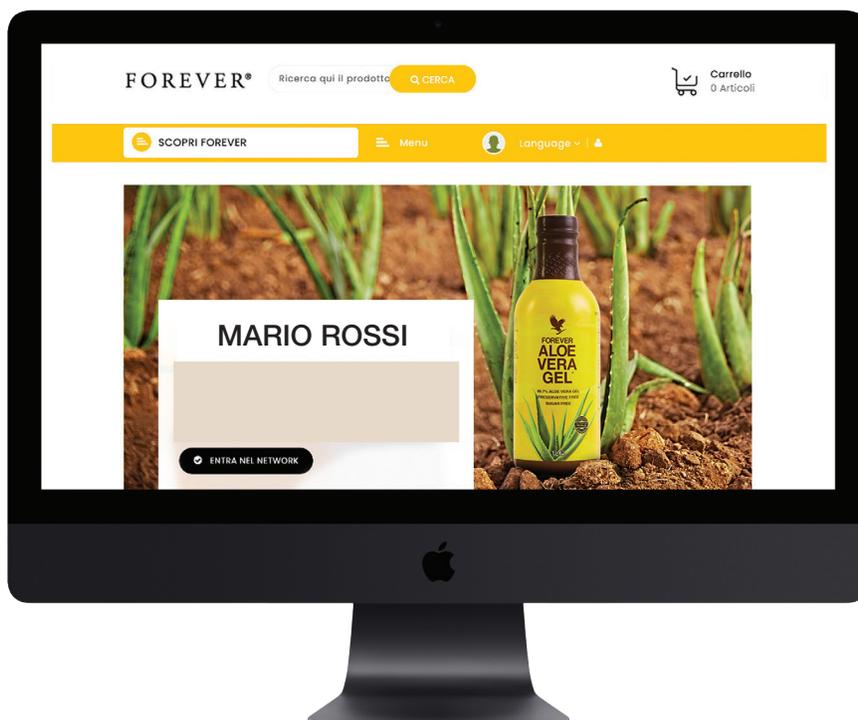
Tutti gli argomenti inseriti nella pagina a disposizione da FLP dovranno rispettare il presente Codice specie nel campo libero di presentazione, in particolare si dovranno evitare il Medical/Health Claim.

Per alcuni esempi di contenuti non conformi ed una loro possibile sostituzione consulta la **"GUIDA AI CONTENUTI DELLE LANDING PAGES"** al seguente <https://shop.foreverliving.it/download-file-DF5994.html>

Per qualsiasi informazione o delucidazione si può scrivere all'indirizzo: sviluppoweb@foreverliving.it



Esempio di Landing page





SOCIAL MEDIA, LA COMUNICAZIONE ATTRAVERSO I SOCIAL NETWORK

I REQUISITI DELLE PAGINE SOCIAL

L'Autorità Garante del Mercato e della Concorrenza AGCM, informa che la società è responsabile sia per i propri *claims* che per quelli dei propri IDV. Le società sono, pertanto, invitate alla massima allerta con un monitoraggio costante dei messaggi che le proprie reti di vendita utilizzano, specialmente sui social. Per tali ragioni, prima di utilizzare un social per promuovere la propria attività di IDV, al fine di operare con tranquillità e nel rispetto delle regole sopraindicate, è possibile richiedere un controllo preventivo inviando una mail a **socialmedia@foreverliving.it**. Per non sbagliare, è sufficiente attenersi a quanto riportato dalla letteratura aziendale ufficiale.

QUANDO CREI UN POST, FATTI QUESTE QUATTRO DOMANDE:

QUESTO POST È...

- 1. ACCURATO?**
- 2. VERITIERO?**
- 3. LEGGITTIMO?**
- 4. CONFORME AI VALORI DI FOREVER?**

Se la tua risposta a queste quattro domande è “Sì”, allora non hai niente di cui preoccuparti. Se invece rispondi “Non lo so” o “No” a una qualsiasi di queste domande, dovrai fare qualche altra ricerca o contattare l'ufficio competente inviando una mail a: **socialmedia@foreverliving.it**. I contenuti (immagini, post, video, commenti, recensioni) pubblicati sui social, sia quelli propri dell'IDV sia quelli di terzi, dovranno essere conformi alla Company Policy e al presente Codice.

INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Per sistema di **intelligenza artificiale** (AI), si può intendere un sistema che è progettato per operare con vari livelli di autonomia e che può eseguire compiti di diversa natura. Questo strumento è sempre più utilizzato nel settore pubblicitario, per creare ad esempio dei contenuti anche in base al grado di apprezzamento dei consumatori.

E' necessario verificare sempre che eventuali contenuti generati con AI siano conformi alle regole aziendali.

Un particolare utilizzo dell'AI nel settore pubblicitario è quello di utilizzare **influencer virtuali** per promuovere i prodotti.

Le regole stabilite per gli incaricati e per gli influencer, devono essere rispettate anche nel caso in cui ci si affidi a strumenti di AI per creare i contenuti.

COSA SI PUÒ FARE



- Riportare il proprio nome e cognome per esteso senza associarlo a denominazioni che possano produrre confusione con l'azienda, in quanto entità ben distinta dagli IDV.
- Dare alla pagina un nome generico come "Aloe Vera con noi". Il proprio nome e cognome deve, però, essere specificato all'interno della pagina tra le informazioni personali.
- Pubblicare l'immagine del proprio volto. Per esempio: nel cerchio dell'immagine del profilo Facebook deve essere riportata la foto del volto dell'IDV e non l'immagine di un prodotto Forever o, addirittura, del logo Forever. È possibile, anche, utilizzare immagini più generiche nel profilo, ma non con il logo Forever.
- Rendere chiaro che si tratta di un IDV di Forever,

senza confondere gli utenti a riguardo, vale a dire, senza indurli a ritenere di avere a che fare con le pagine social ufficiali di FLP. Quindi, deve essere molto chiaro che la pagina Facebook, per esempio, è personale dell'IDV e non di FLP. I dati di contatto pubblicati saranno pertanto dell'IDV.

- Utilizzare il link al proprio sito personale di Incaricato oppure al sito ufficiale Forever.
- Pubblicare i propri dati di contatto e il codice ID.
- Utilizzare il logo FLP nelle immagini di copertina di Facebook, nella sezione foto e nei post, attenendosi scrupolosamente a quanto previsto dal presente Codice, sempre tenendo ben distinto il proprio profilo social da quello di FLP.

ESEMPIO DI PAGINA SOCIAL INCARICATO FOREVER CORRETTA

ESEMPIO PAGINA SOCIAL INCARICATO FOREVER CORRETTA

IMMAGINE DEL PROFILO
Utilizza una tua foto o un'immagine legata ai prodotti o all'attività, diversa dal logo aziendale.

NOME DELLA PAGINA
Utilizza il tuo nome o un nome che richiami i prodotti o l'attività, diverso dal nome dell'azienda.

In generale, deve essere chiaro a chi visita la pagina, che si tratta della pagina di un Incaricato Indipendente di Vendita Forever e non di una pagina dell'azienda stessa.

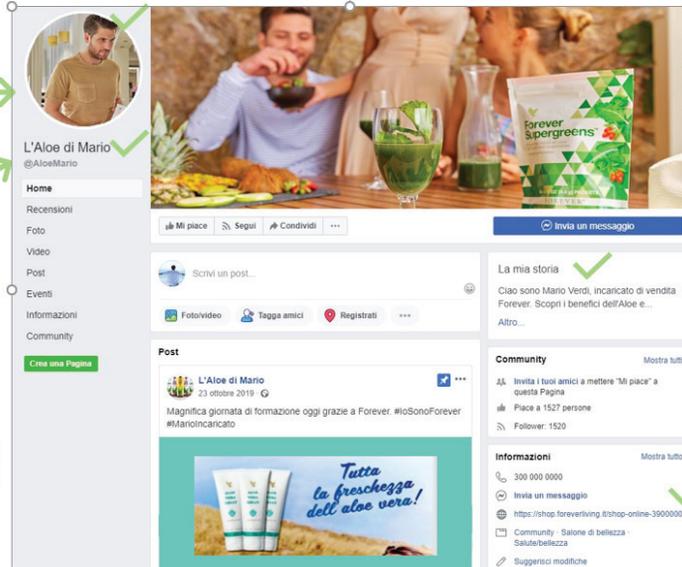


IMMAGINE DI COPERTINA
Utilizza immagini aggiornate e di qualità.

DESCRIZIONE
Scrivi il tuo nome e cognome e la dicitura "Incaricato Indipendente di Vendita". Puoi aggiungere una breve biografia o un testo che spieghi di cosa si parla nella pagina.

LINK PERSONALIZZATO
Copia il link "Sponsorizza tramite lo Shop" che trovi in fondo alla Schermata d'Ingresso della tua Area Riservata e inseriscilo come link ufficiale delle tue pagine social. In questo modo i visitatori saranno rimandati al sito ufficiale Forever, ma con il tuo codice ID già inserito!



COSA NON SI PUÒ FARE



- ✗ Riportare il proprio nome e cognome associandolo a denominazioni che possano produrre confusione. Per esempio, non è consentito avere un profilo Facebook come “Mario Rossi Forever Living Products” o “Mario Rossi FLP”.
- ✗ Usare nomi di dominio come C9, Infinite by Forever, Clean9, F.I.T. e fare *claims* di carattere medico.

- ✗ Usare Forever Living Products, Forever Living, o qualsiasi altro nome di prodotto, come titolo principale.
- ✗ Condividere sui social comunicazioni, scritte o verbali, ricevute da FLP che non siano di dominio pubblico. Per poterlo fare è necessario avere il consenso preventivo di Forever. Il principio generale è che qualsiasi informazione/comunicazione proveniente da FLP è riservata.

ESEMPIO DI PAGINA SOCIAL INCARICATO FOREVER NON CORRETTA

ESEMPIO PAGINA SOCIAL INCARICATO FOREVER NON CORRETTA



IMMAGINE DEL PROFILO
Non si può utilizzare il logo Forever come immagine del profilo.

NOME DELLA PAGINA
Non si può utilizzare il nome stesso dell'azienda.

Tutti questi elementi non sono corretti, bensì fuorvianti per gli utenti, poiché inducono a pensare che si tratti della pagina "ufficiale" dell'azienda Forever.

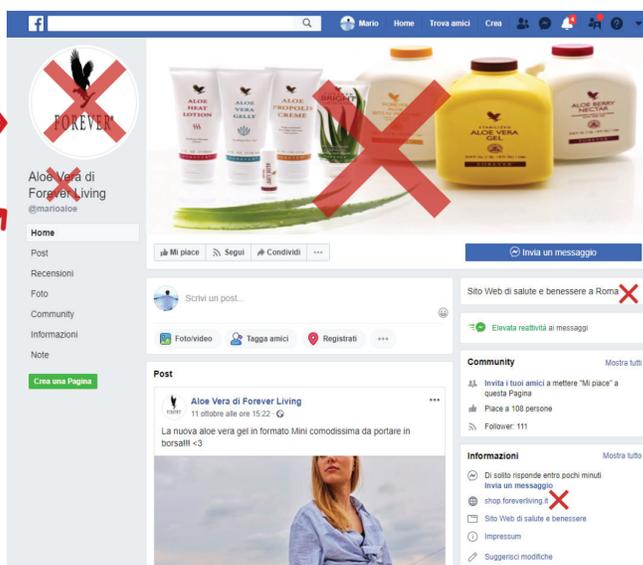


IMMAGINE DI COPERTINA
Non utilizzare immagini con prodotti datati e/o non più in commercio, né immagini con *medical claims*, non appropriate o di scarsa qualità.

DESCRIZIONE
Nella descrizione inserita non è specificato (dunque non è chiaro) che si tratta della pagina personale di un Incaricato Indipendente di Vendita, né è esplicitata la sua identità.

LINK
Inserire il link generico che rimanda al sito ufficiale Forever, invece del link personalizzato di Incaricato, è controproducente per la propria attività di business.

VENDITA DEI PRODOTTI FOREVER LIVING

L'unico canale di vendita dei prodotti Forever Living è il sito ufficiale **shop.foreverliving.it**. Pertanto, l'attività sui siti web e sui social deve essere limitata alla promozione e non alla vendita diretta dei prodotti Forever.

COSA SI PUÒ FARE

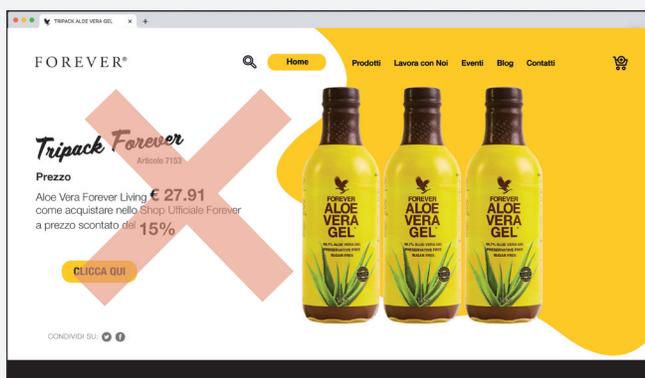


- Gli IDV che hanno uffici per la prestazione di servizi, saloni di bellezza, barbieri, parrucchieri o centri di benessere possono, nel rispetto delle regole aziendali, vendere il prodotto al consumatore finale.
- Gli IDV possono esporre o vendere i prodotti all'interno di studi di terapisti, studi dentistici, fiere dell'artigianato, ristoranti/bar, centri estetici, centri fitness e di danza, centri olistici e altri luoghi di lavoro.
- Gli IDV non possono apporre cartelli esterni, né allestire vetrine per pubblicizzare la vendita dei prodotti della società, ma possono esporre cartelloni o materiale informativo in qualsiasi altro luogo del locale, entro un limite ragionevole. L'esposizione, per un periodo inferiore a due settimane (su un periodo di dodici mesi) nello stesso luogo, è da considerarsi temporanea ed è quindi concessa. Tuttavia, prima di procedere, è necessario ottenere l'autorizzazione scritta dell'ufficio del proprio Paese.

COSA NON SI PUÒ FARE



- ✗ Effettuare transazioni per la vendita di prodotti Forever utilizzando qualsiasi canale che si trovi su piattaforme Internet e che sia diverso da quello fornito dall'azienda per la vendita al dettaglio su **shop.foreverliving.it** o sul sito Web di terze parti approvato dalla società.
- ✗ Esporre sul sito internet, o blog, il prezzo dei prodotti Forever Living inferiore al prezzo al dettaglio.
- ✗ Effettuare vendite e promozioni su mercati online come Ebay, Amazon, Groupon o simili.
- ✗ Effettuare vendite nei negozi per la vendita al dettaglio (es: erboristerie, negozi di abbigliamento, negozi per animali e/o centri per la vendita all'ingrosso, etc.).
- ✗ Pubblicizzare i prodotti posizionando cartelloni nelle vetrine.
- ✗ Effettuare vendite in negozi allestiti nelle basi militari, nei mercati delle pulci, nei mercatini o in luoghi simili.



FACEBOOK MARKETPLACE E VENDITA PRODOTTI FOREVER

Facebook Marketplace è una piattaforma di vendita del Social Network Facebook pensata inizialmente per i privati e poi allargata anche alle aziende. Mentre i privati possono mettere in vendita articoli, applicare il prezzo desiderato e fare sconti, le aziende possono usare Marketplace solo come “vetrina” e in particolare per far conoscere i propri prodotti. Gli Incaricati non vendono in qualità di privati poiché la vendita dei prodotti è effettuata da Forever Living attraverso il suo sito ufficiale, pertanto l’attività sul Marketplace potrà essere solo di vetrina.

COSA SI PUÒ FARE



- Effettuare semplice pubblicità dei prodotti Forever Living rispettando le indicazioni aziendali.
- Rispettare le linee guida di Facebook e Marketplace di Facebook.
- Indicare i prezzi di listino e non effettuare sconti o promozioni.

COSA NON SI PUÒ FARE



- ✘ Effettuare vendita diretta dei prodotti Forever Living.
- ✘ Indicare qualsiasi scontistica.
- ✘ Indicare qualsiasi tipo di promozione in essere o futura.

CONTEST/CONCORSI A PREMIO

I Contest in Italia sono regolati dal DPR 430/2001. La normativa prevede delle regole stringenti per l'organizzazione di manifestazioni a premio. Possono promuovere un contest solamente le aziende iscritte al registro imprese. Le sanzioni, in caso di organizzazione di contest senza il rispetto della normativa, possono andare da euro 1.032,91 fino a un massimo di euro 500.000 (di cui all'articolo 124, comma 1, del RDL 1933/1938, come sostituito dall'art.19, comma 5, lettera c), della L. 449/1997 e all'articolo 124, commi 2 e 3, del RDL 1933/1938.

COSA SI PUÒ FARE



- Gli IDV possono condividere gli incentivi e le promozioni aziendali.
- Gli IDV possono promuovere una scontistica pari al 5% sul prezzo di listino, spiegando in maniera

adeguata che, per ottenerla, è necessario iscriversi come Cliente Premium usufruendo delle relative condizioni.

COSA NON SI PUÒ FARE



- ✘ È assolutamente vietato, da parte degli IDV, organizzare gare, estrazioni o concorsi a premi (ai sensi dell'art. 5 n°1 del DPR 430/2001), mentre ciò è possibile per le imprese produttrici o commerciali come FLP, rispettando gli obblighi di legge.
- ✘ Non si possono promuovere i prodotti con un prezzo scontato in quanto vietato dalla Casa Madre FLP e dalla normativa italiana.

✘ In caso di violazione delle predette disposizioni da parte degli IDV, gli stessi saranno ritenuti gli unici responsabili. In tal caso, oltre alla sanzione comminata dall'autorità preposta, FLP si riserva la possibilità di agire per il risarcimento di eventuali danni conseguenti.



PUBBLICITÀ ONLINE/ADVERTISING

È consentito agli IDV di svolgere attività di pubblicità online/advertising su social network, motori di ricerca, etc., nel rispetto della Company Policy e del presente Codice. In caso di dubbi, o per aver maggiori informazioni, si può inviare una mail a: **socialmedia@foreverliving.it**

Ogni utente ("user") può realizzare e pubblicare contenuti ("user generated content"), da condividere mediante le pagine web (esempio social).

Se i contenuti sono finalizzati a promuovere un brand oppure un prodotto, rivestono natura commerciale. In questo caso il fine commerciale deve essere nettamente distinto da contenuti di altra natura e deve essere palesato con idonei mezzi da inserire ben visibili nella parte iniziale quali ad esempio:

Pubblicità/advertising

Promosso da/promoted by

Sponsorizzato da/sponsored by...

entro i primi 3 hashtag:

#pubblicità/advertising

#adv+brand #ad+brand...

INFLUENCER

Gli influencer sono soggetti che hanno la capacità di influenzare i consumatori, nella scelta di un prodotto o nel giudizio su un brand, in virtù della loro popolarità e considerazione.

Nel caso in cui il comportamento di tali soggetti abbia un fine promozionale a vantaggio di un brand, qualora non sia già chiaramente riconoscibile dal contesto, tale fine deve essere reso noto all'utente con mezzi idonei.

Il riferimento alla natura pubblicitaria del contenuto, deve essere mantenuto anche nel caso di condivisioni o "repost".

Data la loro notorietà, spesso gli influencer possono trovarsi in condizione di collaborare con diverse aziende. In questi casi possono promuovere prodotti dello stesso settore merceologico, ma non prodotti di altre aziende di vendita diretta /MLM secondo quanto previsto dalla Company Policy FLP (Capitolo 16, Attività Proibite).

I principi indicati devono essere rispettati anche nei casi, sempre più diffusi, in cui si tratti di influencer non umani ma virtuali che utilizzano tecnologia di A.I.

COSA SI PUÒ FARE



- Promuovere il proprio sito attraverso gli Adwords (ADS) e con l'utilizzo di piattaforme pubblicitarie online dei motori di ricerca come Google, Yahoo e Bing. Le promozioni dovranno avere un aspetto professionale, contenere la dicitura "Incaricato Indipendente" e non potranno contenere la denominazione della FLP, anche se solo parziale, o i nomi dei prodotti FLP.
- Inserire un link al proprio dominio conforme.

- Rispettare tutte le regole del presente Codice, con particolare riguardo alle immagini, ai contenuti e al nome di FLP e, in particolare, al *Medical/Health Claim*.
- Promuovere i prodotti attraverso influencer. Qualsiasi tipo di pubblicazione dell'influencer dovrà rispettare tutte le regole del codice di condotta.

COSA NON SI PUÒ FARE



- ✘ Ingannare i clienti, inducendo a pensare che l'ADS (vedi sopra) sia stato creato da Forever Living Products.
- ✘ Inserire il proprio numero di telefono nel Google ADS in quanto non è consentito da Google.
- ✘ Posizionare la pagina del sito con keywords, violando le disposizioni del presente Codice. In particolare, la pubblicità online/advertising su Google non potrà usare *Medical/Health Claim*

(es.: keywords come "prodotto dimagrante", "bruciagrassi", "aloe vera per dimagrire", etc.).

- ✘ Creare ADS in concorrenza con FLP.

PUBBLICITÀ INGANNEVOLE IMMAGINI PRIMA/DOPO

PREMESSA

Ai fini commerciali, per una corretta e trasparente pubblicità, è indispensabile **indicare nel proprio profilo social che si è un Incaricato di Vendita Indipendente Forever**. In questo modo il consumatore sarà consapevole di interagire con un profilo di un Incaricato a fini commerciali. Inoltre, il proprio profilo/pagina social dovrà essere conforme alle linee guida precedentemente illustrate (pag. 21 e successive).

Lo IAP fissa i parametri per una comunicazione commerciale «REGOLE PUBBLICITARIE» **“onesta, veritiera e corretta”** a tutela dei consumatori e della leale concorrenza tra le imprese. **L'Agcom** è un'Autorità di garanzia con il duplice compito di assicurare la **«corretta competizione»** degli operatori sul mercato e di **«tutelare i consumi di libertà fondamentali degli utenti»**.

La nostra associazione di categoria AVEDISCO, ribadisce come vi sia la possibilità di **sanzioni**, erogate dall'Authority a carico dell'Azienda e dei suoi Incaricati, in casi di violazione delle regolamentazioni stabilite in materia di comunicazione nei confronti del consumatore finale.

Pertanto, l'Avedisco invita tutte le Aziende e gli Incaricati alla **responsabilità del proprio ruolo**, sottolineando di provvedere alla **correzione e/o eliminazione di immagini sul prima e dopo pubblicate** a seguito dell'uso di integratori alimentari o di prodotti cosmetici, considerate pratiche fuorvianti e pubblicità ingannevole.

UTILIZZO DISCLAIMER

L'IDV che intende fare un tipo di pubblicità per promuovere un prodotto/programma con immagini/video, dovrà attenersi ad alcune regole fondamentali:

- Creare il contenuto contestualizzandolo ed in maniera che sia indicato il percorso svolto, chiarendo che l'eventuale risultato ottenuto è frutto non solo dell'utilizzo del prodotto ma anche di altri fattori quali ad esempio: **stile di vita sano, alimentazione corretta, attività fisica**.
- Immagini e video utilizzati, in cui si evidenzia una trasformazione fisica, dovranno essere progressivi mostrando le fasi del cambiamento nel tempo. L'attenzione potrà essere posta sulla figura della persona in generale e sullo stato complessivo di forma finale raggiunto e non su un dettaglio fisico in particolare.
- Utilizzare solo la sua **esperienza personale** e non quella di terzi.
- Evitare di quantificare i risultati eventualmente raggiunti, con valori numerici che esprimano kg o cm esatti.
- **Inserire un “disclaimer”** che indichi chiaramente come “i risultati siano soggettivi e possano variare da persona a persona”.

Lo stesso dovrà accompagnare tutti i contenuti riferiti ai possibili effetti che un programma o prodotto potrebbe generare dopo l'uso, specie quando si pubblicano testimonianze personali. L'uso del prodotto (integratore/programma/cosmetico) ha effetto variabile, i risultati sono soggettivi e possono variare da persona a persona.

Non è possibile pubblicizzare risultati certi ed ottenibili da tutti, in seguito all'utilizzo di integratori alimentari. Il regolamento (CE) 1924/2006 relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute **non consente claims “che fanno riferimento alla percentuale o all'entità della perdita di peso”**

Di fondamentale importanza sarà indicare quanto sia opportuno chiedere preventivamente il **parere del proprio medico in caso di patologie** e/o situazioni particolari come gravidanza e allattamento. I prodotti/programmi Forever non intendono sostituire alcuna terapia né possono garantire risultati certi. Si ricorda, infine, che le sanzioni comminate dalle Autorità Garanti (AGCM e Antitrust) partono da euro 50.000 e arrivano fino a un massimo di euro 500.000 (in applicazione del Codice del Consumo D. Lgs. n° 206 del 06/09/2005 e successive modifiche).

ESEMPI DI DISCLAIMER UTILIZZABILI

- La perdita di peso non è l'obiettivo primario del programma. L'eventuale perdita di Kg può essere un possibile effetto secondario. I risultati sono soggettivi e possono variare da persona a persona.
- Il programma può essere svolto in condizioni normali di salute. In caso di patologie o qualora stiano assumendo farmaci è necessario rivolgersi al proprio medico di riferimento prima di utilizzare qualsiasi prodotto.
- I risultati ottenuti si riferiscono alla mia esperienza personale. Sono soggettivi e variabili da persona a persona.
- Gli integratori alimentari vanno inseriti nell'ambito di uno stile di vita sano e attivo, che comprende una corretta ed adeguata alimentazione. I risultati possono variare da persona a persona.
- I risultati sono soggettivi e possono variare da persona a persona. Non sono garantiti da evidenze scientifiche.
- Ogni persona può raggiungere risultati differenti in base alle proprie caratteristiche individuali.
- Tali prodotti possono funzionare in sinergia con uno stile di vita sano, esercizio fisico e un'alimentazione equilibrata. L'esperienza dei consumatori ha dimostrato il raggiungimento di risultati soddisfacenti, strettamente personali.

INOSSERVANZE

In caso di inosservanze da parte degli Incaricati l'Azienda potrà procedere con:

- Invio di comunicazione per correzione del/dei post non conformi
- Blocco del pagamento del bonus per un tempo determinato
- Sospensione temporanea del codice attività
- Chiusura definitiva del codice attività

COSA SI PUÒ FARE



- Utilizzare testimonianze personali in cui si mostri un cambiamento progressivo, con l'inserimento di opportuno disclaimer e senza immagini forti che colpiscano il consumatore finale.
- Pubblicare testimonianze scritte o video, con opportuno disclaimer, in cui si racconta la propria esperienza personale spiegando il cambiamento in termini di tempo, costanza e risultati soggettivi che possono variare da persona a persona.
- Inserire il disclaimer in ogni immagine o video personale oltre all'inserimento del disclaimer nella caption (nel video il disclaimer potrà essere inserito all'inizio e alla fine, meglio se presente fisso per tutta la durata).
- Consigliare di consultare il proprio medico in caso di patologie e situazioni delicate come gravidanza e allattamento.
- Promuovere uno stile di vita sano con esercizio fisico ed alimentazione equilibrata in abbinamento al programma/prodotti proposti.
- Pubblicare immagini di conversazioni ritagliate dalle chat personali che evidenziano la soddisfazione dei propri Idv/clienti ma "coprendo", per esempio con emoji, i risultati personali (chili, taglie, cm etc).
- Utilizzare claims consentiti relativi ai prodotti pubblicizzati.
- È possibile essere taggati in testimonianze di terzi ed è quindi possibile ricondividerle. Tali testimonianze con il tag dovranno essere conformi alle linee guida.

COSA NON SI PUÒ FARE



- ✗ Pubblicare testimonianze sul prima/dopo di terzi, quindi di propri IDV e/o Clienti.
- ✗ Pubblicare immagini/video prima/dopo di terzi, quindi di propri IDV e/o Clienti.
- ✗ Pubblicare immagini di conversazioni ritagliate dalle chat personali con IDV/Clienti in cui si indicano i chili e/o cm persi a seguito di un programma (per es. C9 - Dx4) o la riduzione di taglie.
- ✗ Promettere risultati garantiti.
- ✗ Utilizzare claims non consentiti relativi ai prodotti pubblicizzati.
- ✗ Quantificare i risultati eventualmente raggiunti, con valori numerici che indichino kg o cm esatti.

PUBBLICITÀ COMPARATIVA

La comparazione deve essere leale e non ingannevole, non deve ingenerare rischi di confusione, né causare discredito o denigrazione. Non deve trarre indebitamente vantaggio dalla notorietà altrui.

La pubblicità comparativa è lecita se:

- utile ad **illustrare caratteristiche e vantaggi dei** beni e servizi oggetto della comunicazione commerciale;
- pone a **confronto caratteristiche essenziali**, pertinenti, verificabili tecnicamente e rappresentative di beni e servizi concorrenti, che soddisfano gli stessi bisogni o si propongono gli stessi obiettivi.

Per esempio, è possibile mettere a confronto le etichette di una bevanda a base di aloe con quella di un'altra Azienda, "comparando" il contenuto di aloe riportato sulle rispettive etichette.

Trattandosi di una pratica molto delicata, si consiglia qualora si volesse fare questo tipo di pubblicità di **chiedere preventivamente il parere** dell'Azienda scrivendo a **compliance@foreverliving.it**

GREEN CLAIMS

Per "**Green Claims**" è possibile intendere quelle affermazioni che riguardano l'impatto ambientale di un prodotto e la sua sostenibilità.

Le affermazioni possono essere soggette al fenomeno del "Greenwashing", nel caso in cui si utilizzino elementi non veritieri, riguardo la sostenibilità di un prodotto al fine di migliorare l'immagine del prodotto stesso per influenzare le scelte commerciali dei consumatori.

In via generale devono essere rispettati due principi:

- 1) **Veridicità e chiarezza:** le affermazioni devono essere formulate in modo specifico, accurato e non ambiguo.
- 2) **Verificabilità:** Le affermazioni devono essere supportate da dati oggettivi, che devono essere comunicati in maniera comprensibile al pubblico.

COSA SI PUÒ FARE



- Utilizzare affermazioni ecologiche che siano veritiere e che non contengano informazioni false.

- Presentare le informazioni in modo chiaro, specifico, accurato ed inequivocabile in modo da non trarre in inganno i consumatori.

COSA NON SI PUÒ FARE



- ✘ Utilizzare affermazioni ambientali ingannevoli, in modo vago e generico.

- ✘ Presentare le caratteristiche di un prodotto che rispetti i requisiti di legge, come proprie ed esclusive del prodotto stesso.

CODICE DI CONDOTTA PER UTILIZZO DI VOUCHER

VOUCHER

I Voucher sono documenti al portatore che consentono di ottenere determinati vantaggi a coloro che li utilizzano. Il Voucher si identifica con il concetto di Buono: strumento che contiene l'obbligo di essere accettato come corrispettivo o come corrispettivo parziale a fronte di una cessione di beni o di una prestazione di servizi e che indica, sullo strumento stesso o nella relativa documentazione, i beni o i servizi da cedere o da prestare, e le identità dei potenziali cedenti ivi incluse le condizioni generali di utilizzo ad esso relative. Il Voucher così come definito dall'articolo 6 bis del D.P.R. 633/1972 è uno strumento di pagamento corrispondente alla cessione di beni o alla prestazione di servizi da parte di fornitori

TIPOLOGIE DI VOUCHER

Tramite il Voucher si può avere diritto ad utilizzare una determinata somma stabilita o a ricevere un prodotto. Possiamo avere:

- **Voucher - buoni regalo** danno diritto a ricevere e/o utilizzare un determinato prodotto;
- **Voucher - buoni valore** danno diritto ad un determinato importo in determinati tagli (euro 5, 10, 20) da spendere per l'acquisto di un prodotto. I buoni valore se non vengono riscattati non comportano il pagamento dell'IVA che viene presa in considerazione solo nel momento in cui gli stessi vengono riscattati.

VOUCHER E INCARICATI

I Voucher non si sostanziano in uno sconto sul listino prezzi di FLP in quanto il valore del Voucher viene pagato dall'incaricato a FLP. Pertanto, è possibile comunicare che il voucher è un omaggio oppure regalo ma non è possibile fare comunicare che i prodotti FLP sono scontati oppure in offerta.

NORMATIVA DI RIFERIMENTO

Le normative di riferimento in questa materia sono nazionale ed europee e in particolare prendono in considerazione l'emissione, la cessione, il riscatto e le modalità di incasso dei buoni.

Le leggi e gli articoli di riferimento sono:

- gli art. 51 e 108 del T.U.I.R. (Testo Unico Imposte e Redditi);
- il D.P.R. 430/2001;
- la Direttiva n. 2016/1065/UE;
- il D.lgs. n. 141/2018 che ha recepito in Italia la Direttiva Europea e che ha comportato delle modifiche soprattutto al regime dell'IVA.

In particolare, all'art. 30 - bis ha distinto due tipologie di Voucher - buono:

- **buono monouso:** buono per il quale al momento della sua emissione si conosce il regime impositivo dovuto alla cessione o alla prestazione di beni e servizi di cui il buono è il corrispettivo. L'importo pagato per entrare in possesso del buono sarà soggetto ad IVA. In questa tipologia rientra il buono regalo di prodotto.
- **buono multiuso:** buono per il quale al momento della sua emissione non si conosce il regime impositivo da applicare e quindi il costo di acquisizione del buono non è soggetto ad IVA. In questa tipologia rientra il voucher - buono valore. Infatti, se detti Voucher non vengono riscattati non comportano il pagamento dell'IVA che viene presa in considerazione solo nel momento in cui gli stessi vengono riscattati.

UTILIZZO DELLE IMMAGINI E TUTELA DELLA REPUTAZIONE DI FLP

La tutela dell'immagine, della reputazione e del buon nome sono di fondamentale importanza per FLP e per tutti coloro che vi collaborano.

Per questo motivo è vietato agli IDV:

- utilizzare nella proposta dei Voucher parole e/o immagini e, in ogni caso, diffondere messaggi che possano arrecare un pregiudizio alla rappresentazione e alla reputazione di FLP;
- pubblicare immagini e/o testi per proporre i Voucher che possano indurre l'utente a confondere FLP con l'IDV;
- utilizzare immagini e/o espressioni sconvenienti o scurrili e/o immagini e/o fotografie che possano fornire una rappresentazione non coerente con i principi etici di FLP.

LA COMUNICAZIONE ATTRAVERSO SITI INTERNET/ BLOG/ MARKETPLACE

AMBITO DI APPLICAZIONE

Al fine di garantire l'applicazione uniforme dei principi e delle disposizioni contenute nel presente Codice, gli IDV sono tenuti a richiedere l'approvazione preventiva alla società scrivendo all'indirizzo: sviluppoweb@foreverliving.it

UTILIZZO DEI VOUCHER DA PARTE DEGLI IDV

Gli IDV possono utilizzare i Voucher ricordando che ai sensi del codice di Condotta – Sezione Vendita dei prodotti Forever living l'unico canale di vendita dei prodotti Forever Living è il sito ufficiale shop. foreverliving.it. Pertanto, l'attività sui siti web, sui social network e sul Marketplace di Facebook deve essere limitata alla promozione dei Voucher che senza comunicare il valore in euro del voucher ed il prezzo finale del prodotto che il cliente pagherà a seguito dell'applicazione del voucher omaggiato/regalato. I voucher dovranno essere allocati dal sito ufficiale di Forever.

COSA SI PUÒ FARE



- Gli IDV possono scegliere la tipologia di Voucher da proporre. Possono prevedere Voucher aventi ad oggetto una somma in euro con differenti tagli prestabiliti o Voucher che danno diritto a ricevere determinati prodotti Forever.
- Gli IDV possono utilizzare i Voucher per singolo ordine e non frazionabile.

- Gli IDV possono stabilire la durata dei Voucher.
- Gli IDV possono stabilire cosa succede alla scadenza del Voucher - buono valore e quindi stabilire dopo la scadenza, il rimborso sotto forma di un altro buono spesa; la proroga del termine; la perdita dell'importo.

COSA NON SI PUÒ FARE



- ✘ Utilizzare parole quali premio, concorso, contest, Giveaway o qualsiasi altro riferimento o rinvio alle Manifestazioni a premio ai sensi del DPR 430/2001.
- ✘ Gli IDV non possono comunicare e pubblicare il valore in euro del Voucher che si intende regalare/omaggiare al cliente, al fine di favorire un comportamento etico.

- ✘ Vendere direttamente i Voucher al di fuori del canale ufficiale e quindi su social network o Marketplace di Facebook.
- ✘ Gli IDV non possono comunicare e pubblicare il prezzo finale del prodotto ridotto del valore del voucher omaggiato/regalato al cliente.

SOCIAL MEDIA, LA COMUNICAZIONE ATTRAVERSO I SOCIAL NETWORK

L'Autorità Garante del Mercato e della Concorrenza AGCM, informa che la società è responsabile sia per i propri claims che per quelli dei propri IDV. Le società sono, pertanto, invitate alla massima allerta con un monitoraggio costante dei messaggi che le proprie reti di vendita utilizzano, specialmente sui social. Per tali ragioni, prima di utilizzare un social per promuovere i Voucher, gli IDV, al fine di operare con tranquillità e nel rispetto delle regole sopraindicate, possono richiedere un controllo preventivo inviando una mail a socialmedia@foreverliving.it

Per non sbagliare, è sufficiente attenersi a quanto riportato dalla letteratura aziendale ufficiale.

COSA SI PUÒ FARE



- Proporre contenuti che facciano riferimento ai Voucher
- Fare riferimento a prodotti omaggio a determinate condizioni
- Riportare il proprio nome e cognome per esteso senza associarlo a denominazioni che possano produrre confusione con l'azienda, in quanto entità ben distinta dagli IDV.
- Dare alla pagina un nome generico come "Aloe Vera con noi". Il proprio nome e cognome deve, però, essere specificato all'interno della pagina tra le informazioni personali.
- Pubblicare l'immagine del proprio volto. Per esempio: nel cerchio dell'immagine del profilo Facebook deve essere riportata la foto del volto dell'IDV e non l'immagine di un prodotto Forever o, addirittura, del logo Forever. È possibile, anche, utilizzare immagini più generiche nel profilo, ma non con il logo Forever.
- Rendere chiaro che si tratta di un IDV di Forever, senza confondere gli utenti a riguardo, vale a dire, senza indurli a ritenere di avere a che fare con le pagine social ufficiali di FLP.
- Pubblicare i propri dati di contatto e il codice ID.
- Condividere il valore del voucher solo con il cliente e in privato.

COSA NON SI PUÒ FARE



- ✗ Comunicare che i prodotti FLP sono in offerta oppure in sconto.
- ✗ Riportare il proprio nome e cognome associandolo a denominazioni che possano produrre confusione all'utente.
- ✗ Usare Forever Living Products, Forever Living, o qualsiasi altro nome di prodotto, come titolo principale dell'account sul social network.
- ✗ Condividere sui social comunicazioni, scritte o verbali, ricevute da FLP che non siano di dominio pubblico. Per poterlo fare è necessario avere il consenso preventivo di Forever. Il principio generale è che qualsiasi informazione/comunicazione proveniente da FLP è riservata.
- ✗ Comunicare/pubblicare il valore in euro del voucher.
- ✗ Comunicare/pubblicare il prezzo finale del prodotto al netto del voucher che il cliente pagherà grazie all'omaggio/regalo.



Maria Rossi 80
Sponsorizzata • 🌐

Un percorso di detossinazione e benessere contattami in privato e ti offrirò un voucher da utilizzare subito. 🎁🎁🎁

APPROFITTA...
TI OFFRO
UN VOUCHER
DA UTILIZZARE
SUBITO!

Maria Rossi 80
Sponsorizzata • 🌐

Resetta corpo e mente con DX4 in soli 4 giorni! 🎁🎁🎁

€ 152,40
- € 25
- 5 %
solo = € 121,03
anziché € 152,40

Maria Rossi 80
Sponsorizzata • 🌐

Ordina 3 Aloe Vera Gelly e riceverai un buono omaggio 🎁🎁🎁🎁🎁

Contattami
per un
Buono
Omaggio!

Maria Rossi 80
Sponsorizzata • 🌐

Ordina 3 Aloe Vera Gelly e ti offro un Voucher da 10 euro pagherai 3 creme solo €49,10! 🎁🎁🎁🎁🎁

Richiedi
voucher da
10 euro!

CONTEST/CONCORSI A PREMIO

I Contest in Italia sono regolati dal DPR 430/2001. La normativa prevede delle regole stringenti per l'organizzazione di manifestazioni a premio. Possono promuovere un contest solamente le aziende iscritte al registro imprese.

COSA NON SI PUÒ FARE

- È assolutamente vietato, da parte degli IDV, organizzare gare, estrazioni o concorsi a premi (ai sensi dell'art. 5 n°1 del DPR 430/2001), aventi ad oggetto Voucher.

PUBBLICITÀ ONLINE/ADVERTISING

È consentito agli IDV svolgere attività di pubblicità online/advertising su social network, motori di ricerca, per la promozione dei Voucher, nel rispetto della Company Policy e del Codice di Condotta e del presente codice.

COSA SI PUÒ FARE



- Promuovere il proprio sito web dove sono presenti indicazioni o informazioni relative a come ottenere i Voucher attraverso gli Adwords (ADS) e con l'utilizzo di piattaforme pubblicitarie online dei motori di ricerca come Google, Yahoo e Bing. Le promozioni dovranno avere un aspetto professionale, contenere la dicitura "Incaricato Indipendente" e non potranno contenere la denominazione della FLP, anche se solo parziale, o i nomi dei prodotti di FLP.
- Inserire un link al proprio dominio conforme a quanto previsto nel Codice di Condotta.
- Rispettare tutte le regole del Codice di Condotta, con particolare riguardo alle immagini, ai contenuti e al nome di FLP e, in particolare, al Medical/Health Claim.
- Utilizzare influencer per la promozione dei prodotti, scegliendo profili consoni all'immagine ed etica azienda. Qualsiasi pubblicazione dovrà rispettare le regole del codice di condotta

COSA NON SI PUÒ FARE



- ✗ Ingannare i clienti, inducendo a pensare che l'ADS (vedi sopra) sia stato creato da Forever Living Products.
- ✗ Inserire il proprio numero di telefono nel Google ADS in quanto non è consentito da Google.
- ✗ Posizionare la pagina del sito con keywords, violando le disposizioni del presente Codice. In particolare, la pubblicità online/advertising su Google non potrà usare Medical/Health Claim (es.: keywords come "prodotto dimagrante", "bruciagrassi", "aloe vera per dimagrire", etc.) oppure Keyword che facciano riferimento a prodotti Forever, a titolo esemplificativo e non esaustivo, in sconto oppure in offerta.
- ✗ Creare ADS in concorrenza con FLP.





CONSEGUENZE IN CASO DI VIOLAZIONE DEL CODICE

FLP vigilerà, attraverso il monitoraggio effettuato dai vari reparti aziendali, sulla corretta applicazione delle disposizioni del presente Codice. Il mancato rispetto della politica aziendale e del Codice di Condotta, nell'ambito dell'uso dei social media, potrebbe comportare la sospensione o la cessazione della collaborazione con Forever. Nella prima fase di applicazione del presente Codice, indicativamente sei mesi dalla data di presentazione dello stesso, al fine di consentire a tutti gli IDV di familiarizzare con le prescrizioni in esso contenute, FLP si impegna a favorirne il processo di implementazione evitando, ove possibile, l'applicazione delle misure previste al successivo punto: "Conseguenze della inosservanza delle disposizioni contenute nel Codice". Pertanto, in tale periodo, eventuali condotte in contrasto con i principi e le regole del Codice verranno segnalate all'autore della condotta medesima in via informale, affinché lo stesso provveda a conformarsi tempestivamente alle indicazioni ricevute.

CONSEGUENZE DELLA INOSSERVANZA DELLE DISPOSIZIONI CONTENUTE NEL CODICE

Tenere una condotta non conforme alle prescrizioni contenute nel presente Codice potrebbe determinare la rilevanza della condotta medesima, sia in sede civile che in sede penale. Forever Living Products Italy S.r.l. si riserva il diritto di agire nei confronti dell'IDV che, con la propria condotta, abbia procurato un danno all'immagine della società. Tenuto conto della gravità della violazione e dell'entità del pregiudizio, anche morale, arrecato alla società dalla condotta inadempiente, FLP procederà con un avvertimento formale. In caso di violazione delle disposizioni contenute nel presente Codice la società provvederà, in via prioritaria, a inoltrare un avvertimento formale all'IDV. Il destinatario avrà l'obbligo di conformarsi alle prescrizioni ricevute entro, e non oltre, tre giorni lavorativi dal ricevimento della comunicazione. In caso di mancato adempimento, FLP si riserva di adottare la sospensione del codice attività per un tempo determinato, in proporzione alla gravità della violazione commessa. La violazione delle previsioni del presente Codice, ad esclusione di quelle sulla vendita dei prodotti FLP e sull'attività sui social, darà luogo alla sospensione del codice attività. La durata della sospensione varierà da un minimo di un mese (30 giorni) a un massimo di sei mesi (180 giorni), a seconda della gravità dell'infrazione.

BLOCCO DEL PAGAMENTO DEL BONUS PER UN TEMPO DETERMINATO

La violazione delle previsioni sulla vendita dei prodotti Forever Living e sull'attività svolta sui social, daranno luogo al blocco del pagamento del bonus. La sospensione potrà essere prevista per un periodo di tempo minimo di un mese (30 giorni) e sino a sei mesi (180 giorni), a seconda della gravità dell'infrazione.

CHIUSURA DEFINITIVA DEL CODICE ATTIVITÀ

FLP si riserva di procedere alla chiusura definitiva del codice attività dell'IDV in caso di:

- Recidiva, ossia: reiterata violazione delle disposizioni che abbia già dato origine all'applicazione delle sanzioni di cui ai punti precedenti.
- Manifesta volontà di non conformarsi a seguito di avvertimento formale.
- Violazione delle disposizioni relative agli *Health Claims*.

RIFERIMENTI AZIENDALI UTILI PER POTER CHIEDERE SUPPORTO:

Medical / Health Claims: infoprodotti@foreverliving.it

Immagine Aziendale: marketing@foreverliving.it

Sito Web: sviluppoweb@foreverliving.it

Normative e Regole Aziendali: compliance@foreverliving.it



FOREVER®

Dal 1978 Forever Living Products ricerca le migliori risorse presenti in natura per realizzare prodotti di alta qualità per il benessere e la bellezza di tutta la famiglia. I nostri prodotti sono il risultato di approfondite ricerche che ci hanno permesso di offrirvi le migliori risorse per il benessere e la bellezza a base di aloe vera e dimostrano le incredibili proprietà benefiche di questa eccezionale pianta che ci aiuta a stare meglio. Oggi, Forever Living Products e le sue affiliate, sono leader nella coltivazione, lavorazione e distribuzione dell'aloë vera. La nostra gamma di prodotti è cresciuta sempre più fino ad annoverare gli integratori alimentari, i prodotti dell'alveare e i cosmetici. Tutto ciò che abbiamo appreso, per offrire benessere e migliorare l'aspetto fisico, si trova in questi prodotti che hanno aiutato milioni di Incaricati in oltre 140 Paesi in tutto il mondo.